เศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกัน กับธุรกิจทางเลือก

Moral economy and Alternative business

สุวิดา ธรรมมณีวงศ์*

บทคัดย่อ

การพัฒนาเศรษฐกิจที่เน้นกลไกตลาดเพื่อตัวเลขทางเศรษฐกิจเป็นหลัก เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศชาติในมิติหนึ่ง ในขณะที่การพัฒนาเศรษฐกิจประเทศอีกมิติหนึ่งคือ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนฐานของการอยู่ร่วมกันโดยผ่านความสัมพันธ์ต่างตอบแทน ซึ่งประชาชนจะมีบทบาทในการพัฒนา ในบริบทของการพัฒนาเศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกัน จึงสร้างธุรกิจทางเลือกที่มีหลักการดำเนินธุรกิจแตกต่างไปจากการทำธุรกิจโดยทั่วไปซึ่งมุ่งกำไรเป็นด้านหลัก. ธุรกิจทางเลือกเป็นการประกอบการโดยคำนึงถึงมิติด้านมนุษย์ สังคม วัฒนธรรมโดยรวม และมีการประกอบการหลากหลายประเภททั้งธุรกิจสร้างสรรค์ กิจการเพื่อสังคม และธุรกิจชุมชน.

คำสำคัญ:ธุรกิจทางเลือก เศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกัน

Abstract

The development of economy through price mechanism is one side of economic development. On the other side, the economy are driven by people through reciprocal relations, Moral Economy. In general, the businesses emphasize on profit orientation while the alternative business focus on Moral Economy. Thus, the idea of alternative business focuses on humanism, society and culture. In addition, the alternative business has varieties of forms; creative business, social enterprise and community enterprise.

Keywords: Alternative business, Moral economy

บทนำ

การมุ่งตัวเลขรายได้ประชาชาติเป็นเป้าหมายในการพัฒนา ด้วยการส่งเสริมเศรษฐกิจทุนนิยมขนาดใหญ่ไร้สัญชาติที่มีเป้าหมายในการขยายการผลิตเพื่อสร้างกำไร ทำให้ขนาดของทุนกลายเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันในยุคโลกาภิวัตน์ และทำให้คุณค่าของสังคมในด้านอื่นๆ ขาดหายไป รวมทั้งไปลด หรือบดบังคุณค่าหลายๆส่วนของสังคม ไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึงเสรีภาพในการประกอบอาชีพของประชาชนอย่างเท่าเทียมกัน หรือกลไกทางสังคมที่เคยมีบทบาทในอดีต ตัวอย่างเช่น ทุนขนาดใหญ่ที่เน้นกิจกรรมการผลิตและการบริโภค ได้สร้างวัฒนธรรมการบริโภคที่มีมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก กลายเป็นระบบอาหารโลกที่ผลิตตามมาตรฐานสากล และส่งผลต่อวัฒนธรรมการบริโภค มาตรฐานสากลจึงกลายเป็นวาทกรรมหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจการค้า การส่งออกอาหาร ในขณะที่ระบบการผลิตและการบริโภคอีกลักษณะหนึ่ง ได้แทรกตัวอยู่ในเศรษฐกิจไทย เป็น

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร นครปฐม.e-mail:suwida@su.ac.th

เศรษฐกิจแบบครัวเรือน ใช้แรงงานและใช้ความสัมพันธ์แบบเครือข่าย รวมถึงความไว้วางใจในการทำการค้า กลับไม่ได้รับการกล่าวถึงในวงกว้าง แม้ทุนขนาดใหญ่ จะมีบทบาทสำคัญในการสร้างเศรษฐกิจชาติก็จริง แต่เราไม่สามารถปฏิเสธว่า ในสังคมยังมีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยใช้มิติอื่นที่นอกเหนือจากตลาด กลุ่มคนขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายใต้ความเชื่อ อุดมการณ์ของระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งพาอาศัยกัน ที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ต่างตอบแทน (Reciprocal relation) เศรษฐกิจที่คำนึงถึงความเป็นมนุษย์ในสังคม[†] บทความนี้จึงต้องการนำเสนอว่า เศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกัน (Moral economy)เป็นอย่างไร และตัวอย่างการดำเนินธุรกิจในลักษณะดังกล่าวมีรูปแบบอย่างไรบ้าง

เศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกัน (Moral economy)

กนกวรรณ มะโนรมย์.(2556) ได้กล่าวว่าสังคมทุนนิยมหรือเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมควรถูกควบคุมกำกับและตรวจสอบโดยสังคมคำนึงถึงการอยู่ร่วมกันระหว่างเศรษฐกิจขนาดเล็ก และเศรษฐกิจนายทุน เพื่อให้คนตัวเล็กตัวน้อยมีที่ยืนอย่างมั่นคง

การสร้างเศรษฐกิจที่คำนึงเศรษฐกิจขนาดเล็กในระดับท้องถิ่นเพื่อลดทอนการขยายตัวของเศรษฐกิจแบบทุนนิยมนั้น มีหลากหลายรูปแบบ และมีนักวิชาการจำนวนมากได้เสนอไว้ (กนกวรรณ มโนรมย์,2556; สุวิดา ธรรมมณีวงศ์,2556:211-244; สุวิดา ธรรมมณีวงศ์,2553:131-147, นฤมล นิราทร,2548; พอพันธ์ อุยยานนท์,2546 : 208-216; เสรี ลีลาลัย,2545 : 1-36; กาญจนา แก้วเทพ ,2535:22-23) เช่น เศรษฐกิจครัวเรือนของผู้ประกอบการขนาดกลาง ขนาดเล็ก เศรษฐกิจที่ประกอบการตามข้างถนน ริมทางเท้า หาบเร่แผงลอยผู้ประกอบการค้าในตลาดสด ตลาดนัด หรือเศรษฐกิจชุมชน เป็นต้น เศรษฐกิจรูปแบบดังกล่าวเป็นการส่งเสริมการผลิตโดยใช้ทุนทางสังคมที่สั่งสมมายาวนาน เน้นภูมิปัญญาและมีเป้าหมายเพื่อความอยู่รอดของครอบครัว ชุมชน มากกว่าการสะสมทุนเพื่อกำไรด้านเดียว เศรษฐกิจในรูปแบบเหล่านี้มีการปรับตัว มีความยืดหยุ่นสูงทั้งเวลา และการใช้แรงงานเข้มข้น (labor- intensive) เป็นแรงงานในครัวเรือน เป็นเศรษฐกิจของผู้ผลิตรายย่อย ใช้เทคโนโลยีแบบง่ายๆ ทุนมีขนาดเล็กๆ แหล่งเงินทุนมาจากญาติพี่น้อง ไม่มีการผูกขาดตัดตอน ระบบเศรษฐกิจเช่นนี้เป็นระบบเศรษฐกิจที่มี “เสถียรภาพ” ในทางสังคมด้วย และยังพึ่งพาวัตถุดิบจากตลาดในท้องถิ่น ฯลฯ การสร้างเศรษฐกิจที่มีรากฐานจากเศรษฐกิจรายย่อย หรือขนาดกลาง จึงเป็นการเปิดพื้นที่ให้ทุนขนาดเล็กเกิดแข่งขัน พร้อมไปกับความร่วมมือ จึงมีโอกาสพัฒนาและเติบโตไปพร้อม ๆ กัน เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการค้า อาจกล่าวได้ว่า เศรษฐกิจที่เติบโตจากเศรษฐกิจรายย่อยเป็นเศรษฐกิจที่ไม่ทอดทิ้งประชาชน เพราะขนาดของกิจกรรมเศรษฐกิจจึงสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนตามลักษณะเฉพาะพื้นที่ เป็นเศรษฐกิจที่เติบโตจากภายใน (Endogenous) สามารถพึ่งตนเอง (Self-reliance) หรือพึ่งพาอาศัยกัน ถือมนุษย์เป็นศูนย์กลาง เป็นเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตผู้คนที่มีมิติด้านศีลธรรม และความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2548 : 123-124) เห็นว่าเศรษฐกิจในลักษณะดังกล่าวฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมมาช้านานเป็นเศรษฐกิจที่ประชาชนมีบทบาทและบ่งบอกความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกับมิติอื่นๆ เป็นพลังทางเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยประชาชน

[†] ระบบเศรษฐกิจในตลาดสดและตลาดนัดนับเป็นตัวอย่างของเศรษฐกิจที่กล่าวถึง รายละเอียดศึกษาได้จาก สุวิดา ธรรมมณีวงศ์ ,2556:215-248)

Blau (1974:204-214) ซึ่งเป็นนักสังคมวิทยาเห็นว่า ปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์เป็นการแลกเปลี่ยนทางสังคม (social exchange) มิใช่การแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ (economic exchange) เนื่องจากมนุษย์จะคาดหวังรางวัล (Social rewards) จากการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งรางวัลที่กล่าวถึง มีความหมายมากกว่าเงินหรือวัตถุสิ่งของ อาจเป็นการยอมรับ การยกย่องนับถือ การยอมทำตาม ฯลฯ การแลกเปลี่ยนจึงใช้ความพอใจหรือคุณค่าที่คาดหวังเอาไว้ มิใช่กำไรสูงสุดตามหลักเศรษฐศาสตร์ หากแต่คำนึงว่าผู้รับเป็นใครและจะตอบแทนระดับใด ถือเป็นความสัมพันธ์ต่างตอบแทนระหว่างคู่กรณี และความสัมพันธ์ต่างตอบแทนที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ จะมีค่าลดน้อยถอยลงตามหลักเศรษฐศาสตร์ แต่จะก่อให้เกิดความผูกพันต่อการแลกเปลี่ยนในครั้งต่อๆ ไป ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทั้งสองฝ่าย จึงอยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจ (Trust) และความผูกพันทางสังคม (Social obligation) และเป็นที่มาของการพัฒนาไปสู่บรรทัดฐาน กติกาต่าง ๆ ที่กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างกัน จนกล่าวได้ว่า การแลกเปลี่ยนทางสังคมก่อให้เกิดความผูกพัน ความไว้ใจเกิดขึ้น และบรรทัดฐานทางสังคมในเวลาต่อมา

ความสัมพันธ์ต่างตอบแทนระหว่างคู่กรณี สะท้อนพฤติกรรมของมนุษย์มิได้ใส่ใจเฉพาะผลของการกระทำต่อตนเอง (Individual preference) เพียงอย่างเดียว หากแต่ยังคำนึงถึงผลต่อผู้อื่นหรือสังคมส่วนรวม หรือที่เรียกว่าความพอใจส่วนรวม”(Social preference) ซึ่งสอดคล้องกับนักเศรษฐศาสตร์สถาบัน (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์,2532; สมบูรณ์ ศิริประชัย,2545; ปกป้อง จันทร์วิทย์,2546) ที่เห็นว่า โครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม (institutionalized) มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจทางเศรษฐกิจ หรือปัจจัยทางสถาบัน มีผลต่อการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ มิฉะนั้นจะไม่สามารถเข้าใจพฤติกรรมมนุษย์ในสังคมและปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างถ่องแท้ ดังนั้น ความสัมพันธ์ต่างตอบแทน รวมถึงปัจจัยเชิงสถาบัน จึงเป็นอีกด้านหนึ่งของการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีอยู่จริง นอกเหนือจากกลไกตลาดที่เป็นกลไกในการจัดความสัมพันธ์ทางสังคมผ่านการค้า การแลกเปลี่ยน

คาร์ล โปลานยี (อ้างในกนกวรรณ มโนรมย์,2556) เห็นว่าตลาดทำหน้าที่ไปตามอุปสงค์อุปทาน ซึ่งแยกกิจกรรมทางเศรษฐกิจออกจากชีวิตทางสังคม ท้ายที่สุดจะนำความอดอยาก ยากไร้ ความไม่เป็นธรรมให้เกิดขึ้นกับคนที่ขาดอำนาจ ทางออกที่สำคัญคือ ทำให้เศรษฐกิจกลับคืนสู่การควบคุมและกำกับโดยสังคม เพื่อให้เศรษฐกิจเกิดประโยชน์ต่อสังคม และสร้างความสุขให้กับสังคมโดยรวม ไม่ใช่มุ่งสร้างความมั่งคั่งให้กับปัจเจก คาร์ล โปลานยี เรียกเศรษฐกิจดังกล่าวว่า เศรษฐกิจที่แฝงฝังในสังคม หรือ Embedded economy ซึ่งเป็นกระบวนการเชิงสถาบัน ที่มีบทบาทในการกำกับตรวจสอบการเคลื่อนไหวของตลาด เป็นการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ดำเนินการโดยรัฐร่วมกับทุกชนชั้นในสังคม เพื่อปกป้องสังคมจากอันตรายของตลาดแบบตนเองกำหนด[‡]

กล่าวได้ว่า **เศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกัน เป็นเศรษฐกิจที่เน้นความสัมพันธ์ต่างตอบแทน ความพอใจส่วนรวม ขับเคลื่อนโดยผู้ประกอบการรายย่อย ๆ ที่มีทุนขนาดเล็ก โดยเฉพาะการประกอบการโดยประชาชน เป็นเศรษฐกิจแบบครอบครัวที่ใช้แรงงาน มีความยืดหยุ่นสูงในการใช้แรงงานและเวลา เป็นเศรษฐกิจที่เติบโตจากภายใน ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเฉพาะพื้นที่ ใช้เทคโนโลยีแบบง่ายๆ ไม่มีการผูกขาดตัดตอน และเครือญาติมีบทบาทในการสร้างหรือสะสมทุน นอกจากนี้ เศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกันเห็นความสำคัญของปัจจัยเชิงสถาบันที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ** แม้กระนั้นก็ดี เศรษฐกิจแห่ง

[‡]คำว่า Embedded economy นั้นกนกวรรณมโนรมย์ ใช้ว่าเศรษฐกิจในกำกับของสังคม ซึ่ง โปลานยีใช้คำนี้ในความหมายว่าบทบาทรัฐและภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคมในการกำกับเศรษฐกิจ แต่Portes (2010:221)เห็นว่าการแฝงฝังในสังคมหมายถึงเครือข่าย (กนกวรรณ มโนรมย์,2556:49)

การอยู่ร่วมกันก็มิได้ปฏิเสธการอยู่ร่วมกับเศรษฐกิจในลักษณะอื่น ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจที่ดำเนินการโดยทุนขนาดใหญ่ที่เน้นการแข่งขัน หรือเศรษฐกิจที่ดำเนินการโดยรัฐ หากแต่เศรษฐกิจในแต่ละรูปแบบมีแนวคิดในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจแตกต่างกัน จึงควรมีกลไกในการควบคุม กำกับเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน เพื่อให้ทุกคนได้เข้าถึงเสรีภาพ และความยุติธรรมในการดำเนินเศรษฐกิจ

หากจะเปรียบระบบเศรษฐกิจของประเทศเสมือนป่า เศรษฐกิจที่เติบโตโดยไม่สัมพันธ์กับธุรกิจรอบข้าง จึงเปรียบเหมือนสวนป่ายูคาลิปตัส ซึ่งไม่เปิดพื้นที่ให้พืชอื่นอยู่ร่วมด้วย และเมื่อปล่อยให้เติบโตไปนานเข้าก็จะกระทบต่อคุณภาพของดิน น้ำ แร่ธาตุ เศรษฐกิจแบบสวนป่ายูคาลิปตัส จึงสร้างผลกระทบทางลบหรือเกิดต้นทุนทางสังคม (Social cost)ในการจัดการให้สู่สภาพเดิม ดังตัวอย่าง ร้านค้าโชห่วย ธุรกิจรายย่อย ๆ ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดเล็กต้องล้มหายไปจากการแข่งขัน เพราะไม่อาจไปต่อสู้กับห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ **การสนับสนุนเศรษฐกิจขนาดใหญ่โดยมองข้ามหรือละเลยเศรษฐกิจรายย่อย ๆ จึงเปรียบได้กับทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจแบบสวนป่ายูคาลิปตัส**

สติกลิตซ์ และทีมงาน (2553) ได้เสนอให้เพิ่มมิติอื่น ๆ เข้าไปในเป้าหมายของการพัฒนาแทนที่จะมุ่งเน้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบจีดีพีเป็นเป้าหมาย เช่น เพิ่มมุมมองของครัวเรือนที่ผลิตให้แก่ตัวเอง แต่ไม่ได้ถูกคำนวณไว้ในการวัดรายได้และการผลิตอย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจส่วนหนึ่งที่เกิดขึ้นนอกตลาด เช่นเดียวกับมูลนิธิเศรษฐศาสตร์แนวใหม่ (New Economics Foundation2009)[§] ได้นำเสนอการวัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีเป้าหมายที่มากกว่าตัวเลขรายได้ประชาชาติ แต่มุ่งเน้นการเติบโตจากเศรษฐกิจภายในผนวกรวมเศรษฐกิจคนเล็ก คนน้อย เศรษฐกิจที่ไม่เป็นทางการ ภาคครัวเรือน และขนาดเล็กระดับท้องถิ่น รวมถึงเป็นเศรษฐกิจที่คำนึงถึงระบบนิเวศ อาจเทียบได้กับเศรษฐกิจแบบป่าดงดิบ ที่เติบโตบนฐานของการเกื้อกูลระหว่างต้นไม้เล็กใหญ่ และสร้างความอุดมสมบูรณ์แก่ดิน น้ำ ธุรกิจในระบบเศรษฐกิจแบบป่าดงดิบ จึงเติบโตไปพร้อมกับการกับการพึ่งพาอาศัยกันเป็นพันธมิตรร่วมกันระหว่างธุรกิจขนาดเล็กใหญ่ทั้งหลาย อันเป็นลักษณะของธุรกิจทางเลือก และเป็นส่วนประกอบของการสร้างเศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกัน (Moral economy)

[§]มูลนิธิเศรษฐศาสตร์แนวใหม่ เป็นกลุ่มนักคิด นักปฏิบัติที่ตรวจสอบ และนำเสนอ เศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องชีวิตจริง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิต ด้วยการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ในการแก้ปัญหาซึ่งท้าทายเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก ท้าทายปัญหาสิ่งแวดล้อม และประเด็นทางสังคม มูลนิธิฯ ทำงานในลักษณะภาคีเครือข่าย และคำนึงถึงประชาชนและความอยู่รอดของโลกเป็นสำคัญ มูลนิธิเกิดขึ้นจากผู้นำการประชุมสุดยอดว่าด้วยเศรษฐกิจแนวใหม่ (The other Economic Summit-TOES) ซึ่งหยิบยกประเด็นการแก้ปัญหาหนี้สินระหว่างประเทศเป็นวาระการประชุมของกลุ่มประเทศ G 7 และ G 8 (G8 มีประเทศสมาชิก 8 ประเทศคือ แคนาดาฝรั่งเศสเยอรมันรัสเซียอิตาลี ญี่ปุ่นสหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา) การทำงานของมูลนิธิฯ มุ่งนำเสนอเชิงนโยบายจากประสบการณ์การแก้ปัญหาในเชิงปฏิบัติที่ได้ผลโดยเฉพาะจากประชาชนในท้องถิ่น รวมถึงสร้างวิธีการใหม่ๆ ในการวัดความก้าวหน้าของการยกระดับความอยู่ดีกินดี และความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม มูลนิธิฯ ทำงานร่วมกับส่วนต่างๆ ของสังคมในประเทศอังกฤษ และประชาคมประเทศต่างๆ ทั่วโลก ทั้งในภาคประชาชน ภาครัฐ ภาคธุรกิจ และนักวิชาการ เพื่อสร้างความเข้าใจและยุทธศาสตร์ในการเปลี่ยนแปลงมูลนิธิฯมีบทบาทโดดเด่นในช่วงปี ค.ศ.1992-2003 และในเดือนกรกฎาคม 2006 มูลนิธิฯ ได้เสนอดัชนีความสุข (Happy Planet Index) เพื่อจะท้าทายบรรดาดัชนีต่างๆ ที่วัดความสำเร็จทางเศรษฐกิจ เช่น ผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product- GDP) ดัชนีวัดการพัฒนามนุษย์ (Human Development Index– HDI) รายละเอียดสืบค้นที่ http://www.neweconomics.org/

ธุรกิจทางเลือก(Alternative business): การส่งเสริมเศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกัน (Moral economy)

การพัฒนาเศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกันเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการสร้างเศรษฐกิจชาติ ธุรกิจที่พัฒนาตามหลักการดังกล่าวจึงมีมิติของ“ผลประโยชน์แก่สังคมส่วนรวม (social benefits)”แทรกอยู่ในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจในแนวทางของเศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกัน อาจมีขนาดการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ระดับครอบครัว ไปจนถึงธุรกิจขนาดใหญ่ แต่กิจกรรมทางเศรษฐกิจจะช่วยเสริมสร้างบรรทัดฐาน ความผูกพันความร่วมมือ สิทธิและความรับผิดชอบต่อสังคมที่คำนึงถึงความเป็นมนุษย์ สังคม วัฒนธรรม ครอบครัว และอื่นๆ เช่น มีมิติของการอยู่ร่วมกันระหว่างผู้บริโภค ผู้ประกอบการ หรือการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจ เราอาจเรียกธุรกิจที่ดำเนินการตามแนวทางดังกล่าวว่าเป็นธุรกิจทางเลือก การส่งเสริมธุรกิจในรูปแบบดังกล่าวสอดคล้องกับ Sayer (2004:6-7) ที่เห็นว่าควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่คำนึงถึงการอยู่ร่วมกัน ความผูกพันบรรทัดฐานทางสังคม เปิดให้เกิดธุรกิจหลากหลายลักษณะ ซึ่งมีความโดดเด่นเฉพาะตัวที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมแต่ละพื้นที่ ตัวอย่างธุรกิจทางเลือกที่จะกล่าวต่อไปนี้ได้แก่ ธุรกิจสร้างสรรค์ กิจการเพื่อสังคม และธุรกิจเพื่อชุมชน

1. ธุรกิจสร้างสรรค์

ธุรกิจสร้างสรรค์ เป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างใดอย่างหนึ่งในตัวผลิตภัณฑ์ แต่ยังคงเอกลักษณ์เฉพาะของสินค้าหรือบริการไว้ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับคุณค่าจากการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ ไม่ว่าจะสัมผัสได้ทางกายภาพ หรืออารมณ์ความรู้สึก ธุรกิจประเภทนี้อาจเริ่มต้นด้วยการต่อยอดจากธุรกิจเดิมที่มีจุดเด่นอยู่แล้ว แต่เพิ่มแนวคิดใหม่ๆให้กับสินค้าและบริการ เป็นธุรกิจที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น การต่อยอดความรู้เดิมของธุรกิจเล็กๆของครอบครัว นำวิธีการดั้งเดิมมาปรับปรุงพัฒนาให้เข้ากับยุคสมัย หรือนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาสร้างสินค้าและบริการให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเพื่อสร้างจุดขาย ธุรกิจเหล่านี้อาจจะเริ่มจากการมองสิ่งใกล้ ๆ ตัว ไม่ว่าจะเป็นการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือวัสดุที่มีมากมายมาประยุกต์ใช้ หรือผสมผสานกับทักษะความรู้ที่มีความชำนาญ ก่อให้เกิดความหลากหลายในตัวผลิตภัณฑ์ เพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค เพิ่มตลาดและกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม จึงไม่จำเป็นต้องไปทำการตลาดในวงกว้าง หรือลดราคาเพื่อแข่งขันกับธุรกิจกระแสหลัก ตัวอย่างธุรกิจในลักษณะดังกล่าว เช่น Pakamian[**] และธุรกิจทำเฟอร์นิเจอร์ส่งออกของโยธกา[††]

1.1 Pakamian:ธุรกิจผ้าขาวม้าแปรรูป[‡‡] เป็นธุรกิจที่สืบทอดจากโรงงานผลิตผ้าขาวม้าที่มีชื่อเสียงในจังหวัดราชบุรี โดยเจ้าของมองเห็นจุดเด่นของผ้าขาวม้าซึ่งครอบครัวทำการผลิตมาแต่ดั้งเดิมคือ โปร่งแห้งง่าย ไม่อมน้ำ ไม่อับชื้น จึงนำข้อดีมาปรับแต่งประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย โดยการเพิ่มสีสันใหม่ ๆ และเพิ่มลูกเล่นให้กับลาย พร้อมกับสร้างผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าให้เกิดการใช้งานอย่างแพร่หลาย กล่าวคือออกแบบให้เข้ากับวัตถุประสงค์การใช้งานของผู้คนในปัจจุบัน ที่มีทั้งเสื้อผ้า กระเป๋า ข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ผู้ใช้ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยตอกย้ำว่าเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ไทย ซึ่ง

[**] SMEs Academy ตอน PAKAMIAN ผ้าขาวม้ามีดีไซน์ เข้าถึงได้จากhttp://www.youtube.com/watch?v=ewX9vliXWmU และ คิดต่อยอด คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร เข้าถึงได้จาก http://www.youtube.com/watch?v=FdBm7dmelbk

[††] โยธกา สยามวาระ :http://www.youtube.com/watch?v=-2GbOZXIqyI

[‡‡] เจ้าของให้เหตุผลของชื่อว่า Pakamianมาจากคำว่า ผ้าขาวม้า และการที่ชื่อแปลกเป็นการทำให้เกิดความสนใจกับลูกค้า และต้องการสื่อถึงชนเผ่าที่ใส่ผ้าขาวม้า เหมือน Canadian ก็หมายถึงชาวแคนาดา Pakamianจึงหมายถึงชนเผ่าที่ใช้ผ้าขาวม้า

นอกจากตัวผลิตภัณฑ์จะเป็นของไทยแต่เดิมแล้ว ยังมีการตั้งชื่อสินค้าด้วยชื่อไทยอีกด้วย Pakamian จึงเป็นการต่อยอดและสืบสานภูมิปัญญาไทยที่มีมาแต่เดิมและสร้างสินค้าให้คนรุ่นใหม่ได้รู้จัก ได้เห็นคุณค่าของผ้าขาวม้า และยังนำผ้าขาวม้าสู่ตลาดโลกให้ได้เห็นถึงวิถีความเป็นไทย นอกจาก Pakamian จะเป็นธุรกิจครอบครัวแล้ว ยังเป็นการสืบทอดการผลิตผ้าขาวม้าที่เป็นลักษณะของวิถีไทยให้คงอยู่ต่อไป

1.2 โยธกา:ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ เจ้าของธุรกิจและหุ้นส่วนเป็นนักออกแบบ และรู้สึกไม่สบายใจกับมุมมองของชาวต่างชาติที่เห็นว่าสินค้าไทยมักเป็นสินค้าลอกเลียนแบบ และคุณภาพต่ำ เหตุผลสองประการนี้ เป็นแรงผลักดันให้เกิดผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์จากผักตบชวา ที่มุ่งขายผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มลูกค้าระดับกลางถึงระดับบน ผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาจากเดิมที่ใช้ผักตบชวา มาใช้เม็ดพลาสติกแทน เพื่อให้ตอบโจทย์แก่ผู้บริโภคยุคใหม่ แต่ยังคงนำวิธีการจักรสานมาประยุกต์เป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ การประกอบธุรกิจนี้ไม่เพียงมุ่งหวังกำไรเท่านั้น แต่ต้องการส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ โดยใช้วิธีการถักทอซึ่งเป็นความสามารถของคนไทย ผลิตภัณฑ์ของโยธกามีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ออย่างต่อเนื่อง แต่ก็คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของสินค้าไว้ไม่ละเลยวิธีการจักรสาน และการร้อยการมัดที่เป็นภูมิปัญญาในอดีต รูปแบบสินค้านั้นตอบสนองชาวตะวันตกซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญ แต่ผลิตด้วยวิธีแบบชาวตะวันออก สะท้อนการต่อยอดระหว่างความรู้เก่า และความรู้ใหม่ เพื่อให้วิธีการแบบไทยๆ ยังสอดแทรกในผลิตภัณฑ์ กล่าวคือไม่ทิ้งการทำเป็นเส้น การจักรสาน แต่คงความเป็นเอกลักษณ์ทางภูมิปัญญาหัตถกรรมของไทย แม้จะใช้วัสดุใหม่ ๆ ที่เบา และคงทน การที่โยธกามีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพราะลูกค้าเป็นผู้เข้ามานำเสนอแบบที่ต้องการ การทำธุรกิจจึงต้องสื่อสารกับลูกค้าโดยตรง ต้องออกแบบการผลิตร่วมกับลูกค้า ธุรกิจโยธกายังเติบโตไปพร้อมกับธุรกิจเครือข่ายหรือพันธมิตรทางธุรกิจ(cluster)เช่น โยธกาออกแบบผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ แต่อาศัยพันธมิตรธุรกิจอื่นร่วมมือในการผลิตสินค้า (เช่นธุรกิจโรงงานผลิตอลูมีเนียมที่ต้องช่วยสร้างโครงสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความเบา ต้องอาศัยธุรกิจที่ตกแต่งผลิตภัณฑ์ด้วยไม้ไผ่ ฯ) เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ตามที่ออกแบบไว้ ธุรกิจของโยธกายังเป็นพันธมิตรกับบริษัทส่งออกสินค้า หรือแม้แต่สถาบันการศึกษา ฯ นอกจากนี้ โยธกายังคืนกำไรให้กับสังคมโดยการให้ความรู้และทักษะด้านอาชีพให้กับคนงาน เมื่อคนงานมีความรู้ มีอาชีพ คุณภาพของชีวิตของแรงงานก็ดีไปด้วย

การเติบโตของธุรกิจโยธกา จึงเป็นการเติบโตที่สร้างเศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกันกับธุรกิจอื่น ๆ และสร้างประโยชน์กับสังคม เป็นการพัฒนาสินค้าจากความรู้ ภูมิปัญญา และความสามารถเฉพาะตัวในการจักรสานที่เป็นวิธีการของชาวตะวันออก

2. กิจการเพื่อสังคม (Social enterprise)

การประกอบการทางธุรกิจมักจะมีมุมมองทางเศรษฐกิจล้วนๆ แต่กิจการเพื่อสังคม เป็นการประกอบธุรกิจพร้อม ๆ ไปกับการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ พัฒนาชุมชน สังคม และ/หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก การประกอบการจึงมิใช่การกุศล แต่มีการประกอบการเพื่อรายได้ หากแต่รายได้จากการขายสินค้าและ/หรือบริการสอดคล้องกับเป้าหมายที่ธุรกิจวางไว้ (สฤณี อาชวนันทกุล,2553) กล่าวได้ว่า กิจการเพื่อสังคมมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาสังคมไปพร้อมกับดำเนินธุรกิจ ธุรกิจที่มีแนวคิดดังกล่าว จึงเริ่มจากมีความคิดดีๆ บวกกับการปฏิบัติการเพื่อให้เกิดผล ให้ความสำคัญกับประโยชน์ที่สังคมจะได้รับ

ธนาคารกรามีน (Grameen bank) หรือที่รู้จักกันในนาม “ธนาคารเพื่อคนจน”(ยูนุส, มูฮัมหมัด ,2551;Yunus Center,2011; Muhammad Yunus,2008) เป็นตัวอย่างกิจการเพื่อสังคมมุ่งเน้นกำไรจากการทำธุรกิจ แต่ก็เป็นกำไรที่มีคุณภาพและยั่งยืนแก่ตัวองค์กรและสังคมอย่างแท้จริง เพราะช่วยให้คนยากจนมีอาชีพ

และมีรายได้ดีขึ้น และเป้าหมายสุดท้ายคือความยากจนลดลง อันเป็นจุดมุ่งหมายหลักของการทำธุรกิจ แนวคิดของธนาคารกรามีน จึงสอดคล้องกับแนวคิดของธุรกิจทางเลือกที่เติบโตไปพร้อมกับการแก้ไขปัญหาสังคม

ธนาคารเพื่อคนจนริเริ่มโดยมูฮัมหมัด ยูนูส ชาวบังกลาเทศ เป็นธนาคารเพื่อผู้ยากไร้แห่งแรกของโลกซึ่งก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 1976 จนได้รับรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพในปี 2006 โดยยูนุสเห็นจุดเล็กของสังคมที่เป็นปัญหา ต้องการแก้ไขและพัฒนาสังคม ยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่กลุ่มคนผู้ด้อยโอกาส การก่อตั้งธนาคารกรามีนจึงมีเป้าหมายที่แตกต่างจากเป้าหมายของธนาคารพาณิชย์ที่มุ่งไปที่การสร้างผลกำไรสูงสุด เพราะธนาคารกรามีนต้องการนำบริการของสถาบันการเงินไปสู่คนจน โดยเฉพาะผู้หญิง เพื่อเป็นทุนในการต่อสู้กับความยากจนและสามารถสร้างโอกาสในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนได้ หลักคิดของกรามีนยังต่างจากธนาคารพาณิชย์ทั่วไป คือมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของคนจน มองคนจนเป็นพลังมากกว่าเป็นภาระ จึงต้องการช่วยเหลือให้คนจนมีอาชีพ มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เพราะที่ผ่านมาคนจนจะถูกกีดกันทางสังคม ทำให้ไม่มีโอกาสหรือหนทางที่เข้าถึงแหล่งเงินได้ เนื่องจากไม่มี ‘หลักทรัพย์ค้ำประกัน’ ‘ธนาคารกรามีน’หรือ ‘ธนาคารเพื่อคนจน’ใช้กลุ่มค้ำประกันแทนหลักทรัพย์ วิธีนี้การดังกล่าววางอยู่บนหลักการไว้เนื้อเชื่อใจซึ่งกันและกัน และเน้นคนจนที่ต้องการความอยู่รอด เมื่อเป้าหมายการทำงานแตกต่างจากธนาคารทั่วไปแล้ว พนักงานธนาคารกรามีน จึงมีวิธีการทำงานที่ยืดหยุ่น และเวลาในการทำงานของพนักงานไม่แน่นอน กล่าวคือต้องออกพื้นที่ไปพบปะกับคนจน หาวิธีช่วยโดยการเสนอเงินให้กู้ และหาวิธีการให้สามารถนำเงินไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ระบบการชำระหนี้ของธนาคารจึงยืดหยุ่น กล่าวคือ หากไม่มีการชำระหนี้ พนักงานธนาคารก็จะเข้าไปสอบถามว่าเกิดอะไรขึ้น เป็นอย่างไรบ้าง ที่เป็นเช่นนี้เพราะ ธนาคารเชื่อว่าที่คนจนไม่สามารถชำระหนี้ได้มิใช่เขาไม่อยากจ่าย เพียงแต่เขาอาจจะยังไม่มีรายได้ พืชผลขายไม่ดี เขาจึงพร้อมที่จะให้โอกาสกับผู้กู้คนจนโดยการสร้างระบบนี้ขึ้นมา การดำเนินการของธนาคารกรามีนได้พิสูจน์ว่า ธนาคารแห่งนี้สามารถอยู่รอดได้ เพราะจำนวนหนี้เสียน้อยมาก (เพียง 1-2%เท่านั้น) และลูกหนี้ต่างมีวินัยทางการเงิน คนจนสามารถทำมาหากินได้ ความยากจนลดลง คนจนเชื่อมั่นในศักยภาพตนเอง โดยเฉพาะผู้หญิง และเปลี่ยนทัศนคติของคนในสังคมเรื่องสิทธิสตรีและศักยภาพของคนจน ธนาคารกรามีนยังคงสร้างนวัตกรรมขยายสินเชื่อใหม่ๆ เช่น การสื่อสาร(โทรศัพท์) ที่อยู่อาศัย(การซ่อมแซมบ้าน) ด้านการศึกษา เป็นต้น เพื่อให้คนยากจนได้มีช่องทางหาเลี้ยงตนสะดวกขึ้น

ธนาคารเพื่อคนจนได้ขยายกิจการเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อแก้ปัญหาความยากจนในบังคลาเทศตามที่ยูนุสได้เคยประกาศไว้ เช่น เป็นพันธมิตรร่วมทุนระหว่างสององค์กรชั้นนำของโลกคือ ดาโนนจากฝรั่งเศส ซึ่งเป็นบริษัทผลิตภัณฑ์นมที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยก่อตั้งกรามีน ดาโนน ฟู้ดส์ (Grameen Danone Foods) ในปีค.ศ. 2005 เริ่มทำธุรกิจ ปีค.ศ. 2006 โดยตั้งเป้าที่จะบรรเทาความยากจนด้วยการส่งมอบสุขภาพดีผ่านอาหารให้กับเด็กๆ โดยคิดค้นผลิตภัณฑ์นมสาหรับคนจน โดยเฉพาะโยเกิร์ตราคาไม่ถึง 10 เซ็นต์ต่อถ้วยที่ถูกพอที่คนจนจะซื้อได้ แต่ต้องมอบคุณค่าทางโภชนาการอย่างเพียงพอด้วย (จตุพร จุ้ยใจงาม และพรชัย เทพปัญญา ,2557:133-134) การเติบโตของธนาคารกรามีน จึงสอดคล้องกับการพัฒนาสังคม

3. ธุรกิจชุมชน(Community enterprise)

เป็นการรวมตัวกันของคนในชุมชนเพื่อทำธุรกิจ แต่ผลิตภัณฑ์จะสร้างสรรค์จากสิ่งที่มีในชุมชนให้เกิดมูลค่า ซึ่งนอกจากจะทำให้ชุมชนมีรายได้มีอาชีพแล้ว ยังทำให้ชาวบ้านตระหนักถึงคุณค่าที่มีอยู่ในชุมชน และรักชุมชนของตน เกิดความร่วมมือกันเพื่อเป้าหมายของความอยู่รอดของสมาชิกในชุมชน การทำธุรกิจจึงมิใช่กำไรเป็นหลัก แต่เป็นการนำความรู้ภูมิปัญญามาพัฒนาสร้างสรรค์ให้เกิดมูลค่า และคุณค่าแก่สินค้า ลดการว่างงาน

ความยากจนของคนในท้องถิ่น การเติบโตของธุรกิจชุมชนจึงเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน (ณรงค์ เพชรประเสริฐ,2542)

ตัวอย่างธุรกิจชุมชนที่จะกล่าวถึงคือโออิตะ ซึ่งเป็นจังหวัดในพื้นที่ทางตอนใต้ของเกาะคิวชู ประเทศญี่ปุ่น (ณรงค์ศักดิ์ พิชญพิสุทธิ์,2551; วิชิต นันทสุวรรณ,2544) และเป็นที่มาของแนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของไทย รวมถึงธุรกิจชุมชนไม้เรียง ในอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช (เสรี พงศ์พิศ,2547ก:35-36; เสรี พงศ์พิศ,2547ข:37; เสรี พงศ์พิศ,2547ค:47; สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา,2548) ซึ่งการดำเนินธุรกิจชุมชนในพื้นที่ทั้งสองแห่ง มีลักษณะร่วมคือการประกอบการเป็นคนในชุมชน หรือคนในชุมชนเป็นเจ้าของและนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยมีเป้าหมายเพื่อแก้ไขปัญหา และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน กล่าวคือ

3.1 โออิตะ:หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์

ในแผนที่จังหวัดโออิตะ บอกเราได้ทั้งหมดว่า 58 ชุมชนของโออิตะ มีหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นที่สุดของแต่ละชุมชน บางชุมชนหนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ ปลา บางชุมชน คือ เห็ดหอม ซึ่งได้รับการยอมรับว่ามีคุณภาพดีที่สุดของโลก บางชุมชนเป็นพืชผัก บางชุมชนเป็นผลไม้ บางชุมชนซึ่งเป็นที่แห้งแล้งกันดารไม่มีทรัพยากรอื่น แต่สร้างชุมชนให้เป็นที่ที่นักดนตรีเอกของโลกมาพักและจัดแสดงให้คนเดินทางมาฟังดนตรีทุกอาทิตย์ มีร้านอาหาร มีโรงแรมเกิดขึ้น ก็เป็นหนึ่งผลิตภัณฑ์

แนวทาง“หนึ่งหมู่บ้าน-หนึ่งผลิตภัณฑ์” เกิดขึ้นจากสถานการณ์ในช่วงปี พ.ศ.2520 จังหวัดโออิตะเป็นจังหวัดที่มีปัญหาการอพยพย้ายออกจากพื้นที่ไปหางานหาอาชีพในจังหวัดอื่น โดยเฉพาะจังหวัดที่มีความก้าวหน้าทางด้านอุตสาหกรรม (คล้ายกับการอพยพของคนหนุ่มสาวและวัยทำงานของภาคอีสานไปกรุงเทพฯ หรือตามเมืองใหญ่) เหลือเพียงผู้สูงอายุกับเด็กอยู่ในพื้นที่ และพื้นที่ส่วนใหญ่ของโออิตะเป็นป่าเขาที่ไม่เหมาะกับการพัฒนาให้เป็นภาคเกษตรกรรม เพราะมีพื้นที่ทำการเกษตรเพียง 10% ของพื้นที่ทั้งจังหวัด โออิตะเป็นเขตยากจนและล้าหลัง โอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมด้อยกว่าจังหวัดอื่น การจ้างงานไม่มี ผู้ว่าราชการจังหวัดในสมัยนั้นคือนายฮิรามัทซึ โมริฮีกะ จึงได้กำหนดให้โออิตะก้าวไปข้างหน้าบนพื้นฐานของข้อจำกัด ปัญหาและศักยภาพพื้นฐานคือพัฒนาด้านการเกษตร ส่วนอุตสาหกรรมที่จะเกิดขึ้นก็เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร หรือต่อเนื่องจากฐานการเกษตรของจังหวัด จะต้องมีการพัฒนาที่ดินขนานใหญ่เพื่อเอาชนะข้อจำกัดของที่ดินสำหรับการเกษตรที่มีเพียง 10 % และจะต้องสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และมีมาตรฐานระดับโลก พยายามไม่ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมือนหรือซ้ำๆกัน แต่ละชุมชนต้องมีผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างจากผลผลิต ทรัพยากร โดยภูมิปัญญาของท้องถิ่น แต่ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานระดับโลก (เพื่อโอกาสในการส่งออก)ความสำเร็จของโออิตะ เป็นการพัฒนาองค์รวมของชุมชน พลังขับเคลื่อนสำคัญคือรัฐบาลส่วนกลาง และส่วนท้องถิ่น ภาคสังคม และบริษัทเอกชน โดยพัฒนาจากฐานล่าง ตัวอย่างความสำเร็จ เช่น เรื่องการเลี้ยงปลาของชุมชนเลี้ยงปลาแห่งหนึ่ง ซึ่งสถาบันวิจัยและพัฒนาได้จัดระบบสนับสนุนการพัฒนาตามแนวทาง“หนึ่งหมู่บ้าน-หนึ่งผลิตภัณฑ์” อย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก ชุมชนสงสัยว่ารสชาติของเนื้อปลาที่เลี้ยงค่อยๆลดลง ไม่อร่อยเหมือนที่ผ่านมา โดยนักวิจัยลงไปทำงานประจำที่นั่น พูดคุยทำงานกับชาวบ้าน จนพบว่า สาหร่ายที่มีผลต่อรสชาติหรือความอร่อยของเนื้อปลามีปริมาณลดลง จึงได้พัฒนาวิธีการเพิ่มปริมาณสาหร่ายในทะเล ทำให้รสชาติของเนื้อปลากลับมาดังเดิม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้าน ในจังหวัดโออิตะนี้ถือเป็นธุรกิจชุมชนอย่างแท้จริง เนื่องจากคนในแต่ละหมู่บ้านร่วมกันเป็นเจ้าของสินค้าและบริการ สร้างอาชีพสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ทำให้คนในชุมชนได้ตระหนักและเห็นคุณค่าของสิ่งที่มีอยู่ในพื้นที่ของตนเอง ปลูกฝังให้คนรักบ้านเกิด และมีความสัมพันธ์ในครอบครัวที่ดีเพราะไม่ต้องทิ้งบ้านเกิดไปทำงานที่อื่น ธุรกิจชุมชนที่เติบโตจึงไปลดปัญหาการว่างงาน การอพยพโยกย้ายแรงงานออกจากหมู่บ้าน ทำให้ชาวบ้านเกิดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าและตระหนักถึงความสามารถในการแก้ปัญหาด้วยตนเอง กล่าวได้ว่า เป้าหมายการทำธุรกิจหนึ่งผลิตภัณฑ์ของโออิตะ จึงมิใช่สร้างรายได้ หรือกำไร แต่คือการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในโออิตะโดยไม่ทิ้งทรัพยากร ภูมิปัญญา การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงเท่ากับเพิ่มเอกลักษณ์ ศักดิ์ศรีของคนในจังหวัดโออิตะ

3.2. ไม้เรียง: จากธุรกิจยางพาราสู่ธุรกิจครบวงจรของชุมชน

ไม้เรียง อยู่ในอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นธุรกิจชุมชน ที่เริ่มจากการจัดตั้งกลุ่มสมาชิกขึ้นมาเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบจากราคายางพาราที่ตกต่ำโดยการจัดตั้งโรงงานแปรรูปยางพาราเพื่อที่คนในชุมชนได้รวมกลุ่มกันขายโดยไม่ต้องผ่านการกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง การรวมตัวกันของคนในชุมชนได้ต่อเนื่องเรื่อยๆ มา จนชาวบ้านเริ่มเห็นว่าแต่ละหมู่บ้านควรรวมตัวกันผลิตสินค้าเกษตรตามความถนัด บางชุมชนมีความชำนาญในการเลี้ยงปลา บางชุมชนมีความชำนาญในการเลี้ยงไก่ แต่ทุกชุมชนนำประการณ์ความชำนาญแลกเปลี่ยนกับคนในชุมชนอื่นที่สนใจ จนพัฒนาขึ้นเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ของชุมชนไม้เรียง ซึ่งส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องเกษตร การเลี้ยงสัตว์ การผลิตอาหารสัตว์ หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่ชุมชนต้องบริโภคอย่างครบวงจร การรวมตัวกันของคนในชุมชน ทำให้ลดการใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นสามารถอยู่ได้ อีกทั้งสามารถส่งออกเพื่อจำหน่ายในตลาดท้องถิ่นอีกด้วย

เป็นการสร้างรายได้ ซึ่งจะทำให้ชุมชนไม้เรียงอยู่ได้โดยไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่น ไม้เรียงยังสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนในการแปรรูปข้าวเป็นขนมจีนเพื่อบริโภคกันเองในชุมชน[§§]

ธุรกิจชุมชนไม้เรียง ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทรัพยากรในท้องถิ่น ผลิตสินค้าด้วยภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีเป้าหมายเพื่อชุมชน ให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี สามารถสร้างอาชีพที่มั่นคง ช่วยแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจของคนในชุมชน และเมื่อคนในชุมชนมีรายได้แล้วก็ยังส่งเสริมการออมผ่านสหกรณ์ออมทรัพย์ในหมู่บ้านที่เรียก ธนาคารหมู่บ้าน ถือเป็นการสร้างประโยชน์ให้กับตนเองและช่วยเหลือผู้อื่นไปพร้อมๆกัน สิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องบ่งชี้ว่า ธุรกิจชุมชนแตกต่างจากธุรกิจทั่วไปเพราะไม่ได้อาศัยเพียงกำไรเป็นตัวขับเคลื่อนเท่านั้น แต่ยังอาศัยกลไกด้านอื่นๆด้วย เช่น ด้านศีลธรรม ด้านความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน เป็นต้น

แนวคิดธุรกิจชุมชนเป็นแนวคิดที่เสนอให้ครัวเรือนหนึ่ง ๆ ในชุมชนสมัยใหม่ที่จำเป็นต้องทำการผลิตสองระบบคือ ระบบการผลิตพื้นฐาน เพื่อบริโภคและใช้สอยในครัวเรือน และระบบการผลิต การบริการเพื่อหารายได้เป็นเงินสด เรียกว่า Prosumer = Producer +Consumer (ณรงค์ เพชรประเสริฐ,2542)

[§§]เสรี พงศ์พิศ (2550,115-116) เห็นว่า การดำเนินงานดังกล่าว เป็นวิสาหกิจชุมชน เพราะเป็นการประกอบการในชนบท (Rural enterprises)ขนาดเล็กและขนาดจิ๋วเพื่อการจัดการ“ทุน ” ของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง (SMCE-Small and Micro Community Enterprise) วิสาหกิจชุมชนนี้ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชนริเริ่มสร้างสรรค์โดยชุมชนทำให้เกิดนวัตกรรม ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานภูมิปัญญาสากลเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นระบบเน้นกระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

ที่น่าสนใจคือธุรกิจชุมชน ไม่ได้แยกผู้ผลิตกับผู้บริโภคออกจากกัน เพราะ“ธุรกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน” มีชุมชนเป็นเจ้าของ (ownership) ชุมชนจึงเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค ซึ่งหมายถึงการครอบครองและควบคุมปัจจัยหรือทรัพย์สินในการทำธุรกิจด้วย การดำเนินธุรกิจชุมชนเป็นความพยายามให้เศรษฐกิจได้หมุนเวียนสู่ชุมชนระดับล่างที่เรียกว่า การหยดถึงราก (trickle down) โดยชุมชนมีการผลิตสองมูลค่า คือมูลค่าการใช้สอย (use value) และ มูลค่าการแลกเปลี่ยน (exchange value) การแลกเปลี่ยนในความหมายนี้เป็นการแลกเปลี่ยนจากการผลิตที่เกิดขึ้นจริง เงินตราจึงทำหน้าที่ตามจุดมุ่งหมายเดิมคือ เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนแทนที่จะทำให้เป็นสินค้าเพื่อการเก็งกำไรในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม

แนวคิดธุรกิจชุมชน เป็นการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพื่อกำไร หากแต่กำไรกลับคือชุมชนทั้งหมด การดำเนินกิจกรรมของธุรกิจชุมชนจึงคำนึงถึงความต้องการของสมาชิกในชุมชน ซึ่งนอกจากสินค้าและบริการจะมีคุณภาพประสิทธิภาพแล้ว กำไรจากดำเนินธุรกิจจะกลับสู่ชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการสงเคราะห์และการพัฒนา ธุรกิจชุมชนจึงเป็นรูปธุรกิจทางเลือกเพราะคำนึงถึงการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างผู้ผลิตต่างกลุ่มคำนึงถึงความต้องการของคนในชุมชน ในสังคม ธุรกิจชุมชนจึงเติบโตไปพร้อม ๆ กับสังคม[***]

บทสรุป

เศรษฐกิจและธุรกิจมีความแตกต่างกัน แต่มีความเชื่อมโยงกัน หากธุรกิจไม่คำนึงถึงสังคมก็จะกระทบต่อธุรกิจอื่นๆ และเศรษฐกิจโดยรวม หรือที่เรียกว่าการพัฒนาเศรษฐกิจแบบสวนป่ายูคาลิปตัส เศรษฐกิจที่ดีควรจะมีศักยภาพที่จะตอบสนองความต้องการของคนในสังคมนั้นๆได้ รวมถึงสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และกระจายรายได้อย่างยุติธรรม อาจเรียกว่าเศรษฐกิจดังกล่าวว่า เศรษฐกิจแบบป่าดงดิบ ธุรกิจทางเลือกจึงเป็นกลไกในการสร้างเศรษฐกิจแบบป่าดงดิบ ที่คำนึงถึงการแก้ปัญหาสังคมเพื่อพัฒนาสังคมไปพร้อมๆกับการทำธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจทางเลือก มักประกอบการโดยคนๆเดียว หรือโดยครอบครัว หรือกลุ่มคนขนาดเล็กและเป็นธุรกิจที่เกิดผลกำไร แต่กำไรของธุรกิจดังกล่าวได้เติบโตไปพร้อมกับมิติของสังคมด้านอื่นๆ เช่น มิติด้านมนุษย์ สังคม วัฒนธรรม ครอบครัว เป็นต้น ซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกันผ่านธุรกิจทางเลือกจึงเป็นธุรกิจที่มีมิติของ“ผลประโยชน์แก่สังคมส่วนรวม (social benefits)”แทรกอยู่ในการดำเนินธุรกิจ เช่น สร้างพันธมิตรในการทำธุรกิจร่วมกับธุรกิจอื่น (Cluster) ดังตัวอย่างโยธกา และธนาคารเพื่อคนจน ธุรกิจทางเลือกยังประกอบการไปพร้อม ๆ กับการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในสังคม หรือ “สร้างคุณค่าทางสังคม” การประกอบการมิใช่การกุศล แต่มุ่งหารายได้ หากแต่มีรายได้ที่สอดคล้องกับเป้าหมายในการพัฒนาสังคม ตัวอย่างเช่นธุรกิจที่พัฒนาสินค้าจากความรู้ ภูมิปัญญา และความสามารถเฉพาะตัว สร้างสรรค์สินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือสร้างคุณค่าใหม่ของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาให้กับคนรุ่นใหม่ ทั้งยังช่วยให้ธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องเติบโตไปพร้อมกัน ดัง

[***] ธุรกิจชุมชนไม้เรียงจึงสอดคล้องกับข้อเสนอของการฟื้นฟูตลาดเก่าในเมืองไทย (P.Buasorn,2011) ที่เห็นว่าการฟื้นฟูตลาดเก่าให้เป็นเชิงพาณิชย์พร้อมๆ กับการรักษาประโยชน์แก่คนในชุมชน เศรษฐกิจชุมชน และสภาพแวดล้อมที่ดีในระยะยาวจะต้องบริหารจัดการโดยคนในชุมชน นอกจากนี้ มูลนิธิสถาบันอนาคตศึกษา(2012) ได้ทำการสำรวจธุรกิจในประเทศไทยและพบว่า กว่า 80% เป็นธุรกิจครอบครัวและกำลังประสบปัญหาการส่งผ่านธุรกิจจากรุ่นสู่รุ่นให้ประสบผลสำเร็จ แต่ในปัจจุบันสัดส่วนที่ประสบผลสำเร็จในการส่งผ่านธุรกิจนั้นมีสัดส่วนที่น้อยมากแต่จะเห็นว่า ขนาดการดำเนินธุรกิจทางเลือกมักมีจุดเริ่มต้นจากหน่วยเล็กๆในสังคมซึ่งก็คือ ครอบครัว หลายธุรกิจอาจเริ่มต้นจากการสืบทอดกิจการของครอบครัว การใช้ความรู้ ความสามารถที่มีอยู่เดิมมาพัฒนาปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัย ส่งผลให้ธุรกิจเหล่านี้สามารถดำเนินกิจการอยู่ได้ภายใต้สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ดังนั้น Pakamian จึงเป็นตัวอย่างธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวคิดังกล่าว

ตัวอย่างธุรกิจทำเฟอร์นิเจอร์ส่งออกของโยธกา ธุรกิจทางเลือกบางประเภท ยังท้าทายหลักการทำงานของธุรกิจ เช่น ธนาคารเพื่อคนจน ใช้ระบบความไว้วางใจแทนหลักทรัพย์ค้ำประกันแบบธนาคารทั่วไป และกำหนดกลุ่มคนจนเป็นกลุ่มเป้าหมาย ความสำเร็จของธนาคาร กลับมิใช่ตัวเลขรายได้ แต่เป็นการแก้ปัญหาให้คนจนมีวินัยทางการเงิน คนจนสามารถทำมาหากินได้ ความยากจนลดลง คนจนเชื่อมั่นในศักยภาพตนเอง ซึ่งกิจกรรมกลุ่มออมทรัพย์ในประเทศไทยที่กำลังเติบโตมากมายในขณะนี้ จึงมีแนวทางใกล้เคียงกับธนาคารเพื่อคนจน ธุรกิจชุมชนที่โออิตะ ประเทศญี่ปุ่น หรือที่ไม้เรียง อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างงาน สร้างศักยภาพในการพึ่งพาตนเองของคนในชุมชนให้ตระหนักและเห็นคุณค่าของสิ่งที่มีอยู่ในพื้นที่ของตนเอง ปลูกฝังให้คนรักบ้านเกิด ไม่ทิ้งถิ่น ธุรกิจเหล่านี้มีเป้าหมายที่มากกว่ากำไรแบบธุรกิจทั่วไป แต่เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคน ดังนั้นการทบทวนแนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของไทยให้สอดคล้องกับหลักการดังกล่าว จึงนับว่าช่วยส่งเสริมธุรกิจชุมชนอันเป็นการพัฒนาทางเลือกให้กับชุมชนโดยใช้ธุรกิจเป็นเครื่องมือ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(2547) เสนอว่า การประกอบอาชีพและธุรกิจในภาคการผลิตสินค้าและบริการที่สร้างงาน สร้างรายได้ ซึ่งไม่ได้อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของภาครัฐ เป็นหน่วยธุรกิจขนาดเล็กของชุมชน ธุรกิจที่ผู้ทำงานเป็นเจ้าของที่อาจมีลูกจ้างหรือใช้แรงงานในครอบครัว โดยมีทั้งที่ดำเนินการโดยถูกกฎหมายและหลีกเลี่ยงกฎหมาย หรือไม่มีกฎหมายกำกับ ธุรกิจเหล่านี้มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจของไทย และรัฐควรกำหนดทิศทางการจัดการที่ดีเพื่อสร้างความคุ้มครองและหลักประกันสังคม สร้างความเป็นธรรมและกระจายโอกาสในสังคม ส่งเสริมให้เป็นฐานของเศรษฐกิจโดยรวม ซึ่งกล่าวได้ว่า ธุรกิจทางเลือกจำนวนมากในประเทศ มีลักษณะดังที่กล่าวมา การส่งเสริมให้เกิดการจัดการที่ดี และสร้างความคุ้มครอง จึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจ และยังส่งเสริมการอยู่ร่วมกันของคนในชาติให้เกิดหลักประกันการมีชีวิตที่ดี ความยุติธรรมและกระจายโอกาสของคนในสังคม

เศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกัน กำลังได้รับความสนใจ จะเห็นได้จากการประชุมสัมมนานาชาตินับแต่ปี ค.ศ. 2003 จนปัจจุบัน[†††]ได้นำเสนองานวิจัยที่ค้นพบเศรษฐกิจดังกล่าวทั้งในแอฟริกา เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และประเทศญี่ปุ่น แนวคิดเศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกัน (Moral economy) เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ดำเนินการไปพร้อมกับเศรษฐกิจทุนนิยมโลกาภิวัตน์ แต่เศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกันคำนึงถึงความสัมพันธ์ต่างตอบแทนเป็นบรรทัดฐานในการแลกเปลี่ยน (norms of reciprocity) คำนึงถึงศีลธรรม และความเป็นมนุษย์เป็นประเด็นหลักพัฒนา ที่ประชุมยังเห็นว่าเศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกัน ที่คำนึงถึงความสัมพันธ์ต่างตอบแทน ถือเป็นกลไกในการปกป้องความอยู่รอดทางของประชาชนที่มีอุดมการณ์แตกต่างจากการขับเคลื่อนโดยทุนนิยมในโลกาภิวัตน์ แม้เศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกันจะเติบโตคู่ขนานไปกับเศรษฐกิจทุนนิยมแบบตลาด แต่เศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกันกลับเป็นการเติบโตจากภายในประเทศแทนการกระตุ้นจากภายนอก ตัวอย่างเช่น ในแทนซาเนีย แอฟริกา (Hyden,G.,2014:3-21) พบว่าเศรษฐกิจในระดับชุมชนท้องถิ่น ร้อยรัดกันด้วยความรักความผูกพันธ์ (Economy of affection) เป็นพื้นฐานในดำรงชีวิตเพื่อให้แต่ละครอบครัวสามารถดำรงสถานภาพในสังคมอยู่ได้ สามารถ

[†††]รายละเอียดโปรดดูที่ Comparative Perspectives on Moral Economy: Africa and Southeast Asia. Ed.BySugimura,K. (2009). และ Rural Development and Moral Economy in Globalizing Africa: From Comparative Perspectives. Ed.BySugimura,K. (2014)

แสวงหาความพึงพอใจ แบ่งปันผลประโยชน์ หรือแม้กระทั่งจัดหาสินค้าและบริการต่าง ๆ มาตอบสนองการดำรงชีวิต โดยช่วยปกป้องและบรรเทาทุกข์ในกลุ่มเครือญาติและเพื่อนบ้านด้วยวิธีการต่าง ๆ เศรษฐกิจที่ร้อยรัดด้วยความรักความผูกพันจึงสร้างความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการ และสถาบันที่ไม่เป็นทางการ เช่นเดียวกันการศึกษาในชนบทของประเทศเอธิโอเปีย ทวีปแอฟริกาของ Matsumura (2009:181-186) ยืนยันว่าแม้ชุมชนชนบทในแอฟริกาจะค่อยๆขึ้นกับระบบตลาด แต่การศึกษาพบว่า ชาวนาในเอธิโอเปียยังรักษาความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจแห่งการอยู่ร่วมกัน(Moral economy) กับเศรษฐกิจแบบตลาด พืชเศรษฐกิจที่ปลูกจึงมิได้มีความหมายเพียงสินค้าในตลาดเท่านั้น แต่อาจมีความหมายเป็นผลผลิตที่ใช้เพื่อสะสมความมั่งคั่ง หรือเพื่อแบ่งปันความมั่งคั่งให้กับเครือญาติหรือคนจนในหมู่บ้านก็ได้(ขึ้นกับปฏิสัมพันธ์ระหว่างคู่กรณี)

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. (2535). เศรษฐศาสตร์ที่เอื้อเพื่อชีวิต. **สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์** 38(46) : 37-39.

กนกวรรณ มะโนรมย์.(2556).**เศรษฐกิจในกำกับของสังคม :สถาบันสังคมกับเศรษฐกิจลุ่มน้ำอีสานและโขง.** ศูนย์วิจัยสังคมอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. อุบลราชธานี:บริษัทยงสวัสดิ์อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด.

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร. (8 มีนาคม. 2012). **รายการคิดต่อยอด.** เข้าถึงได้จาก http://www.youtube.com/watch?v=FdBm7dmelbk.

จตุพร จุ้ยใจงาม และพรชัย เทพปัญญา.(2557) “กิจการเพื่อสังคม แนวโน้มระบอบทุนนิยมสมัยใหม่กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ” **Veridian E-Journal** (7) 1(เดือนมกราคม – เมษายน),2557:124-137, [ออนไลน์] เข้าถึงเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2557 จาก http://www.ejournal.su.ac.th/upload/808.pdf

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2548).**แนวทางและวิธีวิจัยสังคมไทย.** กรุงเทพฯ:สร้างสรรค์.

ณรงค์ศักดิ์ พิชญพิสุทธิ์.(2551). “บทบาทภาครัฐและภาคสังคมใน ‘การฟื้นฟูท้องถิ่น’ ของญี่ปุ่น”**Japan Watch Project.** 2, 2 (เมษายน-มิถุนายน): 16-59.

ณรงค์ เพชรประเสริฐ.(2542).**ธุรกิจชุมชน : เส้นทางที่เป็นไปได้.** กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ปกป้อง จันทร์วิทย์.(2546).คอลัมน์ “มองมุมใหม่”.**หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ** ฉบับวันที่ 2, 3 และ 8 ตุลาคม

นฤมล นิราทร ... และคนอื่นๆ.(2548).**รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการการศึกษาเศรษฐกิจนอกภาคทางการในเขตเมืองเพื่อการขับเคลื่อนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง.**กรุงเทพฯ: สำนักงาน กองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.).

มูลนิธิสถาบันอนาคตศึกษา.(2012).**“ธุรกิจครอบครัวไทย”**[ออนไลน์]เข้าถึงเมื่อ 7 กรกฎาคม 2557 เข้าถึงได้จาก http://www.thailandfuturefoundation.org/th/article/TFF_FamilyBusiness.php

ยูนุส, มูฮัมหมัด.(2551). **นายธนาคารเพื่อคนจน.**สฤณี อาชวานันทกุล(แปล**).**กรุงเทพฯ : มติชน

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์.(2532).**กระบวนการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจประเทศไทย : บทวิเคราะห์ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจการเมือง พ.ศ. 2475-2531**.กรุงเทพฯ: สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.

วิชิต นันทสุวรรณ(10 เมษายน 2544). **“หนึ่งหมู่บ้าน-หนึ่งผลิตภัณฑ์จากโออิตะถึงสงขลา”**บรรยายที่สหกรณ์การเกษตรอำเภอหาดใหญ่.

สติกลิตซ์, เจ.อี.และทีมงาน.(2553). **วิพากษ์จีดีพีฉบับวิชาการ สำหรับนักปกครอง นักการเมือง ผู้วางนโยบายนักวิชาการนักสถิติ เอ็นจีโอ และสื่อสารมวลชน.**(ภัควดี,ผู้แปล).กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สวนเงินมีมา

สมบูรณ์ ศิริประชัย.(2545). **เศรษฐศาสตร์สถาบัน:ทางเลือกใหม่ในการวิเคราะห์สังคมเศรษฐกิจไทย.**การสัมมนาของกลุ่มเศรษฐศาสตร์สถาบันวันจันทร์ที่ 22 กรกฎาคม 2545. (เอกสารสำเนา)

สยามวาระ.(2556). “โยธกา.” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทพีบีเอส.23 มกราคม 2556. [ออนไลน์]เข้าถึงได้จาก http://www.youtube.com/watch?v=-2GbOZXIqyI

สฤณีอาชวนันทกุล(บรรณาธิการ). (2553). **กิจการเพื่อสังคมน้ำดี 50 องค์กร.** กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ Bizbook.

สุวิดา ธรรมมณีวงศ์.(2553). ตลาดสด: การสร้างเศรษฐกิจชาติในเขตเศรษฐกิจและวัฒนธรรม.**วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร**ฉบับภาษาไทย30(2): 131-147.

สุวิดา ธรรมมณีวงศ์.(2556).การปะทะประสานระหว่างเศรษฐกิจประชาชนกับเศรษฐกิจทุนนิยม: กรณีศึกษาตลาดในลุ่มน้ำท่าจีน – แม่กลอง**วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากรฉบับภาษาไทย** 33(2): 215-248.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2547). **ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเศรษฐกิจนอกระบบ**. [ฉบับอิเล็กทรอนิกส์]ในการประชุมวิชาการประจำปี 2547 เรื่องเศรษฐกิจนอกระบบกับการบริหารจัดการที่ดีของรัฐ จัดโดยสำนักงานคระกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 24 มิถุนายน 2547 ณ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าอิมแพ็ค เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี.เข้าถึงเมื่อ 7 กรกฎาคม 2557 เข้าถึงได้จาก http://www.nesdb.go.th/Portals/0/news/annual_meet/47/present/presentation_01Pdf.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2548) **“พลิกฟื้นผืนนาไทยกับครูภูมิปัญญาไทยยุคใหม่-ไม้เรียงต้นแบบแบบแห่งการเรียนรู้”. [ซีดีรอม]**.

เสรี พงศ์พิศ.(2547ก). “ จากไม้เรียงถึงมะนิลา: จากรากหญ้าถึงแมกไซไซตอน 4” **มติชนสุดสัปดาห์.** 24,1261(15 ตุลาคม) : 35-36

เสรี พงศ์พิศ.(2547ข). “จากไม้เรียงถึงมะนิลา:จากรากหญ้าถึงแมกไซไซตอน5” **มติชนสุดสัปดาห์.สัปดาห์.** 24,1262(15 ตุลาคม) : 37

เสรี พงศ์พิศ.(2547ค). “ จากไม้เรียงถึงมะนิลา: จากรากหญ้าถึงแมกไซไซตอน 6” **มติชนสุดสัปดาห์.สัปดาห์.** 24,1263(15 ตุลาคม) : 47

เสรี พงศ์พิศ. (2550).**เศรษฐกิจพอเพียงเกิดได้ถ้าใจปรารถนา.** กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์พลังปัญญา.

เสรี ลีลาลัย .(2545) .“บททดลองเสนอการสร้างเศรษฐกิจชาติบนรากฐานเศรษฐกิจชุมชน.”หน้า 1-36.เอกสารการประชุมเสนอผลงานวิจัยเรื่องเศรษฐกิจชุมชนลุ่มน้ำ เสนอที่โรงแรมสยามซิตี้ กรุงเทพมหานคร 25-26 ตุลาคม.

SMEs Academy.(2012).PAKAMIAN ผ้าขาวม้ามีดีไซน์.27 มีนาคม 2012. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก http:// www.youtube.com/watch?v=ewX9vIiXWmU .

ภาษาต่างประเทศ

Blau,Peter M.(1974). 'Social Exchange.' In **On the Nature of Organization**,:204-214.New York: JohnWiley&Sons.

Hyden,G.(2014). **The Economy of Affection:Vanishing or Still Alive?.**In Rural Development and Moral Economy in Globalizing Africa: From Comparative Perspectives. Proceeding on 6 thInternational Conference on African Moral Economy Africa (26-28 August 2013,Fukui Japan). Ed. By Sugimura,K. Fukui: Fukui Prefectural University.

Matsumura, Keiichiro.(2009). 'Turning Wealth into Cash or Gift? : Negotiating Morality in Highland Ethiopia' in **Comparative Perspectives on Moral Economy: Africa and Southeast Asia,:**181-186**.** Proceeding on3rd International Conference on Moral Economy of Africa (7-9 October,2006,Fukui Japan). Ed. by Kazuhiko Sugimura. Fukui: Fukui Prefectural University.

Muhammad Yunus.(2008).**"How Legal Steps Can Help Pave the Way to Ending Poverty"** Grameen Dialogue. (october). .[Online]. Retrieved July 7,2014. from:http:// www.grameen.com/dialogue/dialogue69/coverstory.html

P.Buasorn.(2011). "The revitalization of the old markets in Thailand"**Veridian E-Journal**(4)1 (May-August), 2011:36–55, [electronic version]. Retrieved July 7,2014. From: http://www.ejournal.su.ac.th/upload/85.pdf.

Sayer,Andrew.(2004).**"Moral economy"** paper posted on the webpage of Department of Sociology,LancasterUniversity,U.K.[Online].Retrieved December25,2013. From:http:// www.lancs.ac.uk/fass/sociology/papers/sayer-moral-economy.pdf.

Sugimura, Kazuhiko.(2009). Comparative Perspectives on Moral Economy: Africa and Southeast Asia. Proceeding on3rd International Conference on Moral Economy of Africa (7-9 October,2006,Fukui Japan). Ed. by Kazuhiko Sugimura. Fukui: Fukui Prefectural University

Sugimura, Kazuhiko.(2014).Rural Development and Moral Economy in Globalizing Africa: From Comparative Perspectives.Proceeding on 6th International Conference on African Moral Economy at University of Dodoma and VETA Hotel, Dodoma,Tanzania. (26- 28 August 2013).Fukui Prefectural University-Japan.

Yunus Center. (2011).**Each of You has the Power to Change the World**. [Online]. Retrieved July,7,2014. from:http://www.muhammadyunus.org.