

ฟาร์มเวสต์เมนต์  
โมเดลลด'เหลื่อมล้ำ'  
> 24

# ฟาร์มเวสต์เมนต์ โมเดลลด'เหลื่อมล้ำ'

● บุชกร กุ๊เส  
กรุงเทพธุรกิจ

Farmvestment โมเดลธุรกิจรางวัลชนะเลิศในโซเซียลเอนเตอร์ไพรส์คอนเฟอเรนซ์ (SECON 2018) จากยูเอ็นเอสทอนแนวคิด "คิรพัทธ์ คีรวิริยะกุล" ทายาทรุ่น 4 ของเกษตรไทยอินเตอร์เนชั่นแนลซูการ์คอร์ปอเรชั่น ธุรกิจน้ำตาลรายใหญ่ในประเทศไทยที่ไม่ได้มุ่งหวังผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่มุ่งที่จะทำให้สังคมดีขึ้นด้วย

"เหตุผลที่ได้รับรางวัลชนะเลิศอาจเป็นเพราะไอเดียมีความเป็นไปได้จริงและส่งผลกระทบต่อในวงกว้าง โดยจะสามารถช่วยเกษตรกร 1,000 คนให้มีรายได้เพิ่ม ทั้งยังสะท้อนถึงกระบวนการทางความคิด (Mindset) ของผู้บริหารรุ่นใหม่ของกลุ่ม KTIS ที่ให้ความสำคัญด้านเกษตรกรรมที่ถูกปลูกฝังอยู่ในสายเลือดตั้งแต่สมัยคุณปู่กลายเป็นแรงบันดาลใจในการพัฒนาโมเดลธุรกิจนี้"

## ธุรกิจปรับสังคมเปลี่ยน

SECON เป็นโครงการประกวดแผนธุรกิจในรูปแบบของโซเซียลเอนเตอร์ไพรส์เพื่อแก้ปัญหาหรือพัฒนาสังคม ชุมชนหรือสิ่งแวดล้อมตามความถนัดและความสนใจแต่ไม่ได้ลงรายละเอียดในรายละเอียดเน้นคอนเซ็ปต์วิธีการคิดและผลกระทบต่อในวงกว้างที่จะเกิดขึ้นโดยใช้ระยะเวลา 4-5 ชั่วโมงในการทำแผนธุรกิจ



นักธุรกิจไทยได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวดแผนธุรกิจด้าน SE

โครงการฯ ยังกำหนดให้ผู้เข้าแข่งขันจะต้องมาเป็นทีม ประกอบด้วย 3 ภาคส่วนคือ ภาคเอกชน ภาครัฐและเอ็นจีโอ ในส่วนของ Farmvestment สมาชิกประกอบด้วยตัวแทนจากสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) ยูเนสโกและบริษัทที่ปรึกษาในฐานะภาคเอกชน

สำหรับ Farmvestment ทำหน้าที่คล้ายกับตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าออนไลน์ โดยการเสาะหาชุมชนเกษตรกรที่มีความพร้อมจะเข้าร่วมโครงการ จากนั้นจะเข้าไปทำการอบรมให้ความรู้และเงินลงทุนซึ่งมาจากผู้บริโภคนในลักษณะคล้ายคราวด์ฟันดิงผ่านแอปพลิเคชัน

เบื้องต้นเลือกผลไม้ 2-3 ชนิดเป็นสินค้านำร่อง หนึ่งในนั้นคือ สตรอว์เบอร์รี่ให้ผู้บริโภคสั่งซื้อสินค้าเกษตรล่วงหน้า เช่น จ่ายเงิน 1,000 บาทได้ 4 กิโลกรัม แม้ราคาไม่ต่างจากหน้าแผง แต่สิ่งที่ได้รับคือ ผลไม้ปลอดสารพิษส่งตรงจากสวนถึงมือผู้ซื้อและได้ช่วยเหลือเกษตรกร ซึ่งจะมีรายได้เพิ่ม 50% เพราะตัดพ่อค้าคนกลาง

"เป้าหมายในการสร้างธุรกิจมีความชัดเจนคือ ไม่มุ่งเน้นกำไรสูงสุด แต่การสร้างรายได้นั้นมีขึ้นเพื่อเพิ่มผลประโยชน์ของสังคมสิ่งแวดล้อมและการเงินไปพร้อมๆ กัน โซเซียลเอนเตอร์ไพรส์จึงเป็นคำตอบที่อยู่ตรงจุดในการเข้ามาช่วยเหลือชุมชน สิ่งแวดล้อม

# กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij  
Circulation: 200,000  
Ad Rate: 2,400

**Section:** การเงิน-ลงทุน/Think StartUp

**วันที่:** จันทร์ 26 พฤศจิกายน 2561

**ปีที่:** 32

**ฉบับที่:** 11022

**Col.Inch:** 66.06 **Ad Value:** 158,544

**หน้า:** 26(บน), 24

**PRValue (x3):** 475,632

**คลิป:** ลีสี่

**หัวข้อข่าว:** ฟาร์มเวสต์เมนท์ โมเดลลด'เหลื่อมล้ำ'

และสังคม ขณะเดียวกันมีรายได้ให้กับองค์กรอยู่ได้ และช่วยลดความเหลื่อมล้ำในสังคม"ศิริพัทธ์ กล่าว

นอกจากนี้ 2 ปีที่ผ่านมาได้ทำบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากชานอ้อยโดยชูแนวคิดรักษ์โลกมาเป็นจุดขาย ภายใต้การดูแลของบริษัทย่อย EPPCO ตลาดหลักอยู่ในยุโรปและสหรัฐฯ เนื่องจากให้ความสำคัญอย่างมากเรื่องสิ่งแวดล้อม อีกส่วนคือเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รวมถึงจีน ไทย ที่ให้ความสำคัญเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ จึงต้องใช้แบรนด์แตกต่างกันเพื่อความชัดเจน

ตลาดในยุโรปและสหรัฐฯให้ความใส่ใจปัญหาเหล่านี้ เช่นเดียวกับประเทศไทยในปัจจุบันจะเห็นหลายหน่วยงานเริ่มมีมาตรการแบนพลาสติก จึงเป็นโอกาสสำหรับผลิตภัณฑ์ทางเลือกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้

## แตกไลน์ลดความเสี่ยง

ศิริพัทธ์ ในฐานะผู้บริหารคนรุ่นใหม่ของธุรกิจครอบครัว กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญการสร้างแบรนด์ KTIS ในอนาคตจะไม่หยุดแค่น้ำตาลแต่จะมีผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมามากขึ้น

ปัจจุบันรายได้ของกลุ่มประมาณ 20,000 ล้านบาท สัดส่วนหลัก 70% มาจากน้ำตาล ดังนั้น ความท้าทายของ

ผู้บริหารเงินเนื้อเรชั่นวายจึงเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้น้ำตาลมากขึ้น

เนื่องจากธุรกิจน้ำตาลกำไรน้อย มีความผันผวนมาก ประกอบกับติดปัญหาและข้อจำกัดหลายอย่าง โดยเฉพาะการขายพื้นที่ปลูกอ้อย จึงต้องเปลี่ยนมาเน้นการสร้างมูลค่าจากธุรกิจที่ไม่ใช้น้ำตาลมากขึ้นด้วยการต่อยอดจากผลพลอยได้ที่ได้จากการผลิตน้ำตาล เช่น จาน ชาม จากชานอ้อย พลังงานสะอาด หรือการทำน้ำตาลที่มีลักษณะ พิเศษ อาทิ น้ำตาลใสวิตามินหรือแคลเซียม แต่ต้องศึกษาตลาดและความเป็นไปได้เชิงธุรกิจก่อน

"ในอีก 2 ปีข้างหน้ามีความเป็นไปได้ว่าจะสปีน-ออฟเพื่อทำธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยดึงคนที่มีไอเดีย มีความสามารถทำงาน โครงสร้างบริษัทไม่ได้เป็นรูปแบบเดิม แต่สามารถนำไปช่วยเสริมธุรกิจเดิมได้ในรูปแบบการต่อยอดจากขายโปรดักส์ทางการเกษตรเพื่อความยั่งยืน เนื่องจากเป็นสินค้านวัตกรรมที่มีมูลค่าสูง อาทิ การนำไปใช้เป็นวัตถุดิบผลิตสกินแคร์ เครื่องสำอาง ไปโอพลาสติก"