

บทที่ 3

การออกแบบและสร้างนวัตกรรมของวิศวกรสังคม

ผู้เขียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด

“นักศึกษาวิศวกรสังคม” จำเป็นต้องเรียนรู้ เข้าใจ เข้าถึง ปฏิบัติ พัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ซึ่งอาจรวมทั้ง 10 ทักษะสำคัญที่จากรายงาน The Future of Jobs ของ World Economic Forum ที่โลกในอนาคตปรารถนาจากทรัพยากรมนุษย์ให้มีทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ และการสร้างนวัตกรรม ทักษะการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม และมีกลยุทธ์การเรียนรู้ ทักษะความสามารถในการแก้ปัญหาซับซ้อน ทักษะการคิดและวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มี วิจารณ์ญาณ ทักษะความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เป็นต้นฉบับไม่ซ้ำใคร ทักษะความเป็นผู้นำและการมีอิทธิพลต่อสังคม ทักษะความสามารถในการใช้ควบคุมดูแลเทคโนโลยี ทักษะความสามารถในการออกแบบเทคโนโลยีและเขียนโปรแกรม ทักษะการจัดการความเครียด ยืดหยุ่นและรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ และทักษะการให้เหตุผล การแก้ปัญหาและการระดมแนวคิด นอกจากนี้ยังต้องมีทักษะติดตัว 4 ทักษะ คือ ทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงเหตุผล เห็นปัญหาเป็นสิ่งที่ท้าทาย ทักษะการสื่อสารองค์ความรู้เพื่อแก้ปัญหา ทักษะการทำงานร่วมกันโดยปราศจากข้อขัดแย้งระดมสรรพกำลังและทรัพยากรในการแก้ปัญหา ทักษะการสร้างนวัตกรรมชุมชน พร้อมทั้งมีลักษณะ 4 ประการ คือมีทัศนคติที่ดีและถูกต้อง มีพื้นฐานชีวิตที่มั่นคงเข้มแข็ง มีอาชีพ มีงานทำ และเป็นพลเมืองดี เมื่อเคี้ยวทักษะเหล่านี้ให้เกิดขึ้นนักศึกษาวิศวกรสังคมจะเป็นทั้งนักคิด นักสื่อสาร นักประสานและนักนวัตกรรม ทั้งนี้สิ่งที่นักศึกษาวิศวกรสังคมจำเป็นต้องเรียนรู้เพิ่มเติมในบทนี้เป็นเครื่องมือที่ต้องนำไปใช้จริงในศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นหรือการลงพื้นที่เพื่อไปร่วมพัฒนา แก้ไขปัญหา สร้างนวัตกรรมในชุมชนท้องถิ่น จึงต้องเรียนรู้ทักษะชีวิตในศตวรรษที่ 21 เน้นการออกแบบ การสร้างนวัตกรรมทางสังคม และเครื่องมือที่นำมาใช้ประกอบทักษะวิศวกรสังคมได้ตามแนวคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) แบบจำลองเชิงธุรกิจ (Lean-Business model canvas) กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) และกระบวนการสตาร์ทอัพ (Startup process)

3.1 ความสำคัญในการออกแบบและสร้างนวัตกรรมของวิศวกรสังคม

3.1.1 การออกแบบของวิศวกรสังคม

การเป็นวิศวกรสังคมต้องเข้าใจก่อนว่า สิ่งแรกที่ตนเองต้องมีและฝึกฝนให้มากที่สุด คือ ทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงเหตุผล ซึ่งจุดเริ่มต้นสำคัญคือ ต้องเก่งคิด โดยการออกแบบกระบวนการกิจกรรมในการพัฒนาศักยภาพของวิศวกรสังคมต้องเริ่มจากการคิดเก่ง คิดเป็นเหตุเป็นผล คิดอย่างเป็นระบบ คิดให้เห็นภาพในสิ่งที่ต้องการดำเนินการ ซึ่งในคำว่า “การออกแบบ” มีรูปแบบการคิดเชิงสร้างสรรค์ การขีดเขียนตามความคิดเห็นให้ เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งความหวังไว้ออกมาเป็นรูปแบบ เป็นภาพ เป็นขั้นตอน เป็นโมเดล ผังภาพ ผังความคิด ผังมโนทัศน์ที่สามารถเป็นนำไปสู่การแก้ปัญหาหรือการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน การออกแบบเป็นการถ่ายทอดความคิด ความรู้ ออกมาเป็นภาพศิลป์ที่ผสมศาสตร์ไว้อย่างลงตัวทั้งเป็นการสร้างสรรค์ใหม่ ต่อยอด

ความคิดเดิม เพิ่มเติมสิ่งที่ขาดหายไปให้เป็นสิ่งใหม่ รูปแบบใหม่ซึ่งครอบคลุมถึงการออกแบบวัตถุ ระบบ หรือ ปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์รวมถึงการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

คำว่า “การออกแบบ” มีนักวิชาการให้นิยามไว้ว่า การออกแบบ คือการเลือก การจัด การรวบรวมวัตถุ สิ่งของ หรือเรื่องราวเนื้อหาด้วยจุดมุ่งหมายเพื่อให้มีระเบียบ ให้มีความงาม ให้สัมพันธ์เข้าด้วยกันทั้งหมด (Golestein, 1968; Bevlin, 1980) นอกจากนี้นักวิชาการไทยได้ให้นิยาม “การออกแบบ” หมายถึง การรู้จัก วางแผน การปรับปรุงรูปแบบผลงานให้แตกต่าง เพิ่มความใหม่ขึ้น การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบตามความ ประสงค์ในสิ่งที่มีอยู่ในความนึกคิด อันอาจเป็นรูปแบบที่ออกแบบกำหนดด้วยการจัดทำทาง ถ้อยคำ เส้น สี แสง เสียง รูปแบบและวัสดุต่าง ๆ เพื่อความงาม (พาตนา ตันชวลักษณ์, 2526; อารี สุทธิพันธ์, 2527; วิรุณ ตั้งเจริญ, 2527; สิทธิศักดิ์ ธัญศรีสวัสดิ์กุล, 2529) นอกจากนี้การออกแบบไปอยู่ในส่วนของลวดลายทางศิลปะประกอบ ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของชาวบ้านชุมชนท้องถิ่น เช่นการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ลวดลายผ้าซิ่น ลวดลายบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งคำว่า “การออกแบบลวดลาย” มีความสำคัญมากเพราะการสร้างลวดลายบนผ้าทอมือที่มีความ สง่างามมีค่ากล่าวของคนโบราณว่า ถ้าใครเอาผ้าลวดลายเหวตามาใส่แล้วจะทำให้ผิวเป็นขี้กาก คือสถานะของคน ทั่วไปไม่เหมาะกับผ้าเหล่านั้นซึ่งควรจะเป็นผ้าสำหรับถวายวัด” (Preechakiat, B., 2015: interview in Pipitkul, T., 2016)ทั้งนี้การออกแบบยังอาศัยแรงบันดาลใจจาก 3 สิ่งที่มีหัตถกรรมบนผืนแผ่นดินไทย ได้แก่ 1) มหัตถกรรมที่ 1 “ทรัพย์ในดิน สินในน้ำ” คือ เรามีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมมาตั้งแต่อดีต จน ประชาชนโบราณกล่าวไว้ว่า “ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว” 2) มหัตถกรรมที่ 2 “วัฒนธรรมล้ำค่า งามตาประเพณีไทย” ด้วยความหลากหลายและความเป็นปึกแผ่นของไทย ทำให้เราเกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรม เชื้อชาติ และ ศาสนา ที่อยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขบนแผ่นดินขวานทอง และ 3) มหัตถกรรมที่ 3 “หัวใจแบบไทยๆ” ความมหัตถกรรม ที่สำคัญที่สุดที่เราได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษมาโดยไม่รู้ตัว นั่นคือหัวใจแห่งความเป็นไทย คนไทยมีน้ำใจ มิตรไมตรี และรอยยิ้มอยู่แล้ว (เบญจวรรณ บุ่งทอง, 2561) ทั้งนี้ในการวิจัยพื้นที่คำชะโนด จังหวัดอุดรธานีมีการ ออกแบบลวดลายของคำชะโนดเกิดขึ้นจากคติชนของผู้เชี่ยวชาญที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้ทอผ้าผู้ที่ผูกพันกับวิถี ชีวิตของภูมิสังคมของคำชะโนด ผู้ที่เป็นชาวคำชะโนดผนวกกับองค์ความรู้วิชาการที่มีความถนัดในการออกแบบ และประยุกต์ลวดลายใหม่เพื่ออนุรักษ์คำชะโนด ความเชื่อ ความเป็นมงคลแห่งแผ่นดินคำชะโนดไว้ในผืนผ้าผ่าน ความเชื่อของชาวคำชะโนดที่ต้องสร้างลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์คำชะโนดให้ยั่งยืน (ภูสิทธิ์ ภูคำชะ โนด, 2561) เมื่อพิจารณาการออกแบบของวิศวกรสังคมมีความสำคัญอย่างมากในระบบความคิดเชิงสร้างสรรค์ หมายถึงการขยายขอบเขตความคิดออกไปจากกรอบความคิดเดิมที่มีอยู่สู่ความคิดใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อน เพื่อ ค้นหาคำตอบที่ดีที่สุดให้กับปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งมีกระบวนการ 3 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ 1) ขั้นตอนกำหนดเป้าหมายการ คิด 2) ขั้นตอนแสวงหาแนวคิดใหม่ และ 3) ขั้นตอนประเมินและคัดเลือกแนวคิด การคิดสร้างสรรค์ที่ประสบ ความสำเร็จที่ต้องประกอบด้วยเรื่องการคิดเป็นหลักแล้ว ต้องมีคุณธรรมจริยธรรมเป็นพื้นฐานการคิดด้วย เพื่อให้สิ่ง ที่คิดสร้างสรรค์ขึ้นมาได้นั้นไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้อื่น ๆ และส่วนรวมแต่จะก่อประโยชน์แก่สังคมและ มนุษยชาติมากที่สุด (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2553) ซึ่งให้เห็นการคิดเชิงสร้างสรรค์ เป็นการนำชีวิตไปสู่

ความสำเร็จในรูปแบบใหม่ ๆ ที่ไม่ก่อให้เกิดโทษภัยกับผู้ใดหรือสังคม แต่เป็นการก่อประโยชน์สูงสุดซึ่งความสุข ความสันติแก่ตนเองและมนุษยชาติอย่างยั่งยืนนั่นเอง ดังนั้นการคิดเชิงสร้างสรรค์ต้อง “คิดดี ทำดี มีประโยชน์แก่ ปวงชน” เป็นฐานจนก่อรูปเป็นการคิดดีใหม่ ทำดีใหม่ สร้างประโยชน์เพิ่มพูนใหม่ ๆ แก่ส่วนร่วมถึงจะเรียกว่า การคิดเชิงสร้างสรรค์ (ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด, 2564) ดังนั้นคำว่า การออกแบบ หมายถึง การคิดสร้างสรรค์ ผสานความรู้ เพื่อจัดวางเค้าโครงความคิดให้เป็นระบบระเบียบ เชื่อมโยงความคิดออกเป็นภาพความคิดเชิงเห็นและผล เชื่อมโยง ปฏิสัมพันธ์นำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้และคิดออกแบบไว้ พร้อมกับรู้จักการปรับปรุงรูปแบบความคิดเดิมไปสู่ ความคิดใหม่ที่น่าสนใจ เป็นจริงได้ตามวัตถุประสงค์

3.1.2 การสร้างนวัตกรรมของวิศวกรสังคม

การสร้างนวัตกรรมในที่นี้หมายถึงความถึงการเริ่มต้นคิดสิ่งใหม่ ๆ อย่างมีเหตุผล มีความสร้างสรรค์ มีความต่อยอดสิ่งใหม่ ๆ ปรับปรุงสิ่งเดิมให้มีแนวทางใหม่ ๆ รูปแบบวิถีวิธีการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นใน วิธีการ ขั้นตอน แนวทาง เครื่องมือใหม่ ๆ โดยภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด (2564) ได้นิยามคำว่า “นวัตกรรม” หมายถึง กระบวน เครื่องมือ รูปแบบ ขั้นตอน แนวคิดที่ก่อรูปที่มีระบบระเบียบอย่างเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจนขึ้นใหม่ เกิดความคิดใหม่ ทำใหม่ ต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง สร้างสรรค์ในการบริหารจัดการในกระบวนการมีส่วนร่วมของ ประชาชนและเครือข่ายท้องถิ่น ทั้งนี้เมื่อวันที่ 30 มีนาคม ถึง 1 เมษายน 2542 ณ ศูนย์ประชุมสหประชาชาติ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีได้ทรงอธิบายในการแสดงปาฐกถา เรื่อง “เทคโนโลยีนวัตกรรม กับการพัฒนาประเทศ” ในการประชุมประจำปีของสำนักงานพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) โดยมีใจความตอนหนึ่งว่า

“... คนเรานั้นจะต้องมีนวัตกรรม คือต้องมี Innovation หรือต้องรู้จักสร้างสรรค์ หรือต้อง มีความพร้อมที่จะก้าวไปข้างหน้า ปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของโลก แต่ว่าก็ต้องสามารถ ปรับโลกให้เหมาะสมสอดคล้องกับความเป็นอยู่ ความพอใจ ความสุขสบายของตัวเองเหมือนกัน ต้องแก้ปัญหาด้วยความคิด พอทางหนึ่งตันก็ต้องหาทางใหม่ ไม่มองมืองอเท้า ยิ่งในภาวะวิกฤต ยิ่ง ต้องการนวัตกรรม ซึ่งไม่เฉพาะแต่นวัตกรรมทางเทคโนโลยีเท่านั้น หากแต่เป็นนวัตกรรมของระบบ โดยรวมตั้งแต่สังคม เศรษฐกิจ และวิถีชีวิต หรือวัฒนธรรม...”

นวัตกรรม หมายถึง สิ่งที่ทำใหม่หรือแปลกจากเดิม ซึ่งอาจจะเป็นความคิด วิธีการ หรืออุปกรณ์ เป็นต้น (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546) นอกจากนี้สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2548) ได้ให้ความหมายของ นวัตกรรมไว้ว่า “นวัตกรรม” คือ “สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ และสังคม” ยังมีการอธิบายถึงคำว่า “นวัตกรรม” (innovation) มีรากศัพท์มาจากคำว่า innovare ในภาษาละติน แปลว่า ทำ สิ่งใหม่ขึ้นมา ซึ่งความหมายดังกล่าวสอดคล้องกับคำว่า “นวัตกรรม” ในภาษาไทยที่มีรูปศัพท์ เดิมมาจากภาษา บาลี คือ “นว” แปลว่าใหม่ “อัตต” แปลว่าตนเอง และ “กรรม” แปลว่าการ กระทำ เมื่อนำคำ “นว” มาสนธิกับ “อัตต” จึงเป็น “นวตต” และเมื่อรวมคำ “นวตต” สมาสกับ “กรรม” จึงเป็นคำใหม่ว่า นวัตกรรม แปลตามราก ศัพท์เดิมว่า การกระทำที่ใหม่ของตนเอง หรือการ กระทำของตนเองใหม่ หรือหมายถึง ความคิด หรือการกระทำ

ใหม่ ๆ ที่นำมาใช้แก้ปัญหาใน การปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ทั้งนี้คำว่า “นวัตกรรม” ยังชี้ชัดในความหมายถึง “สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือกระบวนการใหม่ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พัทธพงศ์ วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย และประกอบ คุปรัตน์, 2553: 49-54) ดังนั้นในการสรุปคำว่า “นวัตกรรม” ที่น่าสนใจผู้เขียนได้นำการสรุปนิยามจากการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการบริหารจัดการการมีส่วนร่วม เครือข่ายชุมชนเมืองกรุงเทพมหานครเพื่อการท่องเที่ยวระดับโลก (ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด, 2564) ที่ระบุถึงนิยามคำว่า “นวัตกรรม” หมายถึง สิ่งใหม่จากความคิด กระบวนการ วิถี ความรู้ เครื่องมือ ระเบียบวิธี องค์ความรู้ สิ่งสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์เพิ่มคุณค่าและมูลค่าที่ตอบโจทย์สังคม เศรษฐกิจ ชุมชนท้องถิ่น สุขภาพ สิ่งแวดล้อม การเมือง เทคโนโลยี ข้อมูลที่เชื่อมโยงไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้และใช้ประโยชน์ได้จริง

การสร้างนวัตกรรมมีแนวคิดที่น่าสนใจของผู้สร้าง EasyInnovation Model โดย วีรินยาอร เหลืองบริบูรณ์ (2564) ได้เขียนบทความเรื่อง นวัตกรรม คืออะไร? อธิบายคำว่า นวัตกรรม ตามแนวทางของ EasyInnovation เกิดจากการรวมตัวของ 3 กลุ่มคำที่สำคัญ คือ Thing + New + Value โดยคำว่า Thing อธิบายได้ทั้งผลิตภัณฑ์ (Product) กระบวนการ (Process) การบริการ (Service) และรูปแบบธุรกิจ (Business Model) ส่วนคำว่า New หมายถึง ความใหม่ รวมถึง Value หมายความว่า สิ่งใหม่ต้องเกิดคุณค่าได้จริงโดยมีผู้นำไปใช้งาน (User) แล้วกล่าวถึงการมีผู้ใช้งานหรือผู้ที่ได้ประโยชน์จากสิ่งนั้น (THING)

ดังนั้นรูปแบบการสร้างนวัตกรรมของวิศวกรสังคมจึงไม่จำเป็นต้องถูกตีกรอบว่าต้องเป็นสิ่งประดิษฐ์เท่านั้นอาจเป็นรูปแบบความคิดใหม่ ๆ ต่อยอด เพิ่มค่า หากจุดต่าง สร้างสรรค์ แบ่งปันชุมชนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการใช้นวัตกรรมนั้น ๆ ได้ การสร้างนวัตกรรมจึงมีรูปแบบลักษณะหลากหลายเป็นต้นว่า

(1) การออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) การออกแบบกรอบแนวคิดวิจัยต้องทบทวนวรรณกรรมกับข้อมูลที่เป็นตัวแปรต้นและตัวแปรตามที่เป็นปัจจัยในการวิเคราะห์ข้อมูลหรือตีค่าข้อมูล ซึ่งคำว่า ตัวแปร หมายถึงลักษณะ หรือสภาวะการณ์ ปัจจัยสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผู้วิจัยต้องการตีค่าข้อมูลเพื่อค้นหาคำตอบของการวิจัยได้ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรต้น หรือตัวแปรอิสระ (Independent Variable: IV) หมายถึงปัจจัยที่เกิดขึ้นก่อนและเป็นสาเหตุมีอิทธิพลที่ทำให้ตัวแปรตามเปลี่ยนแปลงไปด้วย ส่วนตัวแปรตาม (Dependent Variable: DV) หมายถึงปัจจัยที่ผันแปรไปตามที่รับอิทธิพลจากตัวแปรต้น (บุญธรรม กิจปรีดา บริสุทธิ, 2535; ยุทธ ไกยวรรณ, 2553; ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560) ซึ่งผู้เขียนยกตัวอย่างกรอบการวิจัย 3 กรอบแนวคิด ดังนี้

(1.1) กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร” โดยอธิบายกรอบแนวคิดไว้ดังนี้ (ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด, 2552)

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ (1) เพศ (2) อายุ (3) ศาสนา (4) ระดับการศึกษา (5) อาชีพ (6) รายได้ต่อเดือน (7) ระยะเวลาที่อยู่อาศัยในชุมชน และ (8) การเป็นสมาชิกกลุ่มทางสังคม

1.2 ข้อมูลด้านสังคม ประกอบด้วย

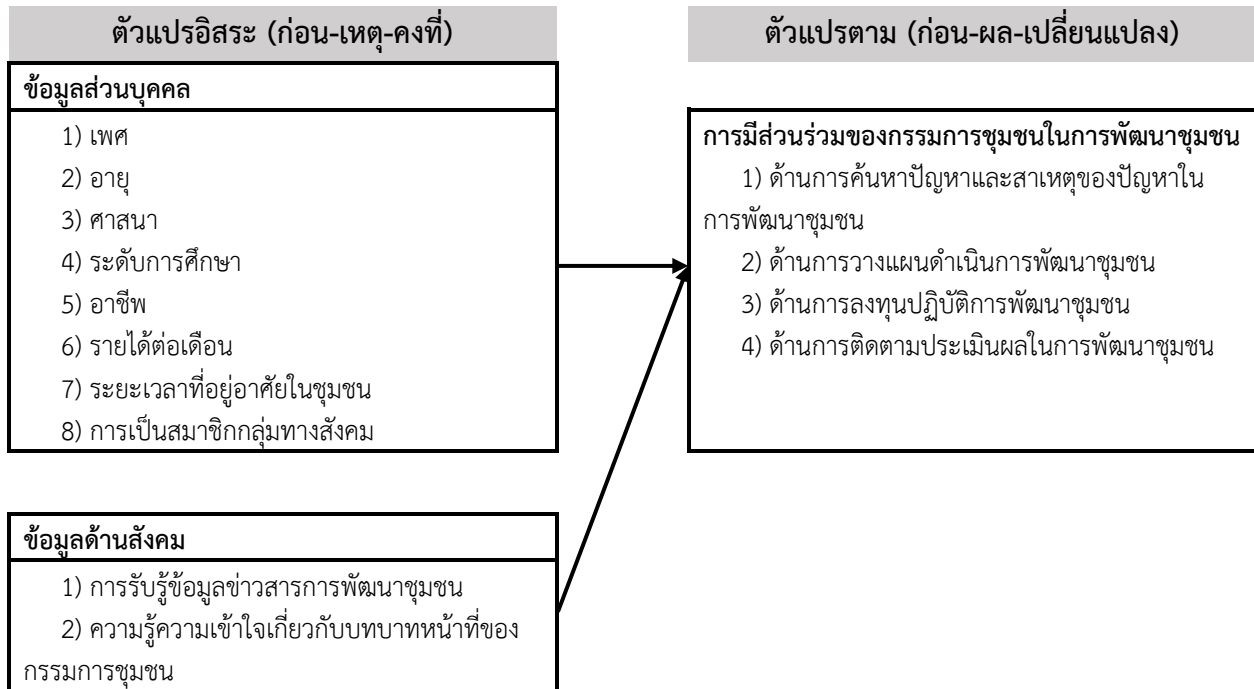
- 1) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการพัฒนาชุมชน
- 2) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของกรรมการชุมชน

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการ

พัฒนาชุมชน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 1) ด้านการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาในการพัฒนาชุมชน
- 2) ด้านการวางแผนดำเนินการพัฒนาชุมชน
- 3) ด้านการลงทุนปฏิบัติการพัฒนาชุมชน
- 4) ด้านการติดตามประเมินผลในการพัฒนาชุมชน

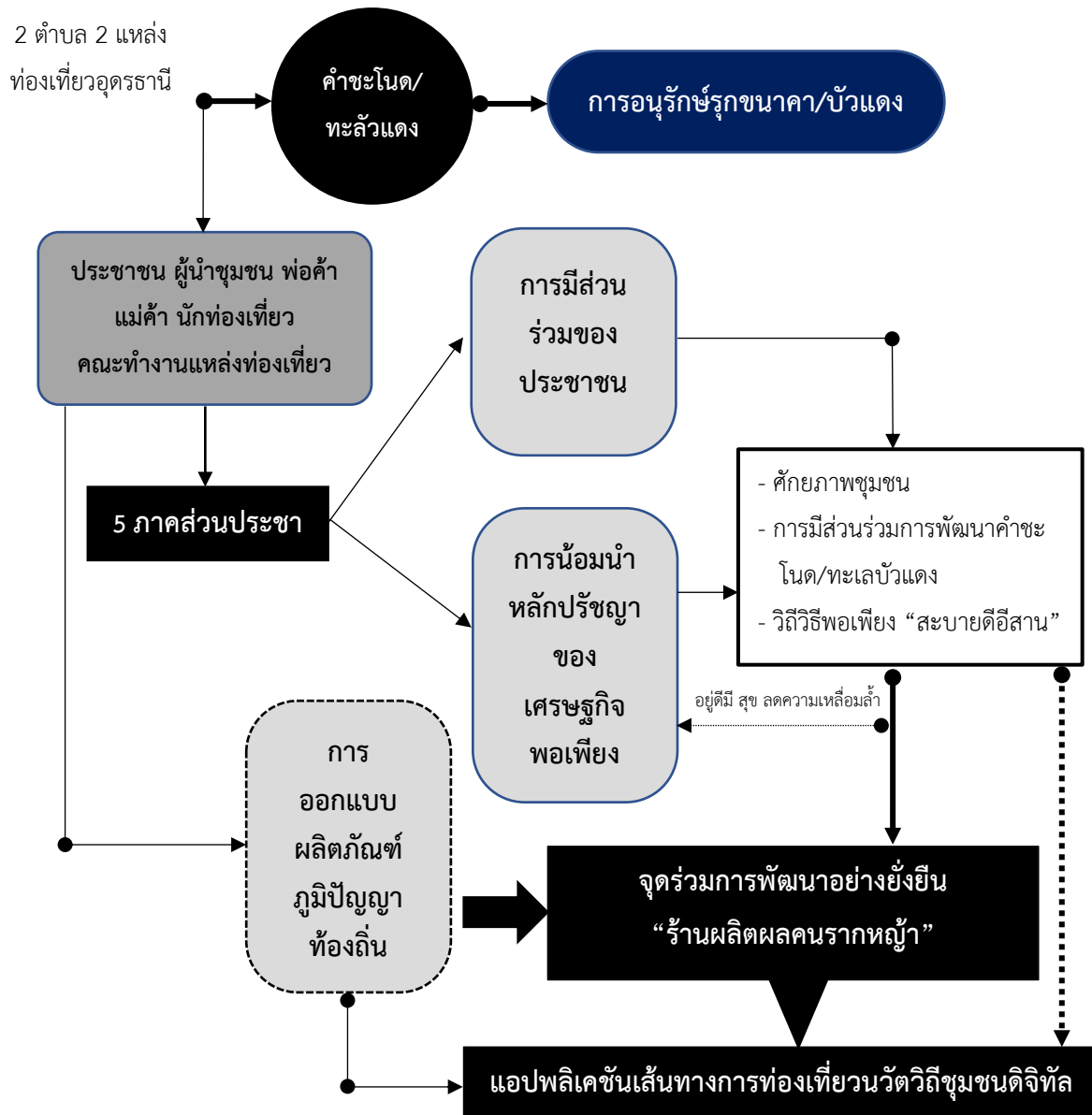
จากตัวแปรอิสระและตัวแปรตามสามารถนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาได้ดังนี้



ภาพที่ 3.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร”

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด (2552)

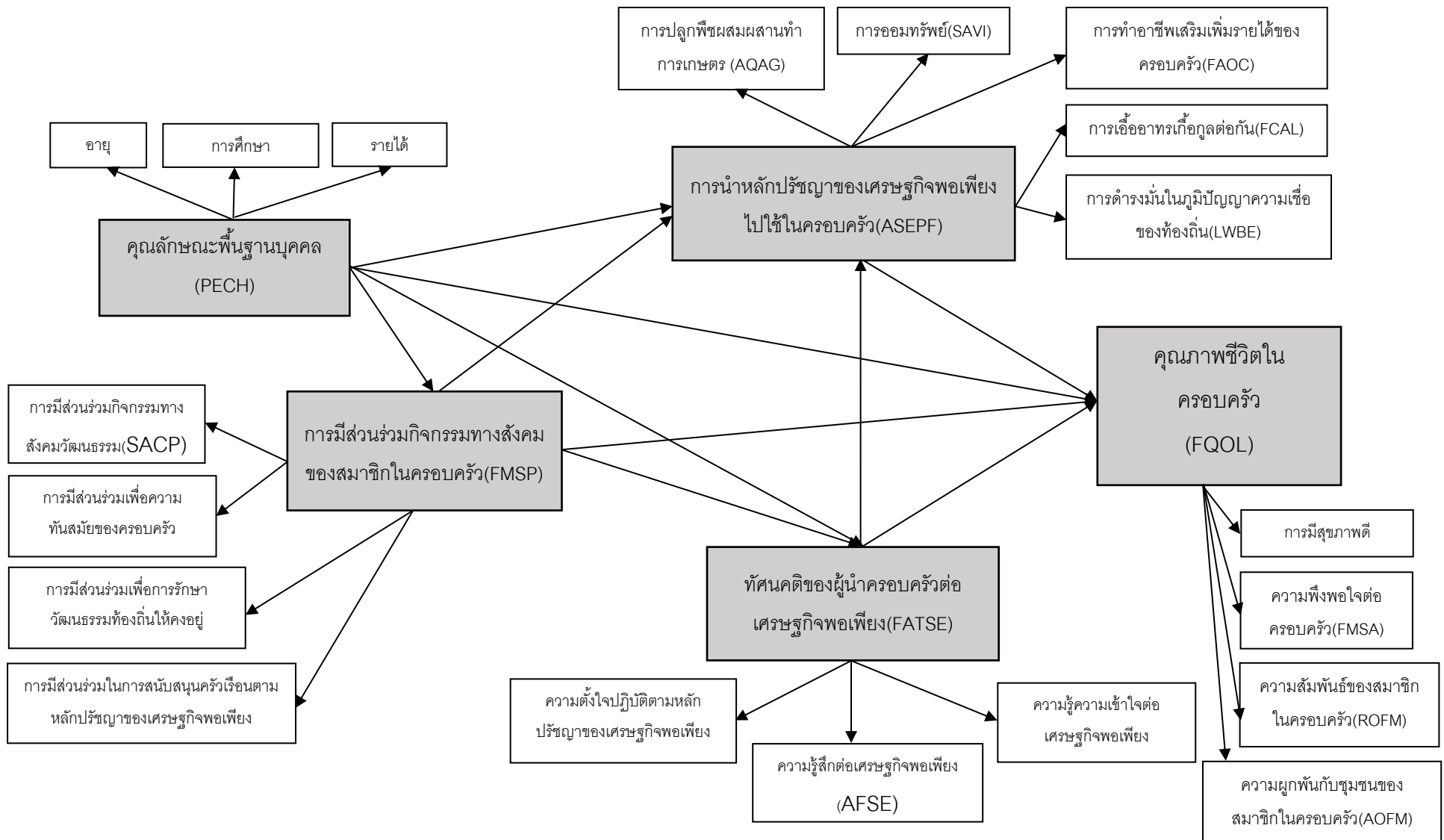
(1.2) กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง “การบริหารการพัฒนาอัตลักษณ์ “คำชะโนด” อนุรักษ์ “รุกขนาคา” เมืองอุดรธานีสู่การมีส่วนร่วมของประชาชนร้านค้าผลิตภัณฑ์คนรากหญ้า อยู่ดีมี สุข ลดความเหลื่อมล้ำอย่างยั่งยืน” เป็นกรอบการวิจัยเชิงพื้นที่มีทั้งคุณภาพและปริมาณเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) (ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนดและคณะ, 2563) ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 3.2 แสดงความสัมพันธ์ของกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “การบริหารการพัฒนาอัตลักษณ์ “คำชะโนด” อนุรักษ์ “รุกขนาคา” เมืองอุดรธานีสู่การมีส่วนร่วมของประชาชนร้านค้าผลิตผลคนรากหญ้า อยู่ดีมี สุข ลดความเหลื่อมล้ำอย่างยั่งยืน”

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนดและคณะ (2563)

(1.3) กรอบแนวคิดการวิจัยในระดับปริญญาเอกเป็นกรอบแนวคิดสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงประจักษ์ (Manifest) และตัวแปรแฝง (Latent) เรื่อง บุพปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในครอบครัวของหมู่บ้านต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียง (ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด, 2562) ดังภาพต่อไปนี้



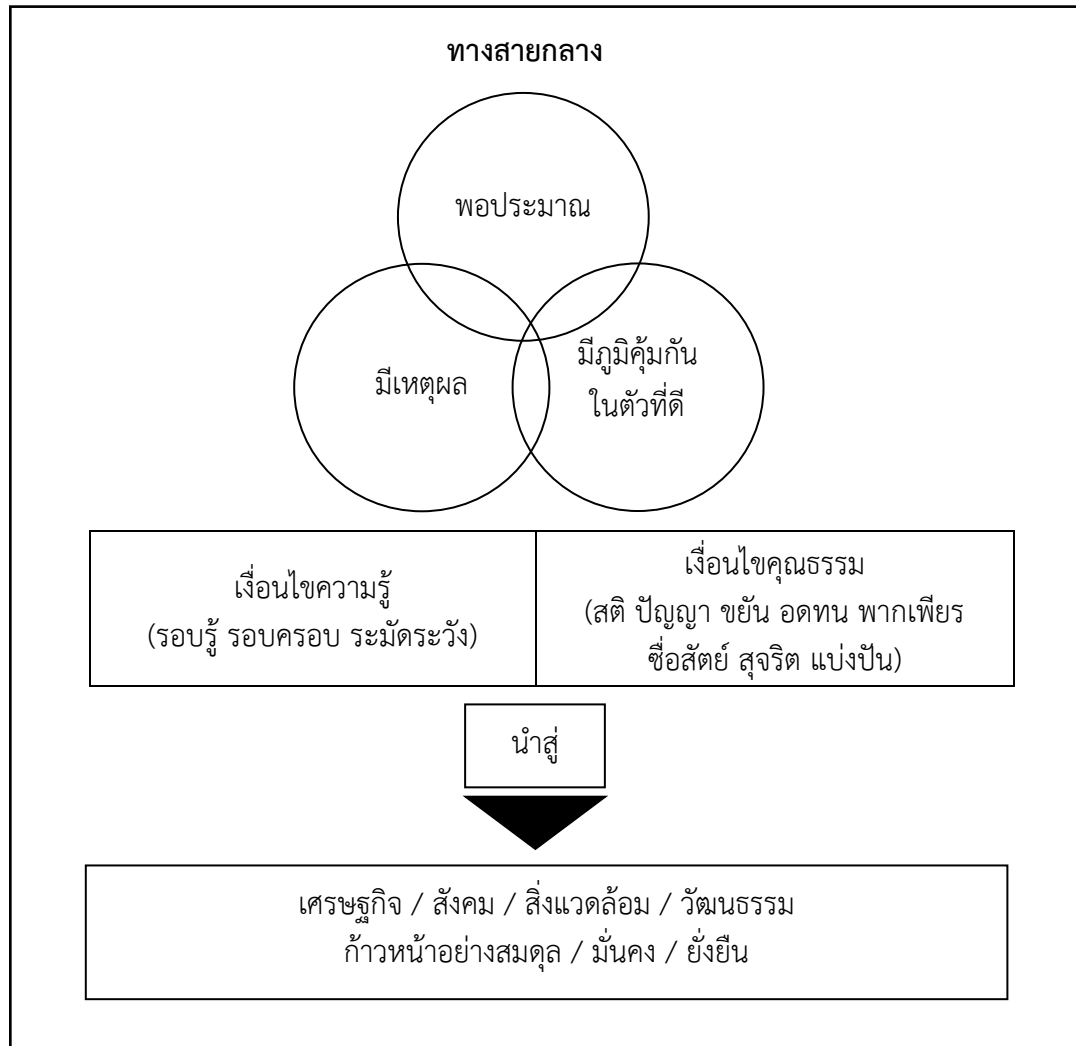
ภาพที่ 3.3 กรอบแนวคิดสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงประจักษ์ (Manifest) และตัวแปรแฝง (Latent)

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด (2562)

(2) การออกแบบผังภาพจากนามธรรมสู่รูปธรรมที่เกิดจากการตีความจากเนื้อหาข้อมูลสู่การสร้างภาพสรุปเพื่อความเข้าใจเฉพาะตนเอง และสามารถสะท้อนให้ผู้อื่น ๆ คิดตามอย่างเข้าใจเช่นเดียวกัน ยกตัวอย่าง 2 ผังภาพสรุป ดังนี้

(2.1) ภาพสรุปหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จากนิยาม “เศรษฐกิจพอเพียง” ที่ได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้นำไปเผยแพร่ เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2542 เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของทุกฝ่ายและประชาชนโดยทั่วไป ดังมีใจความว่า “เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียงหมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควร ต่อการกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในภายนอก ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการ ทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติ ปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2550) จากข้อความดังกล่าวมีการสรุปเป็นผังภาพที่ 3.4

(2.2) การสร้างภาพสรุปหลักทรงงาน 23 ประการ ได้แก่ ศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ ระเบิดจากข้างใน แก้ปัญหาที่จุดเล็ก ทำตามลำดับขั้น ภูมิสังคม องค์กรรวม ไม่ติดตำรา ประหยัดเรียบง่ายใช้ประโยชน์สูงสุด ทำให้ง่าย การมีส่วนร่วม ประโยชน์ส่วนรวม บริการรวมจุดเดียว ใช้ธรรมชาติช่วยธรรมชาติ ใช้ธรรมชาติปราบปรามธรรมชาติ ปลุกป่าในใจคน ขาดทุนคือกำไร การพึ่งตนเอง พออยู่พอกิน เศรษฐกิจพอเพียง ความซื่อสัตย์สุจริต ทำงานอย่างมีความสุข ความเพียร รู้-รัก-สามัคคี ซึ่งใน 23 หลักทรงงานยังสามารถวิเคราะห์สะท้อนความเป็นนวัตกรรมที่นำไปสู่การแก้ไขปัญหาของชุมชนท้องถิ่นได้ ดังนั้นเมื่อนำ 23 หลักทรงงานของพระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (ล้นเกล้าในหลวงรัชกาลที่ 9) เป็นผังการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ออกแบบภาพให้นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการพัฒนาสังคม ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในรายวิชา SCM1103 หลักการจัดการสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Management) ได้ออกแบบภาพไว้หลากหลายรูปแบบดังภาพที่ 3.5-6

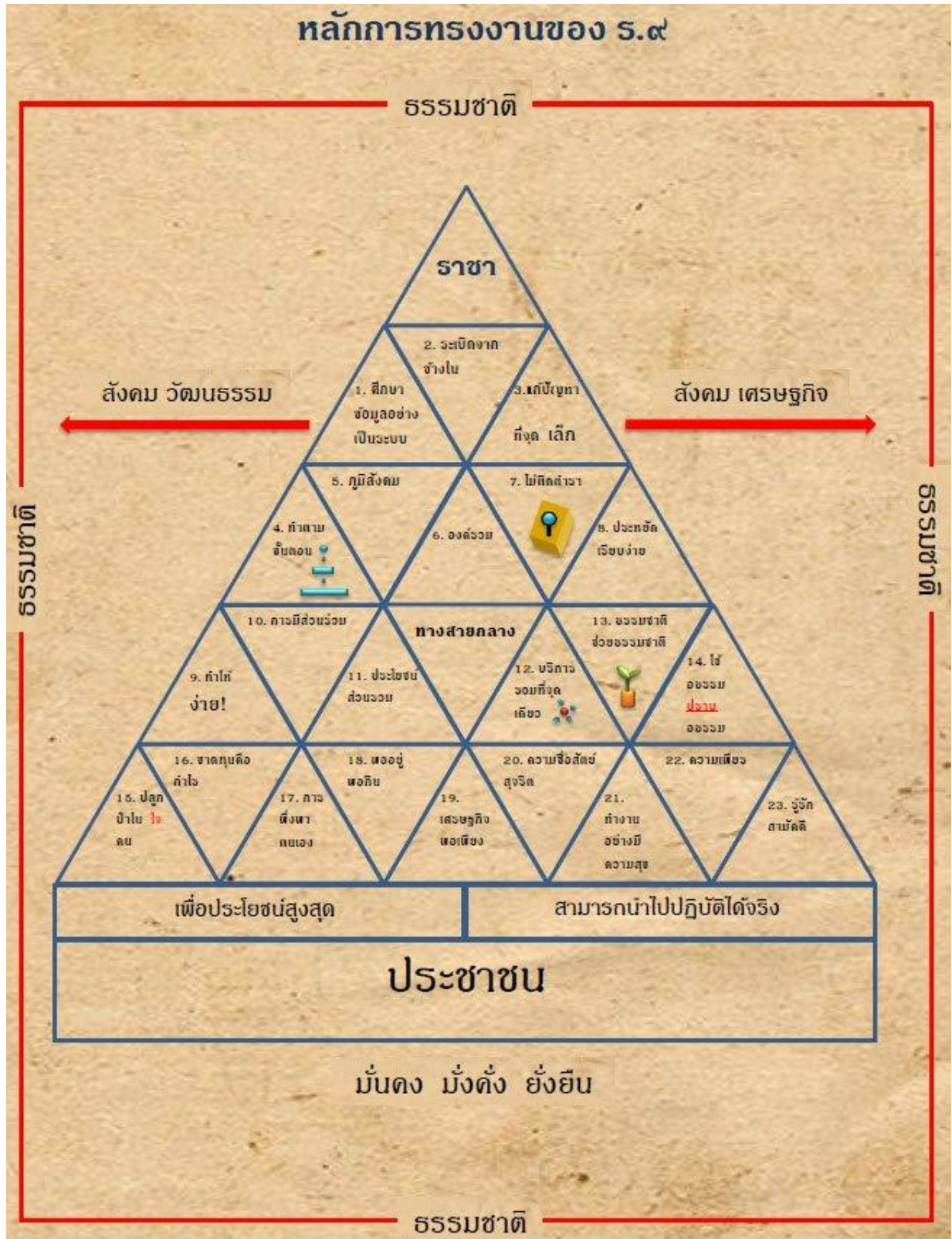


ภาพที่ 3.4 สรุปปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ที่มา: คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550)



ภาพที่ 3.5 การออกแบบผังภาพความคิดของหลักการทรงงาน 23 ประการรัชกาลที่ 9
ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด (2564)



ภาพที่ 3.6 ผังภาพพีระมิดแห่งหลักการทรงงาน 23 ประการรัชกาลที่ 9

ที่มา: ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด (2564)

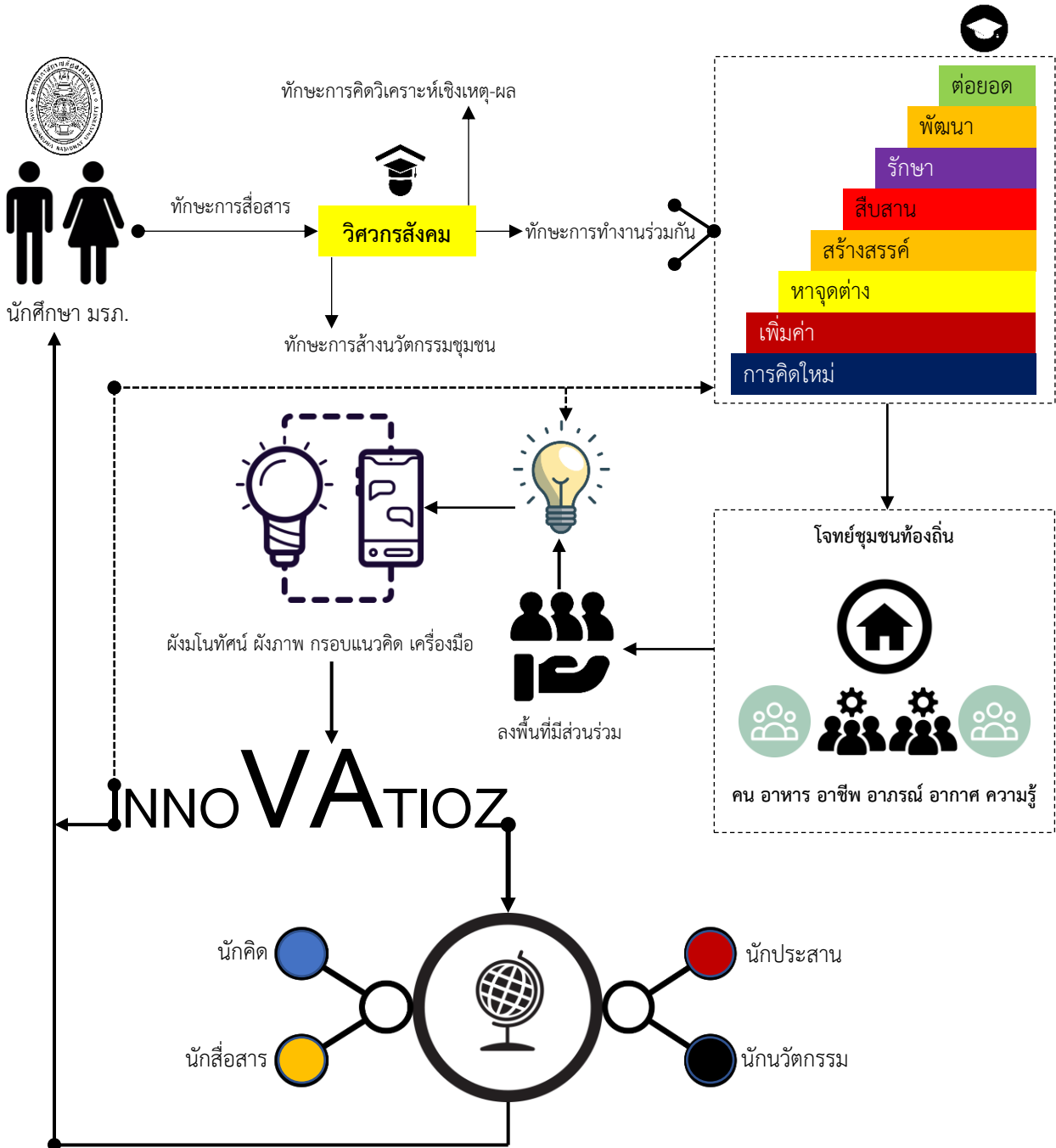
(3) การสร้างนวัตกรรมกั้นน้ำช่วยพัฒนาของพระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (ล้นเกล้าในหลวงรัชกาลที่ 9) ซึ่งเรียกว่า “กั้นน้ำช่วยพัฒนา RX-2” ซึ่งในระยะแรกระหว่างปี พ.ศ.2527-2530 ทรงแนะนำให้ใช้น้ำที่มีคุณภาพดีช่วยบรรเทาน้ำเสียและวิธีกรองน้ำเสียด้วยผักตบชวาและพืชน้ำต่างๆ มีอัตราแนวโน้มรุนแรงมากยิ่งขึ้น การใช้วิธีธรรมชาติไม่อาจบรรเทาความเน่าเสียของน้ำอย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร พระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรจึงพระราชทานพระราชดำริให้ประดิษฐ์เครื่องกลเติมอากาศแบบประหยัดค่าใช้จ่าย สามารถผลิตเองได้ในประเทศ ซึ่งมีรูปแบบ **"ไทยทำไทยใช้"** โดยทรงได้แนวทางจาก "หลุก" ซึ่งเป็นอุปกรณ์วิดน้ำเข้านาอันเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นจุดคิดค้นเบื้องต้น เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม พ.ศ. 2531 พระองค์ได้พระราชทานรูปแบบการแก้ไขปัญหาน้ำเสีย โดยการเติมออกซิเจนในน้ำ มีสาระสำคัญ คือ การเติมอากาศลงในน้ำเสีย 2 วิธี ได้แก่ วิธีที่ 1 ใช้อากาศอัดไปตามท่อเป่าลงไปใต้น้ำแบบกระจายฟอง และวิธีที่ 2 กั้นน้ำวิดน้ำ วิดตักขึ้นไปบนผิวน้ำ แล้วปล่อยให้ตกลงไปยังผิวน้ำตามเดิม โดยที่กั้นน้ำดังกล่าวจะหมุนช้า ๆ ด้วยกำลังของมอเตอร์ไฟฟ้าขนาดเล็กไม่เกิน 2 แรงม้า หรืออาจจะใช้พลังน้ำไหลก็ได้ จึงสมควรพิจารณาสร้างต้นแบบ แล้วนำไปติดตั้งทดลองใช้บำบัดน้ำเสีย ที่ภายในบริเวณโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า และวัดบวรนิเวศวิหาร ซึ่งมีคุณสมบัติที่สำคัญ คือ กั้นน้ำช่วยพัฒนา หรือ เครื่องกลเติมอากาศที่ผิวน้ำหมุนช้าแบบทุ่นลอย (Chaipattana Low Surface Aerator) ซึ่งเป็น Model RX-2 หมายถึง Royal Experiment แบบที่ 2 มีคุณสมบัติในการถ่ายเทออกซิเจนได้สูงถึง 1.2 กิโลกรัมของออกซิเจน/แรงม้า/ชั่วโมง สามารถนำไปใช้ในกิจกรรมปรับปรุงคุณภาพน้ำได้อย่างอเนกประสงค์ ติดตั้งง่าย เหมาะสำหรับใช้ในแหล่งน้ำธรรมชาติ ได้แก่ สระน้ำ หนองน้ำ คลอง บึง ลำห้วย ฯลฯ ที่มีความลึกประมาณ 1.00 เมตร และมีความกว้างมากกว่า 3.00 เมตร” ซึ่งวันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2536 ได้มีการถวายสิทธิบัตรในพระปรมาภิไธยแด่พระมหากษัตริย์ จึงนับได้ว่า "สิทธิบัตรเครื่องกลเติมอากาศในพระปรมาภิไธยของพระมหากษัตริย์พระองค์แรกในประวัติศาสตร์ชาติไทยและเป็นครั้งแรกของโลก" (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2549) ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 3.7 กั้นน้ำช่วยพัฒนา RX-2

ที่มา: มูลนิธิชัยพัฒนา (2549)

(4) กระบวนการสร้างนวัตกรรมของวิศวกรสังคมตามแนวคิดผู้เขียน จากการวิเคราะห์รูปแบบวิถีคิดและกระบวนการในการสรรค์สร้างสิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นให้เป็นการคิดใหม่ เพิ่มค่า หาจุดต่าง สร้างสรรค์ สืบสาน รักษา พัฒนา ต่อยอด เป็นคำสำคัญที่นำไปสู่กระบวนการสร้างนวัตกรรมมีผังมโนทัศน์ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3.8 ภาพสรุปกระบวนการสร้างนวัตกรรมของวิศวกรสังคม

ดังนั้นความสำคัญในการออกแบบและสร้างนวัตกรรมของวิศวกรสังคมจึงเป็นเสมือนหนึ่งจุดเริ่มต้นของกระบวนการคิดที่จุดประกายภาพในอนาคตให้นักศึกษาวิศวกรสังคมก้าวสู่การฝึกคิด ฝึกสื่อสาร ฝึกประสาน ฝึกสร้างสิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นกับตัวเองจนเป็นคนที่มีเหตุผล เก่งพูดสื่อสารเข้าใจถูกต้อง หลากหลายการสร้างเครือข่ายหุ้นส่วน ต้องลงมือทำในสิ่งใหม่ๆ ค้นหาการเปลี่ยนแปลงในชีวิตเสมอปลายทางการดำรงชีวิตจึงเป็นผู้ถนัดและเชี่ยวชาญในการคิด พูด ทำ แบ่งปันสังคม

3.2 การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

3.2.1 ความหมายและกระบวนการคิดเชิงออกแบบ

(1) ความหมายของคำว่า การคิดเชิงออกแบบ

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) ได้ตีพิมพ์หนังสือเรื่องการคิดเชิงออกแบบ: เรียนรู้ด้วยการลงมือทำ โดยผู้แต่ง คือไปรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา และชูจิต ตรีรัตนพันธ์ (2560) ผู้คิดคำว่า Design Thinking (การคิดเชิงออกแบบ) ขึ้นมาตั้งแต่ปี 1990s และมีปรากฏในงานตีพิมพ์ใน Harvard Business Review เมื่อปี 2008 โดยเดวิด เคลลี ทิม บราวน์ และโรเจอร์ มาร์ติน (IDEO) ซึ่งอธิบายถึงการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ที่มีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง มีการทำงานร่วมกันของคนต่างศาสตร์ที่เกิดด้วยการคิดสร้างสรรค์ร่วมกัน นอกจากนี้เริ่มเป็นที่สนใจในการศึกษาอย่างจริงจังเป็นต้นแบบของการคิดเชิงออกแบบเกิดขึ้นจากการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์สู่การคิดเชิงออกแบบที่มีมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) ซึ่งยุคแรกนักจิตวิทยาที่สอนอยู่ที่มหาวิทยาลัยเอ็มไอที (MIT) คือ จอห์น อาร์โนลด์ (John Arnold) สอนให้เรียนรู้วิธีคิดสร้างสรรค์ กระบวนการคิดและมุมมองที่แตกต่างจากวิถีเดิม ยุคต่อมาโรเบิร์ต แมคคิม (Robert McKim) นำแนวคิดที่ได้เรียนมาการออกแบบผลิตภัณฑ์และวิศวกรรมศาสตร์มาออกแบบโดยให้มนุษย์เป็นศูนย์กลางเพื่อเสาะแสวงหาความต้องการของตนเอง ยุคปัจจุบันเป็นการมุ่งพัฒนาวิธีการที่สร้างสรรค์ต่อยอดจากจอห์น อาร์โนลด์ และโรเบิร์ต แมคคิม ด้วยแนวคิดของ เดวิด เคลลี (David Kelly) ศาสตราจารย์สอนที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ได้ให้จุดเน้นอยู่ที่การทำงานร่วมกันในทีมที่มีความชำนาญในแต่ละศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความหลากหลาย “เปลี่ยนขอบเขตจากการออกแบบผลิตภัณฑ์สู่การคิดเชิงออกแบบที่ใช้แก้ปัญหาที่ซับซ้อนนอกขอบเขตการออกแบบผลิตภัณฑ์” ดังนั้นคำว่า Design Thinking (การคิดเชิงออกแบบ) หมายถึง วิธีสร้างความคิดใหม่อย่างก้าวกระโดดนอกกรอบเดิม เป็นเวลาที่ต้องใช้ทีมที่มีความชำนาญหลากหลายศาสตร์ จำเป็นต้องสร้างและทดลองต้นแบบกับผู้ใช้เราเปลี่ยนความคิดจากนักออกแบบสู่การคิดเชิงออกแบบ ยังเป็นการนำสิ่งที่มนุษย์ต้องการทั้งหมดมาร่วมกันและเอื้อให้ผู้ที่ไม่เคยฝึกเป็นนักออกแบบสามารถใช้เครื่องมือคิดสร้างสรรค์เพื่อแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนนั้นและยังเป็นพื้นที่เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการสนทนา ซึ่งเป็นนิยามจาก เดวิด เคลลี ผู้ร่วมก่อตั้ง IDEO และทิม บราวน์ ผู้บริหาร IDEO ซึ่งเน้นกับคำว่า *Design thinking is a human-centred approach to innovation that draws from the designer's toolkit to integrate the needs of people, the possibilities of technology, and the requirements for business success.* -การคิดเชิงออกแบบเป็นแนวทางที่มนุษย์เป็นศูนย์กลางในการสร้างสรรค์

นวัตกรรม ซึ่งดึงจากชุดเครื่องมือของนักออกแบบเพื่อบูรณาการความต้องการของผู้คน ความเป็นไปได้ของเทคโนโลยี และข้อกำหนดเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ- (Brown, 2009) ส่วนอีกนิยามหนึ่งที่น่าสนใจของ เมอเร่ คอกซ์ (Murray Cox) ที่กล่าวว่า *Design thinking is a people-centred, collaborative and action orientated way to understand, reframe and solve problems. It's less about the look of an item and more about the need that a product or service meets for customers.* -การคิดเชิงออกแบบเป็นวิธีที่เน้นคนเป็นศูนย์กลาง การทำงานร่วมกันและการกระทำที่มุ่งวิธีการทำความเข้าใจ ปรับโครงสร้างใหม่ และแก้ปัญหา ที่ไม่เกี่ยวกับรูปลักษณ์ของสินค้าและเน้นหนักกับความต้องการในผลิตภัณฑ์หรือบริการสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า- (Cox, 2016) นอกจากนี้ยังมีนิยามที่น่าสนใจกล่าวถึงการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นวิธีที่นักออกแบบคิดใช้รูปแบบการให้เหตุผลที่ไม่ธรรมดาในโลกธุรกิจ หรือที่เรียกว่าการคิดแบบลักพาตัว (จารณัย) การคิดแบบจารณัยพยายามกำหนดคำถามโดยผ่านความเข้าใจหรือความเข้าใจในปรากฏการณ์ ใช้ข้อมูลที่รวบรวมจากการสังเกต ทำทนายมาตรฐานตนเองอย่างต่อเนื่อง เลิกคาดเดาและเปลี่ยนให้เป็นโอกาสเพื่อนวัตกรรม เป็นความสามารถของนักออกแบบที่จะหลุดพ้นจากการคิดเชิงตรรกะแบบสงสัยระเบียบวิธี (Cartesian Logical Thinking) ที่ทำให้เราอยู่ “นอกกรอบ” (outside the box) (Vianna M. et al., 2012)

ไปรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา และชูจิต ตรีรัตน์พันธ์ (2560) ได้อธิบายว่า การคิดเชิงออกแบบเป็นการคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์โดยมีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง เน้นการลงมือปฏิบัติและการเรียนรู้จากการทดลอง กระบวนการทำงานวนซ้ำจากการสร้างความเข้าใจมนุษย์ การคิดสร้างสรรค์ โดยมีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Human centered Design)

นุชจรี กิจวรรณ (2561) ได้อธิบายไว้ว่า การคิดเชิงออกแบบ หมายถึงกระบวนการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ โดยเน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง นำสู่การสร้างนวัตกรรมอย่างเป็นระบบที่ใช้จินตนาการหลากหลายจากกลุ่มคนต่างสาขา ต้นแบบของนวัตกรรมที่สร้างขึ้นจะถูกนำไปทดสอบอย่างรวดเร็วเพื่อนำผลลัพธ์ไปปรับแก้จนกระทั่งได้นวัตกรรมที่สมบูรณ์

การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นกระบวนการคิดเชิงออกแบบ ที่เน้นทำความเข้าใจ ปัญหาอย่างลึกซึ้ง ช่วยให้กระตุ้นความคิดไต่เต้าในการแก้ปัญหาที่หลากหลาย นำมาสู่การทดสอบสมมติฐานต่างๆ เพื่อปรับปรุงให้ได้สินค้าบริการ ตั้งต้นที่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าเป้าหมายได้ (ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี, 2562)

ดังนั้นผู้เขียนจึงสรุปนิยามคำว่า “การคิดเชิงออกแบบ” (Design Thinking) หมายถึง กระบวนการวิธีคิดแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์โดยมนุษย์เป็นศูนย์กลางในการวาดผังภาพความคิดเชิงเหตุผลอย่างเป็นระบบด้วยความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในปัญหาหรือเป้าหมาย กำหนดความหมาย ออกแบบโดยมีความหลากหลายศาสตร์วิชาความรู้ จนก้าวข้ามกรอบแนวคิดเดิมไปสู่การคิดนอกกรอบจนนำไปสู่การใช้ประโยชน์นวัตกรรมที่มีความสมบูรณ์

(2) กระบวนการคิดเชิงออกแบบ

กระบวนการคิดเชิงออกแบบของดีสกูล (D.school) หรือสถาบันการออกแบบ (Institute of Design) ของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford d.school) ประกอบไปด้วยการทำงานที่สะท้อนวิธีการเชิง

ระบบเชิงเส้นและมีไม่เชิงเส้น (linear or non-linear way) มีอยู่ 5 ขั้นตอน (ไปรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา และชูจิต ตริรัตน์พันธ์, 2560; Vianna M. et al., 2012; Cox M., 2015; Dam, R.F. & Siang, T. Y., 2021)

2 ขั้นตอนแรกเป็นการสร้างความใจอย่างถ่องแท้และกำหนดความหมายให้ชัดเจนตามกรอบของโจทย์ที่ตีความของกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 1 การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง (Empathize)

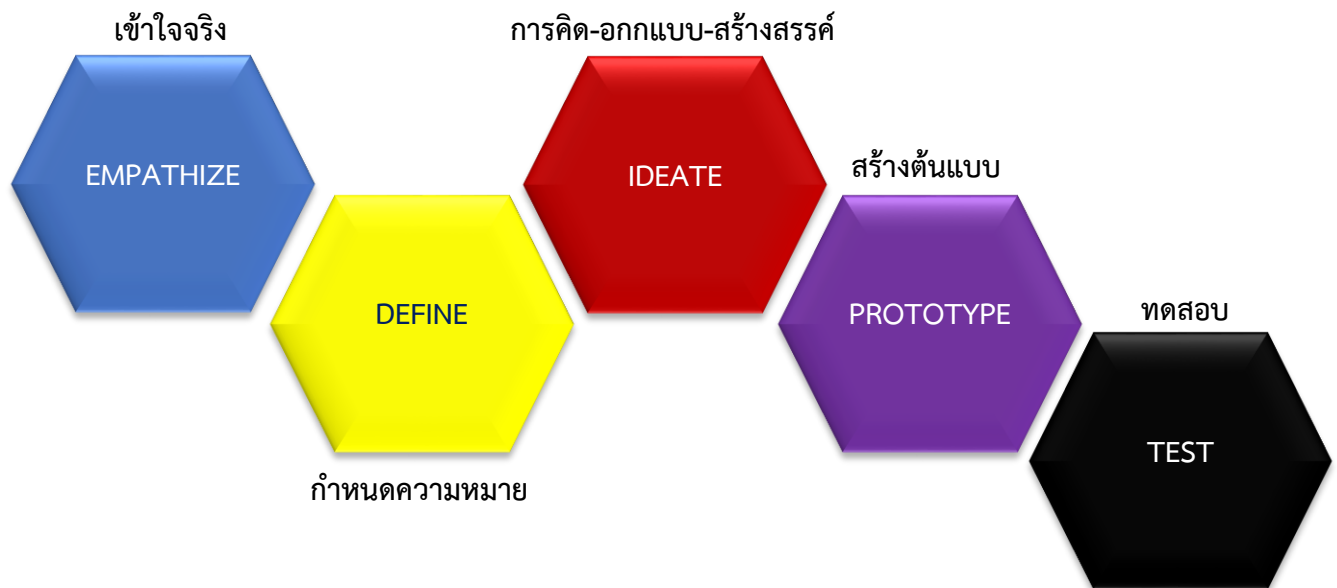
ขั้นตอนที่ 2 การตั้งกรอบโจทย์ (Define)

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างความคิด (Ideate) เป็นขั้นตอนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ หลากหลาย มุมมอง ใช้หุ้ปัญหา ข้ามศาสตร์ บูรณาการวิชาความรู้ให้เกิดทางเลือกใหม่ ๆ ที่หลากหลายและสามารถนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างต้นแบบ (Prototype)

ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบ (Test)

เป็น 2 ขั้นตอนที่ต้องสร้างต้นแบบ พัฒนาตัวแบบเพื่อให้ได้แนวทางหรือนวัตกรรมที่มีคุณภาพ และมีคุณค่าตรงต่อกลุ่มเป้าหมายก่อนนำไปสู่การใช้จริงในสังคมหรือนำสู่ตลาดทางเศรษฐกิจ



ภาพที่ 3.9 ขั้นตอนของการคิดเชิงออกแบบ (Steps of Design Thinking) จาก Stanford University ที่มา: Brown, (2009), Stanford d.school (2021), ไปรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา และชูจิต ตริรัตน์พันธ์ (2560), Dam, & Siang, (2021)

ทิม บราวน์ (Tim Brown) ประธานบริษัท IDEO กล่าวถึงการคิดเชิงออกแบบว่าเป็นกระบวนการที่ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าทำให้เกิดนวัตกรรมการดูแลสุขภาพเพราะเป็นการค้นหาความต้องการโดยผู้ใช้เป็นศูนย์กลางรวมทั้งผ่านการทำต้นแบบและการทดสอบซ้ำๆ จนแน่ใจว่าได้ต้นแบบที่สมบูรณ์ (Brown, 2008)

ชี้ให้เห็นว่ากระบวนการคิดเชิงออกแบบอยู่ที่จุดศูนย์กลางของขั้นตอนที่ 3 การสร้างความคิด (Ideate) เป็นกระบวนการสร้างศักยภาพโดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การรวบรวมองค์ความรู้สรรพวิชาต่าง ๆ มาบูรณาการสร้างสรรคนวัตกรรมให้เกิดเป็นต้นแบบ ภาพผังต้นแบบความคิดที่ทั้งปวง ก่อนนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมที่เป็นต้นแบบในการนำไปสู่การทดลองใช้ของกลุ่มเป้าหมายจนสมบูรณ์สามารถนำไปสู่สังคมที่จะใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวางต่อไป จะเห็นได้ว่าทุกขั้นตอนมีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบผังความคิดอย่างชัดเจน

3.2.2 กิจกรรมการคิดเชิงออกแบบในการลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนวัดพระชาระปิธธรรม เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การยกระดับศักยภาพกลุ่มอาชีพในชุมชนวัดพระชาระปิธธรรมตามบริบทชุมชนเมือง กรุงเทพมหานคร ได้อธิบายข้อมูลสรุปการศึกษาชุมชนด้วยแนวคิดการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ภายใต้อัน 5 กระบวนการดังต่อไปนี้

(1) Empathize (เข้าใจปัญหา)

ชุมชนวัดพระชาระปิธธรรม เกิดจากรากเหง้าชาวบ้านวิถีเกษตรกร และวิถีชาวสวนผลไม้ทั้งทุเรียน มังคุด ละครุด มะปราง กล้วย มะม่วงที่อยู่ติดพื้นที่ทุ่งสามเสน มีสายน้ำสำคัญไหลผ่านพื้นที่ คือ คลองบางกระบือ คลองเปรมประชากร มีการใช้เรือสัญจรตั้งแต่มีการตั้งวัดพระชาระปิธธรรมเมื่อ พ.ศ. 2440 กว่า 124 ปีที่แล้วสมัยรัชกาลที่ 5 ต่อมาในปี พ.ศ. 2480 มีการจัดตั้งโรงเรียนประชาบาลขึ้นต่อมาได้เปลี่ยนมาเป็นโรงเรียนวัดพระชาระปิธธรรมที่สังกัดกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2496 ครั้นการพัฒนาเมืองเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว พ.ศ. 2516 มีสร้างสะพานเข้ามาในชุมชน ถนนเข้ามาแทนการสัญจรทางน้ำ การอพยพของผู้คนที่เป็ญาติพี่น้อง หรือผู้คนที่มาแสวงหาความเจริญ ในกรุงเทพมหานคร เริ่มเข้ามาอยู่อาศัยอยู่ในพื้นที่จำนวนมากขึ้น เมื่อประชากรเพิ่มมากขึ้นย่อมส่งผลต่อการเกิดปัญหาตามมากมาย ทั้งความแออัดของชุมชน ปัญหาขยะ ปัญหายาเสพติด อาชญากรรม สุขภาพ มลภาวะ ค่าครองชีพที่สูงขึ้นทุกวัน จากครอบครัวขยายทุกคนที่มีศักยภาพในวัยแรงงานต้องออกไปทำงานนอกชุมชน จนในชุมชนที่อยู่อาศัยเกิดปัญหาผู้สูงวัยเป็นกำลังสำคัญในการทำงานให้กับชุมชน เพราะพ่อแม่ ลูกหลานต้องไปทำงานไปเรียนหนังสือ วิถีชีวิตเริ่มเปลี่ยนแปลงคนดินรนมากขึ้นจากที่เคยอยู่ทานข้าวพร้อมกัน ไม่สามารถที่จะอยู่ทานข้าวพร้อมหน้าครอบครัวได้ พ่อแม่ ต้องออกไปทำงานแต่เช้า ปู่ย่าตายายดูแลหลานทำหน้าที่ไปส่งลูกหลานไปเรียนหนังสือ พ่อแม่พอลกลับบ้านดึกตื่นเพราะหน้าที่การงาน พอจะเจอหน้าลูกหรือปู่ย่าตายายก็นอนหลับกันหมดแล้ว ไม่เพียงโครงสร้างครอบครัวที่เปลี่ยนแปลง การพัฒนาในชุมชนมีมากขึ้นประชาชนที่ทำอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวชุมชนได้เกิดขึ้นมากมายโดยเฉพาะในชุมชนวัดพระชาระปิธธรรม 4 ทำให้เกิดปัญหาแรงงานแฝงเข้ามาเพิ่มมากขึ้น ทำให้

เกิดหอพัก บ้านพัก ห้องเช่ามากขึ้น เมื่อประชากรมากขึ้นทำให้ชุมชนเกิดการแบ่งเขตการปกครองกันเป็น 4 ชุมชนตามระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยกรรมการชุมชนเมื่อ พ.ศ. 2534 เป็นต้นมาจวบจนปัจจุบันนี้

(2) Define (นิยาม/กำหนดปัญหาให้ชัดเจน)

เมื่อลงพื้นที่สำรวจชุมชน พูดคุยกับผู้นำชุมชน กลุ่มผู้สูงอายุ อาสาสมัครสาธารณสุข ได้คุยกับครูและนักเรียนเยาวชนโรงเรียนวัดประหาระปิอธรรมในปัจจุบันชุมชนวัดประหาระปิอธรรมถูกค้นพบว่ามีวามเหลื่อมล้ำสูงสุดใน 3 ประเด็น ได้แก่ (1) ความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ ที่จะนำมาเสริมรายได้ให้กับกลุ่มที่ทำงานให้กับชุมชนและกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุข (อสส.) ผู้สูงอายุ ผู้นำมีความต้องการสร้างอาชีพให้มีรายได้ให้กลุ่มผู้สูงอายุได้มีกิจกรรมทำร่วมกันของคนในระหว่างวันด้วย (2) ความเหลื่อมล้ำด้านความรู้ด้านสมุนไพร ซึ่งทุกกลุ่มผู้สูงอายุและอาสาสมัครสาธารณสุขมาต่อยอดสร้างผลิตภัณฑ์สมุนไพรร่วมกันกับกลุ่มนวดกดจุดฝ่าเท้า หรือกลุ่มอาชีพภูมิพัฒน์วัดประหาระปิอธรรม เพิ่มองค์ความรู้ให้กับกลุ่มที่ยังไม่สามารถมีความรู้ด้านสมุนไพรให้เท่าเทียมกับกลุ่มอาชีพนวดกดจุดฝ่าเท้า (3) การลดช่องว่างระหว่างประชาชนกับรัฐให้มีความใกล้ชิดกันมากขึ้นหรือให้มีส่วนร่วมในการทำงานร่วมกันมากขึ้นในการพัฒนาเพื่อสร้างความเชื่อมโยงการทำงานพัฒนาชุมชนร่วมกันอย่างต่อเนื่องและมีความยั่งยืน นอกจากนี้ยังได้ค้นพบข้อมูลพื้นฐานชุมชนที่เป็น Baseline Data ของชุมชนที่เป็นกลไกในการลดความเหลื่อมล้ำดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 กลไกลดความเหลื่อมล้ำ

กลไกลดความเหลื่อมล้ำ	สิ่งที่วัด	Baseline Data (ข้อมูลก่อนลดความเหลื่อมล้ำ)
1. กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรแบบครบวงจร	1.1 ความรู้และทักษะการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรแบบครบวงจร	- ความรู้ด้านสมุนไพรอยู่ในระดับน้อย - ทักษะกระบวนการผลิตสมุนไพรน้อย - สามารถผลิตเองได้เข้าใจขั้นตอนการผลิต 3 คน (อสส. 2 คน ผู้สูงอายุ 1 คน)
2 การมีส่วนร่วมของชุมชน ในการตั้งกลุ่มอาชีพในชุมชน	2.1 กระบวนการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชน ผู้สูงอายุ ในการตั้งกลุ่มอาชีพ 2.2 รายชื่อสมาชิกกลุ่ม 2.3 ระบบบัญชีและการเงินของกลุ่มอาชีพ	- การมีส่วนร่วมในชุมชนวัดประหาระปิอธรรมมีน้อย - ผู้สูงวัยมีกิจกรรมร่วมในการพัฒนาและกิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรมเป็นหลัก - มีทะเบียนกลุ่มนวด (ปัจจุบัน) ไม่มีทะเบียนกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์สมุนไพร - ไม่มีระบบบัญชีของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์สมุนไพร

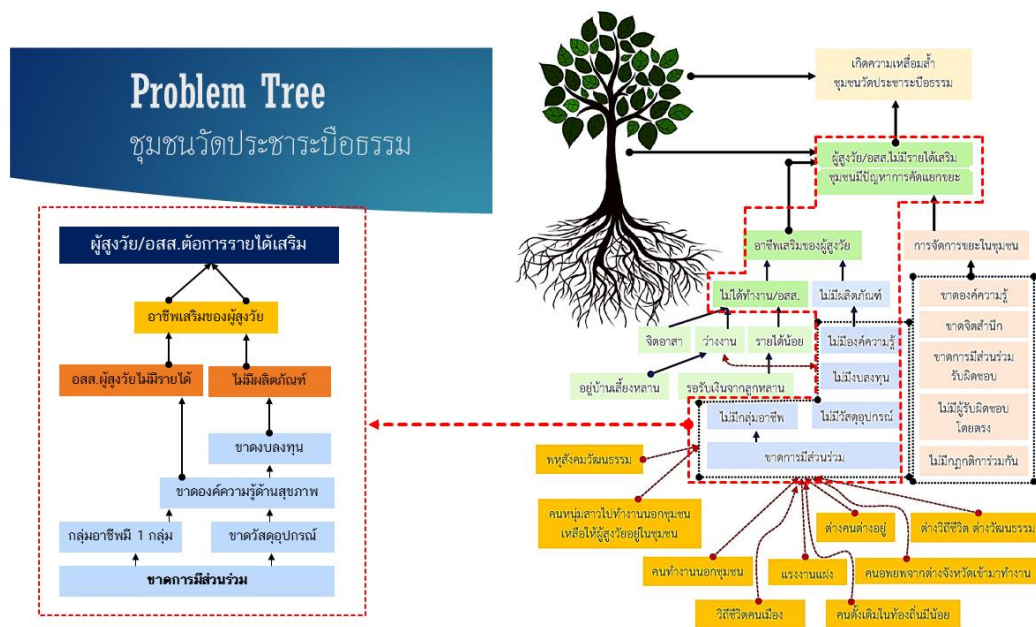
ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

กลไกลดความเหลื่อมล้ำ	สิ่งที่วัด	Baseline Data (ข้อมูลก่อนลดความเหลื่อมล้ำ)
3. ความร่วมมือภาคี หน่วยงานรัฐ (สำนักงานเขต ดุสิต) มรภ. สวนสุนันทาและ ออส.	3.1 บทบาทความร่วมมือภาคี หน่วยงานรัฐ (สำนักงานเขต ดุสิต) ในการพัฒนาชุมชน ร่วมกับผู้นำและออส. 3.2 พื้นที่บริการวิชาการแก่ สังคม มรภ. สวนสุนันทา	- ไม่มีข้อตกลงร่วมมือกันอย่างเป็นทางการ - ผู้นำกับ ออส.ต่างคนต่างทำงานหน้าที่ของ ตนเอง (มีหน่วยงานเฉพาะ เช่น ศูนย์สุขภาพชุมชน) - กลุ่มนวดกดจุดฝ่าเท้าวัดประชากระบือธรรม

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564)

(3) Ideate (สร้างสรรค์/รวบรวมความคิด)

การวิจัย CBR ได้รวบรวมความคิดที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ (1) ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร (2) โรงเรียนวัดประชากระบือธรรม (3) ผู้นำชุมชนวัดประชากระบือธรรม 1-4 (4) อาสาสมัครสาธารณสุข (ออส.) (5) เครือข่ายชุมชนเขตดุสิต (6) ทีมเยาวชนภักดีพัฒน์ มรภ.สวนสุนันทา และ(7) กลุ่มอาชีพภักดีพัฒน์วัดประชากระบือธรรม โดยมีกิจกรรมที่เกิดขึ้นหลากหลายจนได้ข้อมูลปัญหาพื้นฐานชุมชนวัดประชากระบือธรรม (Baseline Data) ที่เป็นสื่อออกมาเป็น Problem Tree ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 3.10 Problem Tree ชุมชนวัดประชากระบือธรรม

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564)

นอกจากนี้ยังมีวิธีการที่เป็นการรวบรวมความคิด ได้แก่ Standing Meeting เวที Design Thinking ประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) Online Meeting สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์กับผู้นำชุมชน แลกเปลี่ยนความรู้กลุ่มเล็ก พูดคุยไม่เป็นทางการกับผู้นำเครือข่ายชุมชนเมือง โดยได้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญ ดังนี้

(1) ชาวบ้านไม่รู้จึกคำว่าเหลื่อมล้ำ แต่รู้จักคำว่า “ไม่เท่าเทียม ไม่เสมอภาค ไม่เป็นธรรม ขาดโอกาส”

(2) สิ่งให้เห็นและเกิดขึ้นจริงในชุมชนเมือง เป็นภาพของการรวมกลุ่มของคนรู้จักกัน พรรคพวก การรวมกลุ่มแบบหลวม มีการจัดตั้งกลุ่มอย่างเป็นทางการรองรับกิจกรรมอย่างเป็นทางการของภาครัฐ การมีส่วนร่วมเฉพาะกิจ

(3) การทำงานกับชุมชนเมืองต้องทำงานกับคนที่มีศักยภาพแม้จะเป็นกลุ่มเล็ก จะได้งานมากกว่าได้คน เมื่อสร้างองค์ความรู้ตั้งมั่นในชุมชนได้แล้ว จะได้คนที่เห็นผลสำเร็จมาเพิ่มขึ้นจากกลุ่มเล็กเป็นกลุ่มใหญ่ (Small but Beautiful)

(4) สร้างผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนเมืองแบบต่อยอดกันจากอาชีพสร้างรายได้เสริมเติมรายได้หลักให้ครอบครัวกับประชาชนในชุมชนเมือง

(5) “ต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง สร้างสรรค์” ให้กับผลิตภัณฑ์หรืออาชีพจนมีเอกลักษณ์เฉพาะทั้งชื่อผลิตภัณฑ์และพื้นที่ตั้งของแหล่งผลิต

(6) ต้องสร้างคนรุ่นใหม่รองรับชุมชนดิจิทัล

(7) การเพิ่มความรู้ให้อยู่ในมือชาวบ้าน

(8) การมีส่วนร่วมต้องครบองค์ประกอบ คือ “คน ความรู้ พื้นที่ ภาคิ มีผลิตภัณฑ์ ขายได้ สร้างกลุ่ม เกื้อกูลชุมชน สร้างคนสืบสาน” เนื่องจากกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนเมือง พอตั้งขึ้นมาจะมีผลประโยชน์ในระดับหนึ่งแล้วจะถูกทิ้งไปไม่มีคนสืบสานแนวทางการทำงานเพื่อชุมชนต่อไป

(9) อาสาสมัครสาธารณสุข (ออส.) ในชุมชนเมืองมีจิตอาสาสูงมาก ได้รับค่าตอบแทนน้อย ต้องคอยดูแลทุกคนในชุมชน จึงควรสร้างรายได้เสริมจากความรู้พื้นที่ด้านสุขภาพ

(10) กำลังสำคัญในการพัฒนาชุมชนในระหว่างวันคือ กลุ่มผู้สูงอายุ ที่ต้องรับผิดชอบหลายหน้าที่ เช่น คณะกรรมการบริหารชุมชน อาสาสมัครสาธารณสุข (ออส.) กรรมการกองทุนชุมชนเมือง สมาชิกกลุ่มอาชีพ ซึ่งกลุ่มเหล่านี้เป็น “ผู้สูงวัยที่มีกำลัง” ในการพัฒนาสร้างศักยภาพให้เกิดขึ้นในชุมชนเพราะบางคนเป็นผู้เกษียณอายุจากราชการ มีศักยภาพที่จะมาช่วยเหลือสังคมได้ บางคนเป็นนักธุรกิจ บางคนเป็นเคยเป็นผู้นำ เคยเป็นผู้สร้างสรรค์อาชีพดั้งเดิมมีศักยภาพในด้านอาชีพต้องการสร้างรายได้เสริมช่วยเหลือลูกหลาน ไม่อยากอยู่เฉย ๆ ในระหว่างหน้าที่การเป็นแม่บ้าน พ่อบ้าน ไม่อยากเป็นคนแก่ที่ไม่มีศักดิ์ศรีในชุมชน มีอยู่จำนวนมากที่สะท้อนสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society)

(4) Prototype (แบบจำลอง/สร้างต้นแบบ)

ชาวบ้านร่วมกันคิดโดยเฉพาะกลุ่มที่ได้รับการคัดเลือกจากชาวบ้านให้ขับเคลื่อนเป็นกลุ่มเล็กเพื่อขยายองค์ความรู้ กิจกรรม แนวทางการลดความเหลื่อมล้ำให้ 30 คนกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ โดยมีคนที่เป็ต้นแบบของกลุ่มที่มีความรู้พื้นฐานสมุนไพรมากที่สุด มีเวลาสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตลอดเวลา “คนต้นแบบวัดพระธาระปือธรรม” ที่เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ และบทบาทสำคัญในการวิจัย ดังนี้

- (1) นางอุดม ศรีมงคล
- (2) นางเทียบ ชัยศรีมาวงษ์
- (3) นางเพชรปวีณ์ ธรธัญวงศ์
- (4) นางสาว พลยูง
- (5) คุณนิศ สุตสวาท
- (6) นางคำจันทร์ สอนกระสินธุ์
- (7) นายสิทธิชัย เลิศอนันต์ ผู้นำชุมชนวัดพระธาระปือธรรม 1
- (8) นางประดับศรี ดาราสิขณณ์ ผู้นำชุมชนวัดพระธาระปือธรรม 3
- (9) นางอุไรวรรณ ศรีประเสริฐ
- (10) นางชุตติสา ศาสตรสาระ หัวหน้าฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตดุสิต

กรุงเทพมหานคร

- (11) นางนัยนา ยลจจอหอ (เครือข่ายชุมชนเขตดุสิต)
- (12) ครูกึ่ง และครูอุ่งน โรงเรียนวัดพระธาระปือธรรม

ครั้งแรกร่วมกันทำสูตรยาหม่องน้ำเขียว และมีการปรับกลิ่นให้มีกลิ่นละมุนละม่อมมากขึ้นโดยนางอุดม ศรีมงคล และนางเพชรปวีณ์ ธรธัญวงศ์ ดังภาพต่อไปนี้



ปรับสูตรยาหม่องน้ำ
ครั้งที่ 1

ภาพที่ 3.11 ปรับสูตรยาหม่องน้ำครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2564

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564)

ต่อมาวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 มีกลิ่นไม่ของยาหม่องน้ำ จึงมีการปรับแล้วใช้สูตรที่คิดสร้างสรรค์จากสมุนไพรให้มีสีเขียวมรกตให้เป็นอัตลักษณ์ จึงใช้ชื่อว่า “น้ำมันเขียวพญาญอ” ดังภาพต่อไปนี้



ปรับสูตรยาหม่องน้ำ
ครั้งที่ 2
กลายเป็น
“น้ำมันเขียวพญาญอ”

ภาพที่ 3.12 ปรับสูตรยาหม่องน้ำครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564)

(5) Test (ทดสอบ/ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง)

ทดสอบสูตรผลิตภัณฑ์สมุนไพร “ยาหม่องน้ำ” หรือ “น้ำมันเขียวพญาญอ” กับกลุ่มเล็ก ๆ เพื่อทดสอบการผลิตและการควบคุมขั้นตอนการผลิตในกลุ่มขนาดเล็กที่มีกลุ่มอาชีพนวดกดจุดฝ่าเท้าวัดประหาระบือธรรม กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) กลุ่มเยาวชนภูมิพัฒน์ กลุ่มนักเรียนและครูกิจกรรม ลดเวลาเรียนเพิ่มเวลารู้ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการพัฒนาสังคม ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ดังภาพต่อไปนี้

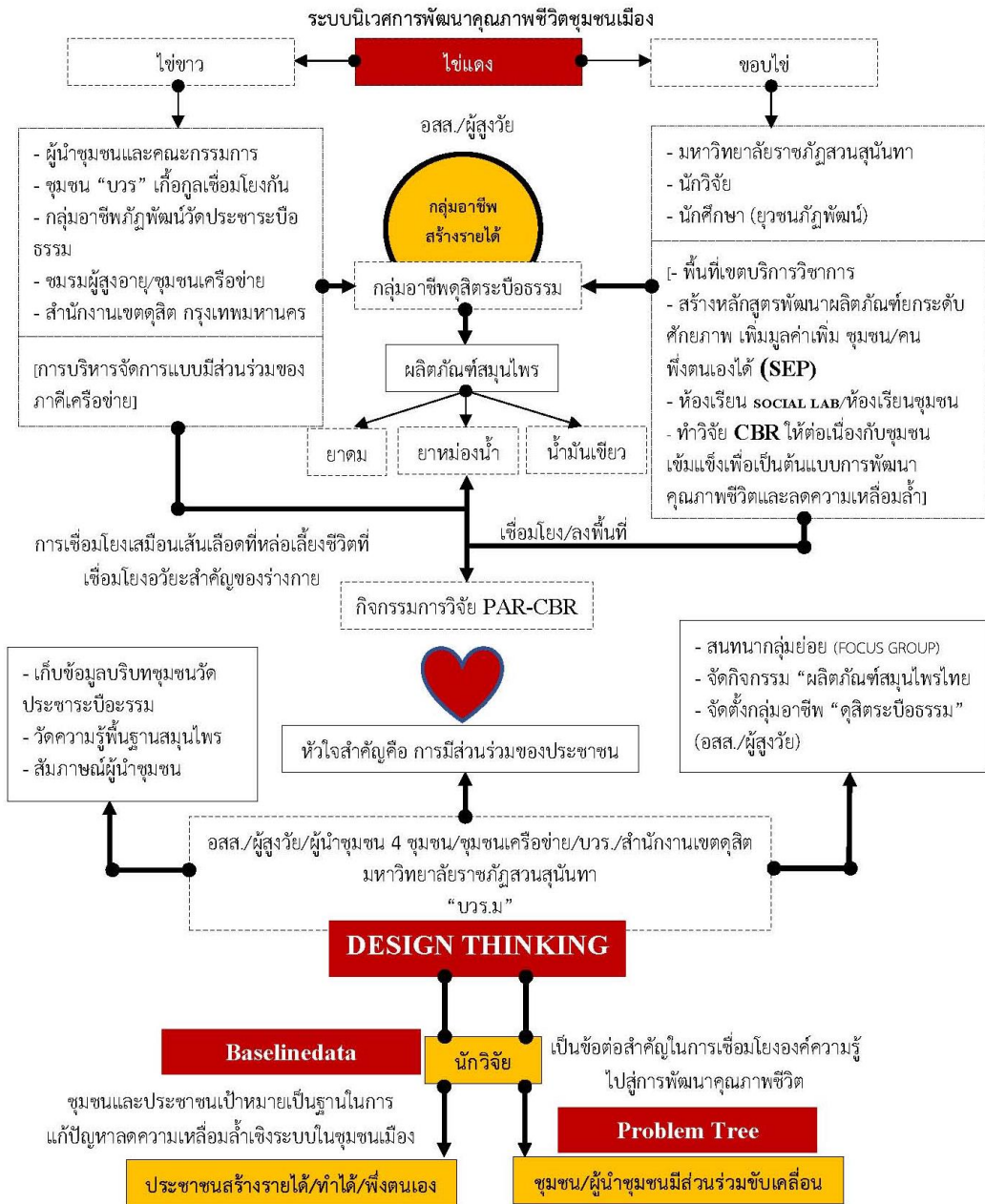


พิสูจน์กลิ่นของน้ำมันเขียวพญาญอ ครั้งสุดท้ายก่อนการตั้งกลุ่มอาชีพ “ดุสิตระบือธรรม”

ภาพที่ 3.13 กิจกรรมพิสูจน์กลิ่นของน้ำมันเขียวพญาญอ ครั้งสุดท้ายและกลุ่มอาชีพ “ดุสิตระบือธรรม”

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564)

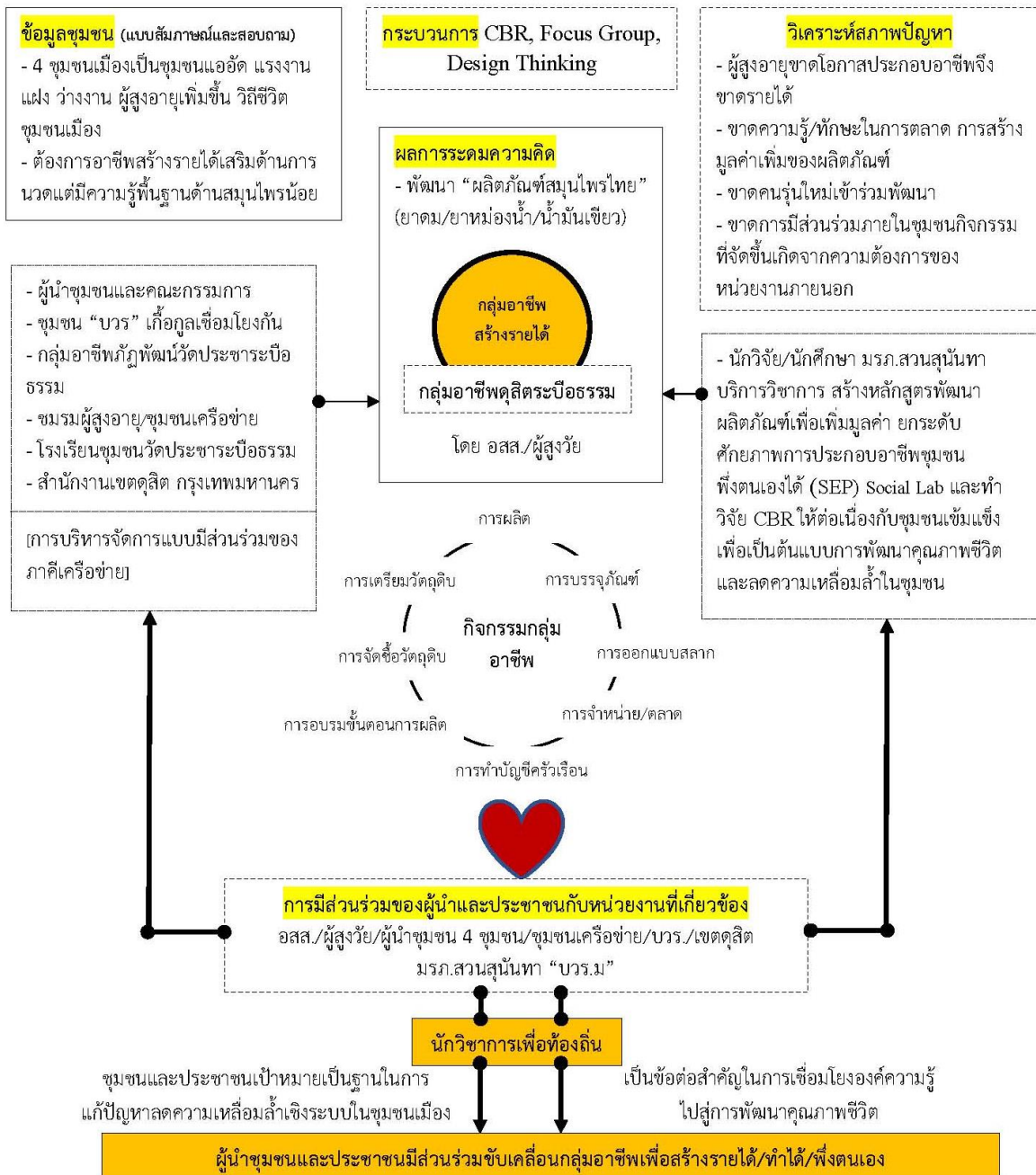
บทสรุปการวิจัยที่เกิดขึ้นเป็นกระบวนการที่จะเกิดการลดความเหลื่อมล้ำในชุมชนวัดประหาระบือธรรม โดยเป็นหุ้นส่วนทางสังคมเพื่อการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำในชุมชนเมือง: ชุมชนวัดประหาระบือธรรม ที่เกิดภาพระบบนิเวศการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนเมือง โดยมีการออกแบบเป็นภาพจำลองครั้งแรก ที่อาศัยลักษณะการทำงานแก้ไขปัญหาคความเหลื่อมล้ำในชุมชนต้องมีหุ้นส่วนทำหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานให้สมบูรณ์เสมือนร่างกายของมนุษย์ที่แต่ละอวัยวะที่ทำหน้าที่ตามบทบาทช่วยให้ชีวิตดำรงอยู่ได้ ดังภาพสรุปการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 3.14 ภาพจำลองสรุปการวิจัยที่เป็นระบบนิเวศการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนเมือง

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564)

อย่างไรก็ตามได้มีการปรับปรุงภาพจำลองระบบการแก้ไขปัญหาลดความเหลื่อมล้ำในชุมชนวัดประหาระบือธรรมที่การวิจัยที่ได้ผลลัพธ์ที่สมบูรณ์ที่สุดไม่สามารถดำเนินการลดความเหลื่อมล้ำได้เพียงลำพัง ดังนั้นภาพสรุปการวิจัยที่เป็นหุ่นส่วนทางสังคมเพื่อการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำในชุมชนเมือง: ชุมชนวัดประหาระบือธรรม เป็นลักษณะการทำงานแบบกระบวนการเชิงระบบ (System Model) ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 3.15 ภาพจำลองสรุปการวิจัยที่เป็นระบบนิเวศการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนเมือง

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564)

โดยมีผลลัพธ์ของการวิจัย มีเป้าหมายให้เกิด “การสร้างรายได้ พึ่งพาตนเอง มีชีวิตที่พอดี” ไม่เพียงได้แนวทางการลดความเหลื่อมล้ำในการลดเหลื่อมล้ำ 3 ประการ ได้แก่

(1) ลดเหลื่อมล้ำด้านรายได้ โดยการเพิ่มรายได้เสริม

(2) ลดเหลื่อมล้ำด้านความรู้ โดยการสอน อบรม ให้ประชาชนพึ่งตนเองด้านการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรแบบครบวงจร (8 ขั้นตอน)

(3) ลดช่องว่างการเข้าถึงระหว่างรัฐและประชาชนในชุมชน โดยการสร้างการเข้าถึงให้กับประชาชนกับรัฐ การตั้งรัฐเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน ด้วยการร่วมกันพัฒนาอาชีพ “ทำกลุ่มอาชีพพร้อมกัน” (รัฐเอาผลิตภัณฑ์ไปขายให้กับประชาชนได้ด้วยความปลอดภัยเป็นหุ้นส่วนกัน)

สะท้อนผลการวิจัยที่เกิดขึ้นเป็นแนวทางการวิจัยสำคัญ ได้แก่ ผลผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบ ที่เกิดขึ้นดังนี้

ตารางที่ 3.2 ผลผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบการวิจัย

ผลที่	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)	ผลกระทบ (Impact)
1	1 รูปแบบกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มอาชีพอย่างครบวงจร	ผู้นำชุมชน ผู้สูงวัย และอาสาสมัครสาธารณสุข (อสส.) ได้มีส่วนร่วมดำเนินการตามรูปแบบกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มอาชีพอย่างครบวงจรด้วยชุมชนเอง 8 ขั้นตอน	- โรงเรียนได้นำรูปแบบกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มอาชีพอย่างครบวงจรไปสอนให้กับนักเรียนที่เป็นเยาวชนในชุมชนวัดประชาระบือธรรม - เป็นต้นแบบการพัฒนาของกลุ่มอาชีพให้กับอีก 39 ชุมชนในเขตดุสิต
2	1 ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	ผลิตภัณฑ์มีความเป็นอัตลักษณ์และสามารถเชื่อมต่อกับกลุ่มนวดกดจุดฝ่าเท้าวัดประชาระบือธรรมได้	พัฒนาสู่การเป็นสินค้าอัตลักษณ์ของเขตดุสิต และเป็นชุมชนเดียวที่สามารถสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้เกิดความสร้างสรรค์ได้
3	1 กลุ่มอาชีพที่เสริมสร้างรายได้	เกิดรายได้ขึ้นจริงกับประชาชนที่เข้ามาดำเนินการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ “ดุสิตระบือธรรม” ในชุมชนวัดประชาระบือธรรม 1-4	มีการจัดระบบบริหารจัดการกลุ่มอาชีพให้อยู่อย่างยั่งยืนและสามารถมีเงินบริหารจัดการกลุ่มได้ สร้างโบนัสให้ประชาชนในกลุ่มอาชีพ สร้างโอกาสในการขอทุนสนับสนุนกับหน่วยงานภาครัฐได้

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564)

ชี้ให้เห็นว่ากระบวนการคิดเชิงออกแบบมีใช้เน้นที่ผลิตภัณฑ์ในการแก้ไขปัญหาให้ดีขึ้นแต่สามารถเข้าไปเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการเข้าใจอย่างลึกซึ้งกับผู้คนที่มีเผชิญปัญหาที่แท้จริงได้ทุกมิติ แล้วเลือกปัญหาที่เป็น

จริงตั้งกรอบโจทย์ให้ชัดเจน แล้วร่วมกันทำงานให้เป็นทีมมาจากหลากหลายความรู้ ความชำนาญ สรรพวิชาต่าง ๆ มาร่วมกันทำงานคิด เขียน วาดภาพ ร้อยเรียงเป็นภาพผังผลจากการคิดรวบยอดที่เกิดขึ้นเป็นต้นแบบ นำไปสู่การถอดจากต้นแบบสู่การสร้างต้นแบบให้มีความชัดเจนสอดคล้องกับที่กำหนดและนำทดลองใช้ประโยชน์ ดีนำไปใช้ต่อขยายผลออกสู่สังคม ไม่น้อยกลับขึ้นการคิดออกแบบสร้างสรรค์ต่อไปแล้วปรับปรุงต้นแบบพร้อมกับทดลองใช้อีกครั้งที่เรียกกันว่า “ผลิดซ้ำจากต้นแบบสู่ต้นแบบ” ที่สมบูรณ์

3.3 แบบจำลองเชิงธุรกิจ (Lean-Business model canvas) และกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

3.3.1 แบบจำลองเชิงธุรกิจ (Lean-Business model canvas)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ได้อธิบายแบบจำลองเชิงธุรกิจ (Lean-Business model canvas) ไว้ในหนังสือเรียนผู้ประกอบการอย่างน่าสนใจว่า เมื่อธุรกิจเริ่มต้นใหม่ที่มีความไม่แน่นอนสูง อย่างสตาร์ทอัพเพื่อสื่อสารให้กับคนอื่น ๆ เข้าใจภาพรวมของธุรกิจ ปัญหาเหล่านี้สามารถช่วยได้ด้วยเครื่องมือที่ชื่อว่า “Lean Canvas” คือ แม่แบบเทมพลต (Template) ผืนผ้าใบ 9 ช่องที่ช่วยให้สตาร์ทอัพ หรือเทมเพลตแผนธุรกิจ 1 หน้าที่ต้องการทำโครงการหรือการทำธุรกิจใหม่ๆ สามารถร่างแผนธุรกิจอย่างง่าย ให้ครบทุกองค์ประกอบที่สำคัญ ซึ่ง LEAN CANVAS พัฒนาโดย Ash Maurya ซึ่ง ได้ต่อยอดมาจาก Business Model Canvas (BMC) ของ Alex Osterwalder (Osterwalder, 2004) โดย Lean Canvas นี้จะเน้นไปที่ธุรกิจ เริ่มต้นใหม่ ซึ่งมีหลายสิ่งที่ยังไม่ชัดเจนในเรื่องของปัญหา และความต้องการของลูกค้า ซึ่งต้องนำไปทดสอบเพื่อ ลดความเสี่ยง และปรับให้ผลิตภัณฑ์สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นก่อนทำธุรกิจจริง ซึ่ง Ash Maurya จึงแนะนำวิธีการร่าง Lean Canvas ไม่เกิน 20 นาที ได้แก่ (1) อย่าใช้เวลานาน (2) บางช่องปล่อยว่างไว้ก่อนก็ไม่เป็นไร (3) สั้นและกระชับ (4) คิดให้เป็นปัจจุบัน (5) เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ซึ่งโดยภาพรวมองค์ประกอบของทั้ง 9 ช่อง มีดังนี้ (Osterwalder, 2004; Osterwalder, & Pigneur, 2010; LEANSTACK, 2021; Abdoun, & Ibrahim, 2018; ณฤทธิ วรพงษ์ดี, 2562)

ช่อง 1: Problem: ปัญหาอะไรที่เรากำลังจะแก้ไข

ช่อง 2: Customer Segments: ลูกค้าคือใครเป็นคนที่เจอปัญหา

ช่อง 3: Unique Value Proposition: จุดเด่นที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า

ช่อง 4: Solution: วิธีการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า

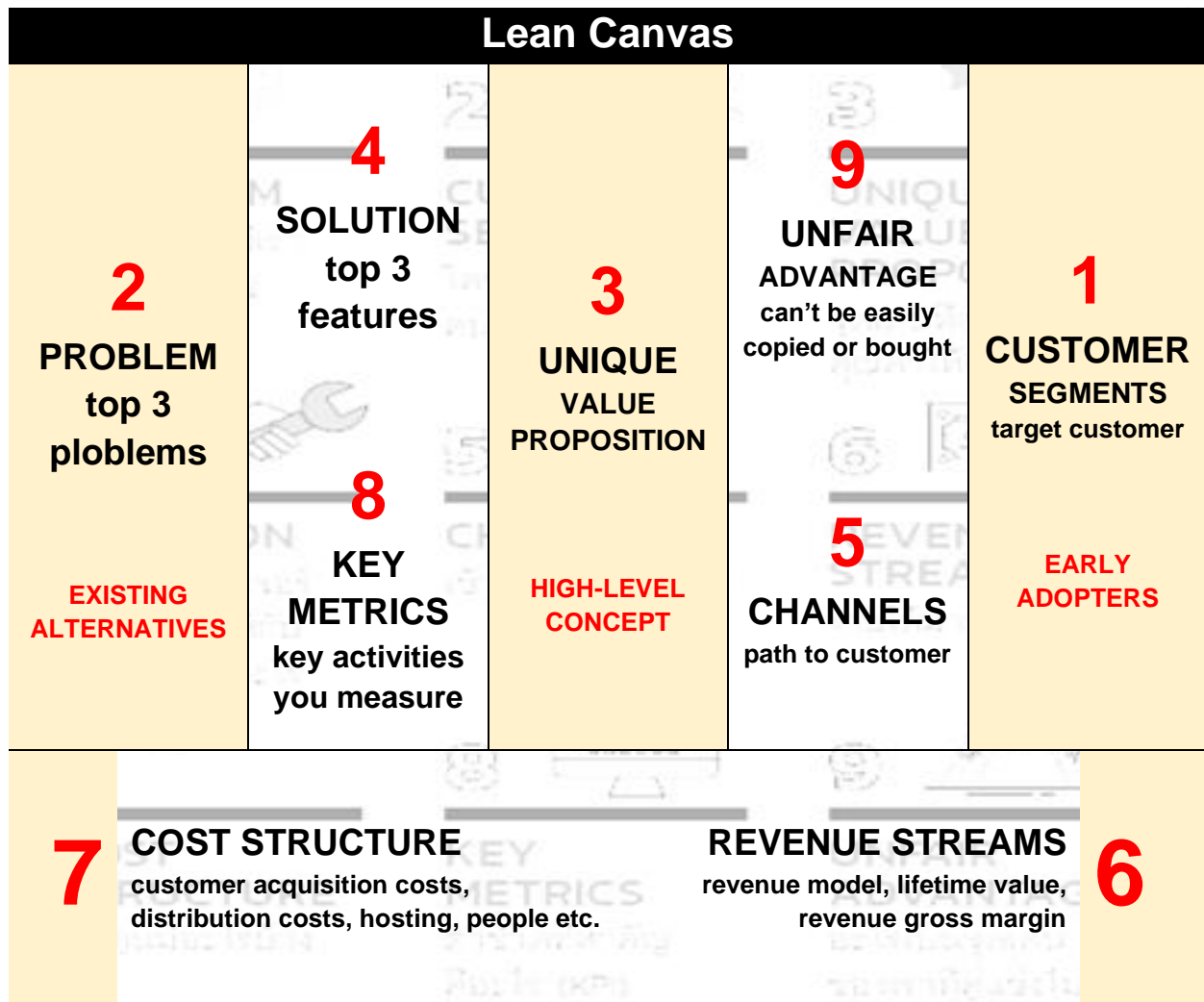
ช่อง 5: Channels: ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า

ช่อง 6: Revenue Streams: ที่มาของรายได้

ช่อง 7: Cost Structure: ต้นทุน

ช่อง 8: Key Metrics: ตัวชี้วัดที่สำคัญคืออะไร (KPI)

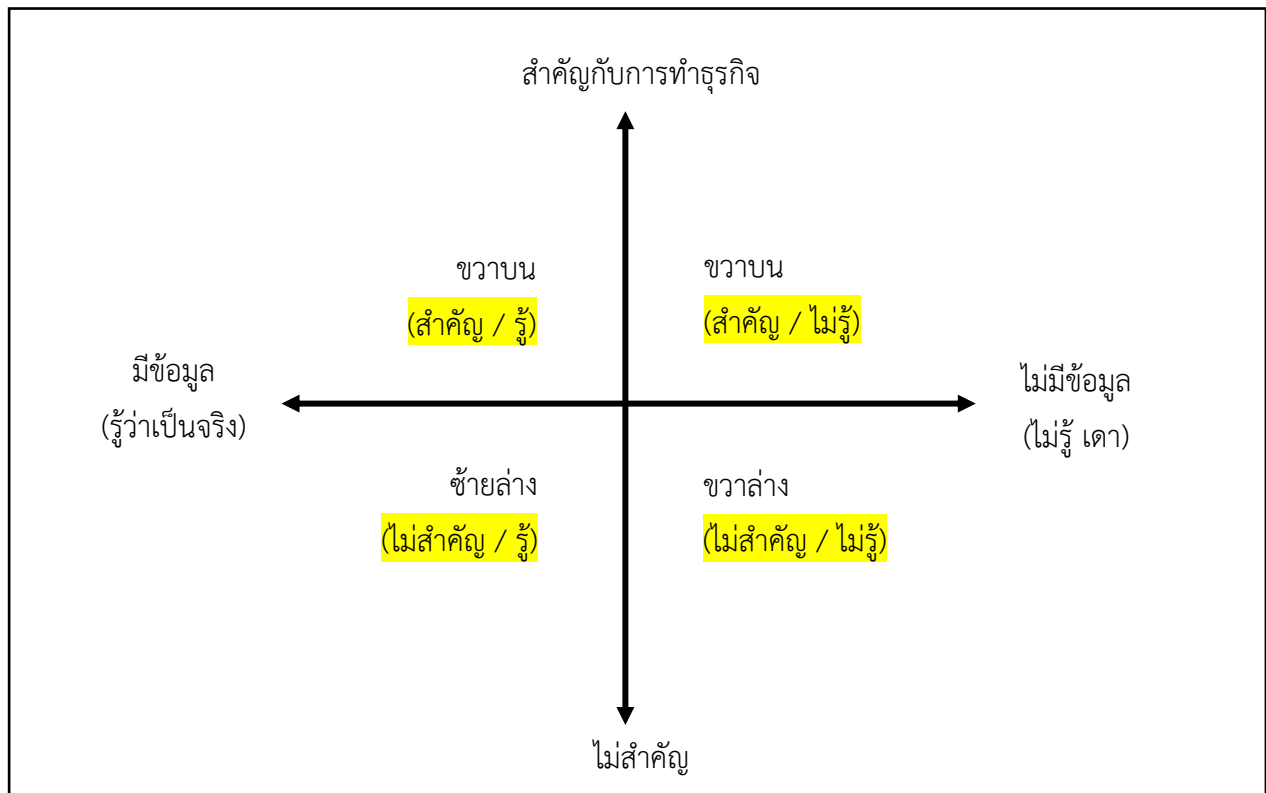
ช่อง 9: Unfair Advantage: จุดเด่นที่เหนือคู่แข่ง



ภาพที่ 3.16 Lean Canvas by Ash Maurya

ที่มา: Abdoun, & Ibrahim, (2018); ญฤทธิ วรพงษ์ดี, (2562)

ชี้ให้เห็นว่าผังภาพ 9 ช่องจะสะท้อนความเข้าใจในภาพรวมของการสร้างธุรกิจช่วงวางแผนจะทำธุรกิจใหม่ ต้องเข้าใจภาพรวมด้วยการเขียนแม่แบบ (Template) ผืนผ้าใบ 9 ช่องที่ช่วยให้สตาร์ทอัพ หรือแผนธุรกิจ 1 หน้า ให้เข้าใจอย่างง่ายครอบคลุมองค์ประกอบทุกประเด็นที่สำคัญ เพื่อเตรียมการตัดสินใจทำธุรกิจหรือไม่ ซึ่งเมื่อได้ข้อมูลที่เป็นภาพรวมของธุรกิจคร่าวๆ แล้ว สามารถจัดลำดับความสำคัญของสิ่งที่จะนำไปทดสอบ ก่อน วิธีการคือลากเส้นแกนตั้ง (ความสำคัญจากบนลงล่าง) และแกนนอน (ข้อมูลที่มีจากมากไปน้อย) นำมาตัดกัน และทำตารางเปรียบเทียบเป็น 4 ช่อง ดังนี้ (ญฤทธิ วรพงษ์ดี, 2562)



ภาพที่ 3.17 ตารางเปรียบเทียบ 4 ช่องสำคัญและรู้จริง

ที่มา: ญฤทธิ วรพงษ์ดี (2562)

ดังนั้นแบบจำลองเชิงธุรกิจ (Lean-Business model canvas) เหมาะสำหรับคนที่ต้องการทำธุรกิจใหม่ ๆ SMEs สตาร์ทอัพ (Startup) หรือผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ โดยตัดสิ่งที่เป็นความต้องการของลูกค้าออกไปก่อนซึ่งไม่จำเป็นต้องเริ่มทำจากปัญหาและความต้องการลูกค้า ซึ่งทำให้ไม่ต้องเสียเวลาลงพื้นที่เก็บข้อมูลค่อยมาวิเคราะห์ให้คัดออก (Lean) ไป แล้วให้หันกลับมาเน้นความเข้าใจภาพรวมของธุรกิจ วางเชิงกลยุทธ์ กำหนดแผนการใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่าให้กับลูกค้าตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพมีแนวทางอย่างไรบ้างภายในพื้นที่ 9 ช่อง 1 หน้ากระดาษใช้เวลาเพียง 20 นาทีสามารถทำได้อย่างแน่นอน แต่มีข้อมูลที่สำคัญและรู้จริงในสิ่งที่ต้องการทำธุรกิจ SMEs สตาร์ทอัพ (Startup)

3.3.2 กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

แนวคิดของวิสาหกิจชุมชนถูกยอมรับและแพร่กระจายอย่างมากในประเทศแถบยุโรป แล้วเกิดเป็นองค์กรที่มีความร่วมมือจาก 15 ประเทศในยุโรป ชื่อว่า “The EMES European Research Network” เริ่มทำการศึกษาและวิจัยเรื่องนี้อย่างจริงจัง เพื่อให้แนวคิดนี้มีความเป็นวิชาการเพิ่มมากขึ้น ต่อมารัฐบาลอังกฤษได้นำแนวคิด

วิสาหกิจชุมชนมาทำเป็นรูปธรรมระดับประเทศในเชิงองค์ความรู้และการประชาสัมพันธ์ ก่อนที่แนวคิดนี้จะถูกรองรับโดยสภาอังกฤษอย่างเป็นทางการ ในฐานะบริษัทเพื่อผลประโยชน์ของชุมชน (The Community Interest Company) ที่มีวัตถุประสงค์ให้เป็นธุรกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน โดยองค์กร The EMES ได้ให้นิยามวิสาหกิจชุมชนไว้ว่า เป็นเครือข่ายกลุ่มคนหรือชุมชนในฐานะองค์กรนิติบุคคล และเป็นกิจการเพื่อผลประโยชน์ของชุมชนโดยเริ่มต้นจากกลุ่มคน เน้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม ให้มีการลงทุนจริงเพื่อประโยชน์เชิงสินค้าหรือบริการที่เป็นรูปธรรมในโลกเศรษฐกิจ ทั้งนี้สำนักงานการสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) ได้อธิบายความหมายของกิจการเพื่อสังคมหรือ Social Enterprise (SE) ว่า เป็นกิจการที่มีจุดมุ่งหมายหลักในการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยใช้กลไกการบริหารจัดการธุรกิจมาผนวกเข้ากับความรู้และนวัตกรรมสังคม ให้มีความยั่งยืนทางรายได้หลักจากสินค้าและบริการ แล้วนำผลกำไรที่ได้เข้าชุมชนเพื่อลงทุนซ้ำและพัฒนากิจการ โดยวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคมต้องมีลักษณะสำคัญ 6 ประการ ได้แก่ (1) มีจุดประสงค์เพื่อสังคม (2) รายได้มาจากสินค้า บริการ (3) กำไรนำไปลงทุนเพื่อชุมชน (4) มีความเป็นอิสระ (5) สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วม และ (6) มีความน่าเชื่อถือ รวมถึงแนวคิดของแผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ. 2553 – 2557 ได้นิยาม คำว่า วิสาหกิจเพื่อสังคม/กิจการเพื่อสังคมไว้ว่า เป็นกิจการที่มีรายได้จากการขาย การผลิตสินค้า และหรือการให้บริการที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อ เป้าหมายอย่างชัดเจนตั้งแต่แรกเริ่ม หรือมีการกำหนดเพิ่มเติม หรือปรับเปลี่ยนเป้าหมายในการสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้น และเจ้าของเท่านั้น โดยกิจการเพื่อสังคมมี 3 ประเภท ได้แก่ (1) กิจการเพื่อสังคมที่ไม่แสวงหากำไรแต่มีการหารายได้ (Nonprofit with income generating activities) (2) กิจการเพื่อสังคมประเภทลูกผสม (Hybrid) และ (3) กิจการเพื่อสังคมที่พัฒนาจากธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Business) (กรมกิจการผู้สูงอายุ และศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561)

ซึ่งคำว่า “Social Enterprise” ในภาษาอังกฤษแต่กลับพบว่าในประเทศไทยมีการนำมาใช้ทั้งคำว่า ธุรกิจเพื่อสังคม กิจการเพื่อสังคม วิสาหกิจเพื่อสังคม ในกฎหมายใช้คำว่า วิสาหกิจเพื่อสังคม แต่บทนี้จะให้ความสำคัญกับการใช้ในคำว่า “กิจการเพื่อสังคม” คิดว่ามีความเหมาะสมมากที่สุดเพื่อให้เห็นภาพของการเป็นองค์กรที่ทำธุรกิจที่เกิดด้วยการแก้ไขปัญหาของสังคมไปด้วยที่มีใช้องค์กรการกุศล การสงเคราะห์และมีใช้องค์กรที่ที่ประกอบธุรกิจเพื่อแสวงหากำไร และมีใช้บรรษัทบริหารกิจการเพื่อสังคมประเภทรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) จึงทำให้กิจการเพื่อสังคมเป็นกลไกสำคัญเชื่อมโยงภาครัฐไปสู่ประชาชนในการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม ด้วยการนำผลกำไรไปต่อยอดช่วยแบ่งปันแก่ผู้ด้อยโอกาส ผู้ปรารถนาโอกาสทั้งการศึกษา อาหาร สุขภาพชุมชน สิ่งแวดล้อม สาธารณประโยชน์ เมื่อแนวคิดถูกเริ่มต้นจากธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีผลกำไรแล้วจึงคิดถึงความสำเร็จรับผิดชอบต่อสังคม ต่อมาจึงมีแนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อสังคมเป็นเชิงองค์กรที่มีจุดมุ่งหมายสูงสุดไม่ใช่การหากำไรสูงสุด หากแต่เป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อหวังให้เกิดประโยชน์สูงสุดคืนกลับภาคประชาชน ชุมชน สังคม กิจการเพื่อสังคมเกิดจากแนวคิดประเภทของ CSR as Process ผสมผสานกับแนวคิดนักพัฒนาสังคมกับการบริหารจัดการแบบผู้ประกอบการ โดยการแบ่งปันรายได้จากองค์กรมาเพื่อทำงานเพื่อสังคม (Mair, & Marti, 2004) ดังนั้นแนวคิดกิจการเพื่อสังคมมิได้กำเนิดขึ้นที่ประเทศไทยแต่ได้กำเนิดแนวคิดนี้ที่ประเทศอังกฤษในช่วงกลางศตวรรษที่ 19 โดย

กลุ่มผู้รับจ้างทำงานได้จัดตั้งหน่วยงานในรูปสหกรณ์เพื่อจัดหาอาหารที่มีคุณภาพในราคาที่สามารถซื้อได้ เพื่อเป็นการตอบโต้ต่อสภาพการทำงานในโรงงานที่แสวงหาผลประโยชน์และเอาเปรียบ แรงงานอย่างไม่เป็นธรรมกระทั่งศตวรรษที่ 1990 แนวคิดกิจการเพื่อสังคมได้ถูกหยิบยกขึ้น มาใหม่อีกครั้งในรูปของการจัดตั้งที่หลากหลาย เช่น สหกรณ์วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprises) องค์กรอาสาสมัคร (Enterprising Voluntary Organizations) เป็นต้น (โกศล ดีศีลธรรม, 2554) ดังนั้นคำว่า กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) จึงมีคำนิยามไว้ไม่แตกต่างกันนัก ดังนี้

1) ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ทางสังคมเฉพาะซึ่งให้บริการตามวัตถุประสงค์หลัก กิจการเพื่อสังคมแสวงหากำไรสูงสุดในขณะที่สร้างประโยชน์สูงสุดต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผลกำไรส่วนใหญ่จะใช้เพื่อสนับสนุนโครงการทางสังคม ซึ่งประเด็นสำคัญ กิจการเพื่อสังคมเป็นธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสังคมซึ่งมีจุดมุ่งหมายหลัก การเพิ่มผลกำไรสูงสุดไม่ใช่เป้าหมายหลักของกิจการเพื่อสังคมเช่นเดียวกับธุรกิจแบบดั้งเดิม ต่างจากองค์กรการกุศล กิจการเพื่อสังคมแสวงหาความพยายามที่จะสร้างรายได้ ซึ่งเป็นกองทุนเพื่อสังคม และด้านการจ้างงาน ให้ความสำคัญแก่ผู้หางานจากชุมชนที่มีความเสี่ยง (Barone, 2020)

2) กิจการเพื่อสังคมมีส่วนร่วมสูง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมอย่างจริงจังโดยเฉพาะพนักงานชั้นต่ำที่ได้รับค่าจ้าง ดังนั้นกิจการเพื่อสังคมจึงหมายถึงองค์กรไม่แสวงหากำไรที่ผสมผสานกันระหว่างองค์การภาครัฐและภาคเอกชนโดยดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาสังคมและมีเป้าหมายทางการเงินควบคู่ไปด้วยกันสรุปความหมายของกิจการเพื่อสังคมได้ว่าหมายถึง “การดำเนินกิจการที่มีเป้าหมายเพื่อแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยที่กิจการดังกล่าวยังมีผลกำไรเพื่อให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้อย่างยั่งยืน” (Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), 2003)

3) สฤณี อาชวานันทกุล (2553 อ้างถึงใน จตุพร จุ้ยใจงาม และพรชัย เทพปัญญา, 2557) ได้อธิบายไว้ว่า (1) กิจการเพื่อสังคมมีพันธกิจหลักในการช่วยเหลือคนที่ขาดโอกาสในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกของปัจจัยพื้นฐาน (2) กิจการเพื่อสังคมมีการคำนึงถึง สังคม สิ่งแวดล้อม สร้างโอกาส เป็นหลักและมีความยั่งยืนทางการเงิน (3) กิจการเพื่อสังคมมีความหลากหลายแนวทางในการทำธุรกิจแต่จุดประสงค์ เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจระดับเล็ก (Micro Economic) และกิจกรรมในพื้นที่ไร้ตลาดไปจนถึงตลาดโตเร็ว (4) กิจกรรมเพื่อสังคมสร้างผลตอบแทนเป็นหลักด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อประโยชน์สูงสุดไม่ใช่กำไรสูงสุด (5) กิจกรรมเพื่อสังคมต้องใช้กลไกทางการตลาด การสร้างนวัตกรรม และการประสานประโยชน์ของทุกฝ่าย ได้แก่ภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคเอกชน เพื่อสร้างค่านักสำคัญในการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก

4) ในปัจจุบันในประเทศไทยจะขาดหลักการสำคัญเรื่องการจัดสรรกำไรสู่ชุมชน และถูกแทรกแซงด้วยระบบบริหารท้องถิ่นทำให้ประโยชน์สูงสุดยังไม่ตกถึงชุมชนอย่างแท้จริง เนื่องจากการดำเนินกิจกรรม ผลประโยชน์และกำไรจากการดำเนินงาน ยังคงเป็นความมั่งคั่งส่วนบุคคลและกลุ่ม แต่อย่างไรก็ตามได้มีการรวมกลุ่มของชุมชนในประเทศไทยเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน หรือที่เรียกว่า วิสาหกิจชุมชน (corporative community) ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็นแนวคิดกว้างๆ คือ (1) เป็นธุรกิจที่มีการผลิตและการให้บริการในรูปแบบต่างๆ (2) เป็น

การรวมกลุ่มเพื่อพึ่งตนเองได้ มีองค์ความรู้ และมีการบริหารจัดการที่ดี (3) เป็นธุรกิจที่มีพันธกิจเพื่อสังคม เช่น การฝึกอบรมเพื่อเสริมทักษะและให้ความรู้เพื่อที่จะไปสร้างงาน ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม (4) ผลประโยชน์หลักจะตกอยู่กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยกำไรจะถูกจัดสรรหรือถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ของชุมชน (จตุพร จุ้ยใจงาม และพรชัย เทพปัญญา, 2557)

5) วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นกลุ่มที่ขับเคลื่อนองค์การด้วยภารกิจงานเพื่อการกุศล ซึ่งมีเป้าหมาย 3 ประการ เพื่อการปฏิบัติงานอย่างมีศักยภาพที่เรียกว่า “triple bottom line” ประกอบด้วย 1) เป้าหมายทางการเงิน (financial) 2) เป้าหมายทางสังคม (social) และ 3) เป้าหมายทางสภาพแวดล้อม (environmental) (The Social Enterprise Fund, Inc. (SEF), 2564)

6) พระราชบัญญัติเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม (2559) ได้นิยามคำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” หมายความว่า บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการขายสินค้าหรือ การให้บริการ โดยมุ่งส่งเสริมการจ้างงานในท้องถิ่นที่วิสาหกิจเพื่อสังคมตั้งอยู่ หรือมีเป้าหมายในการจัดตั้งตั้งแต่ แรกเริ่มในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม โดยมีได้มุ่งสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นหรือ ผู้ เป็นหุ้นส่วน และนำผลกำไรไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบไปลงทุนในกิจการของตนเอง หรือใช้เพื่อประโยชน์ของ เกษตรกร ผู้ยากจน คนพิการผู้ด้อยโอกาส หรือใช้เพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่น ๆ ตามที่รัฐมนตรีว่าการ กระทรวงการคลังประกาศกำหนด

กิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เปิดตัวกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่ ได้รับการรับรองเป็นครั้งแรกของประเทศไทย เพื่อพัฒนาประเทศไทยอย่างเป็นองค์รวมในด้านเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งกิจการเพื่อสังคมที่ได้รับการรับรองจาก คณะกรรมการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ ผ่านการรับรองคุณสมบัติเป็นครั้งแรกในประเทศไทย จำนวน 15 กิจการ ได้แก่ *บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด*, บริษัท เรย์วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด, บริษัท แดรี่โฮม จำกัด, บริษัท ทาแพอาน่า ออมา จำกัด, *บริษัท สยามออร์แกนิก จำกัด*, บริษัท แจสเบอร์รี่ จำกัด, *กลุ่มเกษตรกรทำ นานาไส่*, มูลนิธิแม่ฟ้าหลวงในพระบรมราชูปถัมภ์, บริษัท เด็กพิเศษ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด, บริษัท ลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส แอนด์ แคร์ จำกัด, *บริษัท คิคคิค จำกัด*, *มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรในพระอุปถัมภ์ฯ*, สหกรณ์กรีนเนท จำกัด และ บริษัท โลเคิล อโลค จำกัด โดยกิจการเพื่อสังคมที่ได้รับคัดเลือกและได้รับการอนุมัติ รับรองดังกล่าว รัฐบาลพิจารณาแล้วว่า เป็นกิจการที่มีเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อมให้ ดีขึ้น มีความยั่งยืนทางการเงิน มีกระบวนการที่เป็นธรรมต่อสังคม นำผลกำไรคืนสู่สังคมและโปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีส่วนช่วยเพิ่มรายได้ให้กับผู้มีรายได้น้อย (ศศิวัลย์ พูลสวัสดิ์ และคณะ, 2562)

ราชกิจจานุเบกษา (2562) ได้ระบุเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมในมาตรา 3 ว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” หมายความว่า บริษัท ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือนิติบุคคลอื่น ที่ตั้งขึ้น ตามกฎหมายไทย ซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายสินค้า หรือการบริการ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการ ทั้งนี้ใน

หมวด 1 ระบุเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม ในประเด็นสำคัญอยู่ที่มาตรา 5, 6, 7 โดยมีการระบุไว้ในมาตรา 5 อธิบายเกี่ยวกับวัตถุประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการและต้องมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

(1) มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมการจ้างงานแก่บุคคลผู้สมควรได้รับการส่งเสริมเป็นพิเศษ การแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม หรือเพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่นหรือค้ำประกันประโยชน์ ให้แก่สังคมตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

(2) มีรายได้ไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบมาจากการจำหน่ายสินค้าหรือการบริการ เว้นแต่กิจการ ที่ไม่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นอาจมีรายได้ไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบมาจากการจำหน่ายสินค้าหรือการบริการ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการประกาศ กำหนด

(3) นำผลกำไรไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ตาม (1) และแบ่งปันกำไร ให้แก่ผู้เป็นเจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้นได้ไม่เกินร้อยละสามสิบของผลกำไรทั้งหมด โดยให้ถือว่าการลงทุนในกิจการของตนเองซึ่งมีกระบวนการผลิตหรือการบริการที่มีลักษณะตาม (2) หรือการขยายกิจการ เพื่อวัตถุประสงค์ตาม (1) ตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการประกาศกำหนดเป็นการนำผลกำไรไปใช้เพื่อสังคม

(4) มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี

(5) ไม่เคยถูกเพิกถอนการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม เว้นแต่พ้นกำหนดสองปีนับถึง วันยื่นคำขอจดทะเบียนเพื่อขอรับการส่งเสริมหรือสนับสนุนตามพระราชบัญญัตินี้

(6) ไม่มีหุ้นส่วน กรรมการหรือผู้มีอำนาจจัดการแทนนิติบุคคล หรือผู้ถือหุ้นซึ่งถือหุ้นตั้งแต่ ร้อยละยี่สิบห้าขึ้นไป ซึ่งเคยเป็นหุ้นส่วน กรรมการหรือผู้มีอำนาจจัดการแทนนิติบุคคล หรือผู้ถือหุ้น ตั้งแต่ร้อยละยี่สิบห้าขึ้นไป ในกิจการที่เคยถูกเพิกถอนการจดทะเบียนตาม (5) เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่า ตนมิได้มีส่วนร่วมหรือรู้เห็นกับการกระทำของนิติบุคคลที่เป็นเหตุให้ถูกเพิกถอนการจดทะเบียน การคำนวณกำไรและการแบ่งปันกำไรตาม (3) และการกำกับดูแลกิจการที่ดีตาม (4) ให้เป็นไป ตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 6 การจดทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคมมีสองประเภท ดังต่อไปนี้ (1) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น (2) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นตาม (1) ให้สามารถดำเนินการจัดตั้งห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลหรือบริษัทจำกัดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ หรือบริษัทมหาชน จำกัดตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัดได้ โดยให้ถือว่าวัตถุประสงค์ในการนำ ผลกำไรไปใช้เพื่อสังคมเป็นการแบ่งปันกำไรอันจะพึงได้แต่กิจการที่ทำนั้น การเปลี่ยนแปลงประเภทของวิสาหกิจเพื่อสังคมตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 7 กิจการใดประสงค์จะเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมให้ยื่นคำขอจดทะเบียนต่อสำนักงาน ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และแบบที่สำนักงานประกาศกำหนด โดยคำขอต้องประกอบด้วยรายการ ดังต่อไปนี้

(1) ชื่อกิจการและที่ตั้งของนิติบุคคล

(2) หนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล

(3) มติของที่ประชุมใหญ่ผู้ถือหุ้น ข้อตกลงของผู้เป็นหุ้นส่วนทุกคนหรือมติของคณะกรรมการของนิติบุคคล

(4) ชื่อและที่อยู่ของผู้มีอำนาจทำการแทนนิติบุคคล

(5) หนังสือบริคณห์สนธิ ถ้ามี

(6) หนังสือแสดงเจตนาารมณ์การจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมและรายละเอียดของกิจการ ซึ่งดำเนินการมาแล้วตามระยะเวลาที่คณะกรรมการกำหนด

(7) ความประสงค์ที่จะจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมตามมาตรา 6 (1) หรือ (2)

(8) รายการอื่นตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ประเทศไทยจึงมีการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐขึ้นมาเพื่อดูแลกิจการเพื่อสังคม ในชื่อว่า สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม จัดตั้งตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2562 เป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่เป็นส่วนราชการ และไม่เป็นรัฐวิสาหกิจตามกฎหมาย ซึ่งตั้งอยู่ที่อาคารมหานครยิบซัม ชั้น 12B เลขที่ 539/2 ถนนศรีอยุธยา แขวงถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคม ประกอบด้วย 8 ประการ ดังนี้ (กรมกิจการผู้สูงอายุ และศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561)

(1) ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความสามารถในการขับเคลื่อนธุรกิจ มีความมุ่งมั่นที่จะแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคม

(2) เป้าหมายทางสังคม (Social Mission) “ภารกิจทางสังคม” เป็นหนึ่งในภารกิจที่สำคัญที่สุด

(3) นวัตกรรมกรรมทางสังคม (Social Innovation) ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการที่ปรากฏในรูปของนวัตกรรมทางสังคมเป็นเสมือน “คานงัด” เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง

(4) ชีตความสามารถทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

(5) การเชื่อมสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement) ต้องมีการเชื่อมโยง (Engage) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ทุกประเภท

(6) ความเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมของสังคม (Social Ownership)

(7) ความสามารถในการขยายกิจการ (Scalability)

(8) ผลสัมฤทธิ์ทางสังคม (Social Impact) ผลสัมฤทธิ์ทางสังคม หมายถึงผลสัมฤทธิ์ที่เกิดจากการประกอบกิจการเพื่อสังคม ซึ่งประเมินได้จากการ เปลี่ยนแปลงแก้ไขประเด็นหรือปัญหาทางสังคมที่เกิดขึ้นจริง โดยผลสัมฤทธิ์ดังกล่าวจำเป็นต้องมีผลกระทบ (Impact) ที่มีความยั่งยืน

กรณีศึกษาที่น่าสนใจ คือกิจการเพื่อสังคมของประเทศสิงคโปร์ ซึ่งมีประเด็นพอสังเขป ดังนี้ (The Singapore Centre for Social Enterprise (raiSE), 2015; กรมกิจการผู้สูงอายุ และศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561)

(1) วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม

กิจการเพื่อสังคมของสาธารณรัฐสิงคโปร์ส่วนใหญ่จะเน้นวัตถุประสงค์ในการสร้างโอกาสในการทำงานมากที่สุด ที่ร้อยละ 46 เช่นคนยากจน คนชรา คนพิการ รongลงมา คือ การให้การศึกษา ร้อยละ 21 และการพัฒนาทักษะ ร้อยละ 19 การจัดสินค้าและบริการเพื่อปรับปรุงสภาพจิตใจและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นให้คนในชุมชน ร้อยละ 15 อาทิ Butler in suits สร้างศักยภาพในองค์กร ร้อยละ 14 การดูแลสุขภาพ และสินค้าเพื่อสังคม ร้อยละ 7 อาทิ Proage ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ร้อยละ 4 และสุดท้ายเป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจและบริการ ร้อยละ 1

(2) จำนวนกิจการเพื่อสังคมในสาธารณรัฐสิงคโปร์

ข้อมูลสมาชิกมาจากระบบสมาชิกของ raisE มีกิจการเพื่อสังคม 337 บริษัท มีการแบ่งพัฒนาการของกิจการเพื่อสังคมออกตามความสามารถในการดำรงอยู่ ออกได้เป็น 4 ระยะ ดังนี้

- Seed Stage ได้แก่ กิจการเพื่อสังคมที่ยังอยู่ในขั้นตอนที่เป็นความคิด (idea) หรือขั้น pre-revenue ยังไม่มีความต้องการด้านสินค้าหรือบริการที่เห็นผลชัด ยังไม่สามารถสร้างรายได้เพื่อเลี้ยงดูกิจการ มีจำนวนร้อยละ 19

- Early Stage ได้แก่ กิจการเพื่อสังคมที่มีต้นแบบ (prototype) หรือสินค้าและ/หรือบริการ ความต้องการของสินค้าและ/หรือบริการควรเห็นได้ชัดเจนและมีกลุ่มลูกค้า กิจการสามารถสร้างกำไรแม้ว่าจะกำไรไม่มาก มีจำนวนร้อยละ 47

- Growth Stage ได้แก่ กิจการเพื่อสังคม (SEs) ดำเนินการต่อเนื่องในระยะเวลา 2 ปี และได้รับการพิสูจน์แล้วว่าความต้องการของตลาดสำหรับสินค้าหลักของกิจการเติบโตขึ้น การดำเนินธุรกิจอยู่ในช่วงการค้นหาและปรับใช้โครงสร้างที่เหมาะสม และเป็นขั้นที่กำลังมองหาโอกาสและขยายพื้นที่ในการเติบโตใหม่ ๆ เพื่อเอาชนะคู่แข่ง มีจำนวนร้อยละ 28

- Mature Stage ได้แก่ กิจการเพื่อสังคมที่ดำเนินการต่อเนื่องมาแล้วอย่างน้อย 5 ปี และได้รับการพิสูจน์ถึงความต้องการต่อสินค้าและ/หรือบริการ มีผลประกอบการที่เติบโตขึ้น ธุรกิจอาจกำลังมองหาช่องทางในการเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มขนาดการจัดการและธุรกิจ กิจการเพื่อสังคมในขั้นตอนนี้ เช่น Project Dignity มีจำนวนร้อยละ 6

(3) เกณฑ์ในการพิจารณากิจการเพื่อสังคมในประเทศสิงคโปร์

- ต้องจดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทกับกรมทะเบียนการค้าและธุรกิจ (Accounting & Corporate Regulatory Authority : ACRA)

- ต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่า ต้องการช่วยเหลือใคร สาเหตุคืออะไร และวิธีการในการดำเนินการช่วยเหลือ

- ต้องจัดสรรทรัพยากรเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางสังคม อย่างน้อยร้อยละ 20 เช่น ถ้าจ้างพนักงาน 10 คน ต้องมีผู้สูงอายุ 2 คน หรือมีพนักงานที่เป็นอาสาสมัคร 2 คน ก็จะเข้าเงื่อนไข

ประเทศไทยโดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้ยกตัวอย่างวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีความสำเร็จโดย
ใช้คำว่า “ปั้นแบรนด์ชุมชนสู่ตลาดสากล” ได้อธิบายไว้ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม, 2564)

“From Local to Global น่าจะเป็นแนวคิดการสร้างธุรกิจในภาคส่วนท้องถิ่นที่เราเคยได้ยินกันบ่อยครั้ง
หากแต่การปั้นแบรนด์ชุมชน สู่ตลาดสากลให้ประสบความสำเร็จ นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย และต้องใช้เวลาเป็นเครื่อง
พิสูจน์ ดังเช่น ‘ดอยตุง’ บริษัทวิสาหกิจเพื่อสังคมภายใต้มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งก่อตั้งโดย
สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี หรือสมเด็จพระย่า เพื่อแก้ปัญหา “เจ็บ จน ไม่รู้” ควบคู่กับการ ‘ปลูกคน’ จน
เกิดเป็นแบรนด์สินค้า ที่ช่วยแก้ปัญหาในพื้นที่ครบทุกมิติโดยใช้การบูรณาการองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ เพื่อพัฒนาทั้ง
ในส่วนของ ‘พื้นที่’ และ ‘คน’ ทั้งปัญหาสิ่งแวดล้อม ยาเสพติด การศึกษา และความเท่าเทียม จนประสบ
ความสำเร็จหลังจากใช้เวลากว่า 30 ปี ในการพัฒนาพื้นที่จากภูเขาหัวโล้น จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว พร้อมกับ
จัดตั้งศูนย์ศึกษาดูงาน ที่องค์กรทั้งในประเทศและต่างประเทศมาเยี่ยมชมการสร้างวิสาหกิจเพื่อสังคมในรูปแบบ
ของกิจการที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ

ในปัจจุบันแบรนด์ดอยตุงผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าแนว Life Style เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า เซรามิค ของแต่ง
บ้าน กาแฟ และมีส่วน Cafe Doitung คาเฟ่ที่เข้มแข็งคาเฟ่ที่ปลูกที่ดอยตุงทั้งหมด อีกทั้งแบรนด์ดอยตุงได้ทำงาน
ร่วมกับแบรนด์อื่น ๆ เช่น รองเท้าผ้าใบที่ออกแบบร่วมกับ โอนิซึกะ ไทเกอร์ โชว์ผ้าทอฝีมือคนไทยผ่านรองเท้าผ้าใบ
ระดับโลก หรือการได้รับเลือกจาก Muji แบรนด์ขวัญใจคนยุคนี้ ให้เสิร์ฟเมล็ดกาแฟของแบรนด์ดอยตุง ที่ร้าน Cafe
and Meal Muji เมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น

ดังนั้น ดอยตุง จึงเป็นกรณีศึกษาที่เป็นต้นแบบในการสร้างแบรนด์ท้องถิ่นให้ประสบความสำเร็จระดับโลก
ได้เป็นอย่างดี”

ผู้เขียนสรุปเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ไว้ประเด็นสำคัญดังนี้

(1) เป็นองค์กรที่ประกอบกิจกรรมการผลิต จำหน่าย บริการที่มีรายได้ให้ดำรงอยู่กับชุมชนท้องถิ่น สังคม
ได้อย่างยั่งยืน

(2) กำไรที่เกิดขึ้นเกินจากรายได้ที่พอเพียงให้สามารถนำไปช่วยเหลือด้านอาหาร การศึกษา สุขภาพและ
โอกาสสำหรับผู้ด้อยโอกาส คนยากไร้ คนยากจนในชุมชนท้องถิ่น

(3) กิจการเพื่อสังคม ต้องมีเป้าหมายอย่างชัดเจนว่า ตนอยู่ได้ มีมากมายแบ่งปันชุมชน แก้ไขปัญหาชุมชน
สังคม และพัฒนาสังคมให้เกิดความยั่งยืน

(4) กิจการเพื่อสังคมต้องมีวัตถุประสงค์ในการสร้างโอกาสในการทำงานของคนยากจน คนชรา คนพิการ
การให้การศึกษา การพัฒนาทักษะ การจัดสินค้าและบริการ การพัฒนาสภาพจิตใจและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นให้คนใน
ชุมชน การดูแลสุขภาพ และสินค้าเพื่อสังคม

(5) ประชาชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของในกิจการเพื่อสังคม

(6) กิจการเพื่อสังคมเป็นพื้นที่โอกาสในการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมและเศรษฐกิจของชุมชน
ท้องถิ่น

(7) กิจการเพื่อสังคมมีช่องทางแสวงหากำไร มีช่องทางเพื่อสาธารณกุศลแต่เป็นองค์กรเพื่อพัฒนาสังคม

3.4 กระบวนการสตาร์ทอัพ (Startup process)

สตาร์ทอัพ (Startup) ตามแนวคิดของ Steve Blank ผู้ได้ชื่อว่าเป็นบิดาแห่งสตาร์ทอัพ ให้คำนิยาม startup ไว้ว่า “a startup is an organization formed to search for repeatable and scalable business model” แปลว่า “สตาร์ทอัพคือกิจการที่ตั้งขึ้นเพื่อค้นหาโมเดลธุรกิจ (business model) ที่ทำซ้ำได้ (repeatable) และขยายตัวได้ (scalable)” (Blank, S., 2010) ดังนั้นหัวใจสำคัญของ “สตาร์ทอัพ” อยู่ที่ “โมเดลธุรกิจ (business model)” ซึ่งเป็นรูปแบบวิธีการดำเนินกิจการของบริษัทในการสร้างรายได้นั่นเอง (โครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2560; ชนินทร เพ็ญสูตร, 2561) สอดคล้องกับแนวคิดที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ได้อธิบายคำว่า สตาร์ทอัพ (Startup) ไว้ที่น่าสนใจว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพ เป็นธุรกิจที่เริ่มต้นจากจุดเล็ก ๆ ซึ่งเกิดจากไอเดียเพื่อแก้ปัญหา เห็นโอกาสทางธุรกิจที่ไม่มีคนทำมาก่อน สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว (Growth) ออกแบบให้มีการทำซ้ำได้ง่าย (Repeatable) ขยายกิจการได้ง่าย (Scalable) และมีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นหัวใจหลัก สตาร์ทอัพจึงเกิดขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาตอบโจทย์ Pain Point ของผู้คนเพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาหรือการสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้ (User) นั่นเอง (ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี, 2562) ซึ่งธุรกิจสตาร์ทอัพ เริ่มต้นจากไอเดียเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ช่วงแรกอาจไม่มีกำไรแต่ต้องผ่านความท้าทาย ความล้มเหลว ความผิดหวังต้องเรียนรู้ ลงทุนซ้ำเพื่อปรับปรุงแนวคิดให้ตอบโจทย์ลูกค้าในวงกว้างจนเป็นธุรกิจได้ (ยุทธนา เจียมตระการ, 2560) และมีกระบวนการขั้นตอนการเติบโตของสตาร์ทอัพ (Stage of Startup) อย่างกว้าง ๆ ได้เป็น 3 ขั้นตอนดังนี้ (ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี, 2562)

- 1) Problem Solution Fit เป็นขั้นตอนยืนยันปัญหาว่าสถานการณ์ปัญหานี้มีอยู่จริง ลูกค้ารับรู้ปัญหาด้วยกันและคิดว่ามีแนวทางใดเครื่องมือใด นวัตกรรมที่จะแก้ไขปัญหาได้
- 2) Product Market Fit เป็นขั้นตอนผลิตผลิตภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ตอบโจทย์ปัญหาของตลาด
- 3) Business Market Fit เป็นขั้นตอนการขยายการเติบโตไปสู่ตลาดมากขึ้นและได้โมเดลธุรกิจที่เหมาะสม

นอกจากนี้แนวคิดที่สตาร์ทอัพนำมาใช้ในช่วงเริ่มต้นนี้จะเน้นในเรื่องของการค้นหาและพัฒนาลูกค้า (Customer Development) ซึ่งเครื่องมือหรือกระบวนการหลักๆ ที่นิยมใช้ในช่วงนี้ จะมีอยู่ 2 เครื่องมือคือ การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และ เครื่องมือเขียนแผนธุรกิจรวม 9 ช่อง (Lean Canvas) ซึ่งมีระดับของ Startup Funding 5 ระดับ ดังนี้ (ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี, 2562)

- (1) Seed Fund ระดับการได้รับเงินทุนสนับสนุนขั้นแรกสำหรับบริษัท Startup ที่จะคิดออก
- (2) Series A ระดับการได้รับเงินทุนสนับสนุนสำหรับบริษัท Startup ที่ต้องการขยายการกระจายตัวเข้าสู่ฐานลูกค้าที่ใหญ่ขึ้น หรือจะขยายตัวไปสู่ตลาดใหม่ ระดับเงินทุนอยู่ระหว่าง 2-15 ล้านบาทหรือสูงกว่า

(3) Series B ระดับการได้รับเงินทุนสนับสนุนสำหรับบริษัท Startup ที่ต้องขยายขนาดของบริษัท หรือเพื่อขยายฐานลูกค้าเพื่อการเติบโตในระดับที่ใหญ่กว่าประเทศหรือภูมิภาค ระดับเงินทุนอยู่ระหว่าง 30-100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

(4) Series C ระดับการได้รับเงินทุนสนับสนุนสำหรับบริษัท Startup เพื่อเร่งการเติบโตของบริษัทให้มากขึ้น การมุ่งหน้าสู่ตลาดต่างประเทศ รวมไปถึงการเข้าซื้อบริษัทอื่น ๆ คล้ายกับ Series B แต่จะมีความเข้มข้นมากกว่า ระดับเงินทุนจะมีมากกว่า 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

(5) Unicorn บริษัทที่มีมูลค่าเกิน 1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยยังไม่เข้าตลาดหุ้น อาทิ Uber, Xiaomi, Airbnb

ทั้งนี้ในประเทศไทยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลได้มีการผลักดันนโยบายประเทศไทย 4.0 อย่าง เป็นทางการตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2559 เป็นต้นมา พบว่าวงการสตาร์ทอัพในประเทศไทยได้เกิดการตื่นตัวเพิ่มมากขึ้น ในปัจจุบัน มีสตาร์ทอัพไทยที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติสามารถระดมทุนได้ในหลักพันล้านเหรียญสหรัฐฯ ขึ้นไป ซึ่งสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติและระดับชาติล้วนเป็นสตาร์ทอัพจากกรุงเทพมหานคร แต่ในปัจจุบันไม่ปรากฏว่ามีสตาร์ทอัพจากภูมิภาคสามารถก้าวขึ้นมาเป็นสตาร์ทอัพ ที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ ทั้งในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่สตาร์ทอัพประเภทที่สมควรมีการพัฒนาในจังหวัดเชียงใหม่ คือสตาร์ทอัพ ด้านการเกษตรและสตาร์ทอัพด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้สตาร์ทอัพชุมชนจะถือกำเนิดขึ้นเป็นส่วนหนึ่งต้องเกิดจากการผลักดันของรัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่น โดยในสภาวะปัจจุบันเศรษฐกิจชุมชน ได้รับการช่วยเหลือในด้านการพัฒนาธุรกิจในระดับเบื้องต้น การช่วยเหลือ โดยภาครัฐส่งผลดีต่อสตาร์ทอัพระดับจังหวัดและภูมิภาค มากกว่าสตาร์ทอัพ ระดับชุมชน (ชนินทร์ เพ็ญสูตร, 2561) ส่วนรูปแบบธุรกิจสตาร์ทอัพ มี 4 ประเภท ดังนี้ (ยุทธนา เจียมตระการ, 2560)

(1) E-Commerce รูปแบบธุรกิจของการขายของผ่านช่องทางออนไลน์ รายได้ธุรกิจมาจากส่วนแบ่งจากร้านค้า และค่าโฆษณา

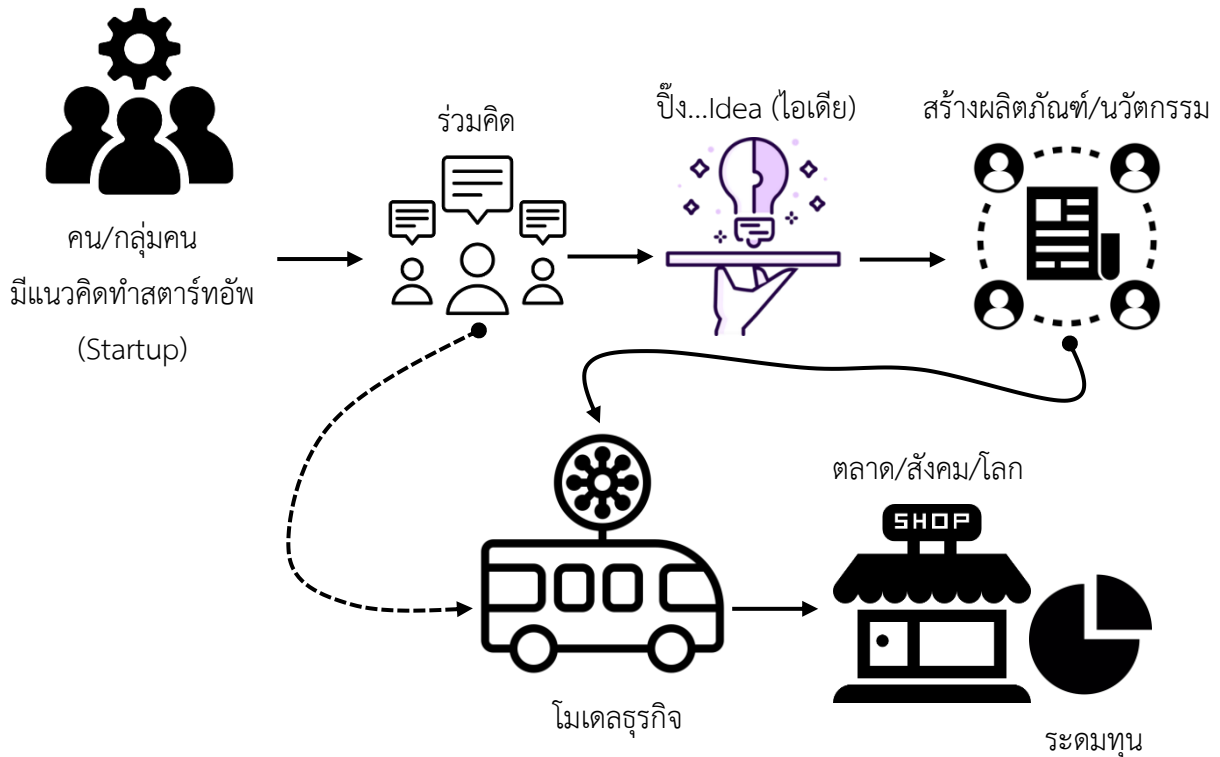
(2) Market Place คล้าย E-commerce เป็นรูปแบบธุรกิจที่รวบรวมสินค้า หรือบริการต่าง ๆ มาไว้ที่เดียวกัน เพื่อให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาเจอกันด้วยระบบออนไลน์และต่างก็ได้ประโยชน์ (ส่วนแบ่งจากผู้รับงาน)

(3) Software Platform เป็นรูปแบบธุรกิจที่สร้างโปรแกรมหรือแอปพลิเคชันขึ้นขึ้นเพื่อให้บริการผ่านมือถือ โดยสร้างความสะดวกสบายหรือแก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวัน (จ่ายเงินผ่านบัตรเครดิต หรือชำระเงินออนไลน์ได้) ค่าธรรมเนียมต่อรายการจากร้านค้า

(4) User-Generated Content (UGC) เป็นรูปแบบธุรกิจที่เน้นผลิต Media หรือ Content ให้ผู้ใช้สามารถเข้ามาร่วมผลิตเนื้อหาเอง อาทิ YouTube, Facebook (รายได้มาจากโฆษณาหรือส่วนแบ่งกลุ่มที่สร้างเนื้อหา (Content))

ผู้เขียนจึงสรุปคำว่า สตาร์ทอัพ (Startup) เป็นธุรกิจใหม่ที่เกิดขึ้นจากความคิดใหม่ ไอเดียใหม่ ๆ แล้วทำไอเดียสู่การสร้างนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาออกสู่ตลาดเพื่อสร้างเป็นโมเดลธุรกิจและระดมทุนจากผู้สนับสนุน

โดยยุคปัจจุบันเทคโนโลยีมีส่วนผลักดันให้เกิดสตาร์ทอัพได้เร็วที่สุด และมีพลังอำนาจมากที่สุด สตาร์ทอัพจึงต้องง่ายในการเข้าถึงคนส่วนใหญ่ สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนหลากหลายรุ่น ซึ่งสามารถขยายตลาดออกไปได้ง่าย กว้าง เชื่อมโยงคนได้ทั่วไป สตาร์ทอัพที่ประสบผลสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ต้องผ่านการพิสูจน์ความผิดหวัง ความล้มเหลว ความท้าทายใหม่ ๆ มากมายจึงต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง “สตาร์ทอัพต้องไม่หยุดคิด ไม่หยุดพัฒนา”



ภาพที่ 3.18 กระบวนการสร้างสตาร์ทอัพ (Startup)

3.5 ทักษะชีวิตในศตวรรษที่ 21

การดำรงชีวิตอยู่ในปัจจุบันเป็นสภาวะการณ์ของการเคลื่อนไหวของกระแสโลกในศตวรรษที่ 21 ผู้คนอยู่ในช่วงของการเปลี่ยนแปลงชีวิตไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี ซึ่ง วิทยาลัยสงฆ์ไทย เป็นสังคมนักเรียนรู้อุทิศตนในศตวรรษที่ 21 คนในยุคนี้มีการกล่าวถึงศาสตราจารย์ นพ.วิจารณ์ พานิช นายกสภามหาวิทยาลัยมหิดล กล่าวปาฐกถาพิเศษเรื่อง "สู่คุณภาพเยาวชนในศตวรรษที่ 21" ว่า "การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ต้องเรียนรู้ด้วยความเข้าใจในภาวะที่หลากหลายซับซ้อน ซึ่งคุณภาพของเยาวชนในศตวรรษที่ 21 คือ คนที่พัฒนาตนได้ใกล้เคียงศักยภาพที่มีอยู่มากที่สุด พัฒนาพหุปัญญารอบด้าน พัฒนาศักยภาพด้านดี ลดทอนศักยภาพด้านชั่ว เด็บโตเป็นผู้ใหญ่ที่รับผิดชอบชีวิต และเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อเป็นผู้ให้ การได้แค่ความรู้ไม่เพียงพอ แต่ต้องนำไปสู่

การเกิดทักษะที่สามารถนำไปใช้ได้ โดยเฉพาะการมีทักษะชีวิต" สังคม 4 รุ่น (4 Generation) ดังนี้ (เกริก บุญโยธิน, 2562)

(1) กลุ่มที่ 1 เจเนอเรชันบี (Baby Boomer Generation) หรือ "Gen-B" ซึ่งเป็นคนสูงอายุในปัจจุบัน (พ.ศ.2489-2507) คนกลุ่มนี้เป็นผลผลิตหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นคนมีความอดทนสูง สู้งาน ชอบทำงานและประสบความสำเร็จด้วยตัวเอง ยังยึดระบบชนชั้น ขณะเดียวกันคนยุคนี้ใช้ชีวิตเรียบง่าย เป็นคนเก็บออมมากกว่าใช้ เป็นผู้มีอายุประมาณ 57-75 ปี

(2) กลุ่มที่ 2 เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) หรือเรียกสั้นๆ ว่า "Gen-X" เป็นคนวัยทำงานในยุคปัจจุบัน (พ.ศ.2508-2522) คนกลุ่มนี้เริ่มมีความอดทน ตั้งใจทำงาน สร้างเนื้อสร้างตัว ยึดระบบชนชั้นน้อยลง เก็บออมและใช้เท่าที่มี มีชีวิตพอเพียง ทำงานที่ชอบ รักอิสระ และมีความคิดสร้างสรรค์ มีอายุอยู่ประมาณ 42-56 ปี

(3) กลุ่มที่ 3 เจเนอเรชันวาย (Generation Y) หรือ "Gen-Y" เป็นคนวัยตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลายถึงเริ่มทำงานใหม่ (พ.ศ.2523-2540) คนกลุ่มนี้เกิดมาพร้อมเทคโนโลยีทันสมัยและแพร่หลาย ความอดทนเริ่มน้อยลง สมารถสู้ขัน ชอบ Copy-Paste และเปลี่ยนงานบ่อย ไม่ชอบชนชั้น ชอบการทำงานเป็นทีมมากกว่าฟังคำสั่งจากหัวหน้าหรือผู้นำอย่างเดียว ไม่ชอบการบังคับขู่เข็ญจากพ่อแม่ มีอายุอยู่ประมาณ 24-41 ปี

(4) กลุ่มที่ 4 เจเนอเรชันซี หรือแซด (Generation Z) หรือ "Gen-Z" (พ.ศ.2540 ขึ้นไป) ซึ่งเป็นคนกลุ่มวัยตั้งแต่แรกเกิดถึงมัธยมศึกษาตอนต้น คนกลุ่มนี้เกิดมาด้วยการเลี้ยงดูที่เพียบพร้อม เทคโนโลยีทันสมัยและแพร่หลาย รวมถึงองค์ความรู้ เพียงกระดิกนิ้วก็ได้สิ่งที่ต้องการ และมีตัวเลือกมาก ทำให้คนกลุ่มนี้มักทำในสิ่งที่ชอบ ชอบความสะดวกสบาย ไม่ชอบพิธีการ

การบ่มเพาะของผู้คนมีการเปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละสังคมซึ่งสังคมไทยประเทศไทยมีการปรับเปลี่ยนโมเดลเศรษฐกิจมาหลายครั้ง โดยเริ่มจาก “Thailand 1.0” ที่เน้นภาคเกษตรกรรม ไปสู่ “Thailand 2.0” ที่เน้นอุตสาหกรรมเบา โดยใช้ประโยชน์จากค่าจ้าง แรงงานราคาถูกและทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มุ่งเน้นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าเป็นสำคัญ จากนั้นประเทศไทยได้ก้าวสู่ “Thailand 3.0” ในปัจจุบัน ที่เน้นอุตสาหกรรมที่มีความซับซ้อนมากขึ้น โดยดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศเพื่อให้มาใช้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตเพื่อส่งออกไปตลาดโลก อย่างไรก็ตาม ภายใต้ “Thailand 3.0” นั้น แม้จะทำให้ประเทศไทยมีเศรษฐกิจที่เติบโตเพิ่มขึ้นแต่ก็ต้องเผชิญกับ “ก้นดัก ประเทศรายได้ปานกลาง” “ก้นดักความเหลื่อมล้ำของความมั่งคั่ง” และ “ก้นดักความไม่สมดุลในการพัฒนา” ก้นดักเหล่านี้เป็นประเด็นท้าทายของประเทศไทยในปัจจุบันนำไปสู่การปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจเพื่อก้าวข้าม “Thailand 3.0” ไปสู่ “Thailand 4.0” (คณะกรรมการกำกับนโยบายและยุทธศาสตร์ Thailand 4.0, 2559) ดังนั้นเมื่อการสร้าง “พิมพ์เขียว” หรือ แผนที่ที่จะนำ พาประเทศไปสู่อนาคตที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ผ่านนโยบายประเทศไทย 4.0 ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ การพัฒนาประเทศ โดยมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทาง เศรษฐกิจมาสู่ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างมูลค่า Value-Based Economy) เพื่อพาประเทศไทยหลุดพ้นจากก้นดักรายได้ปานกลาง ก้นดักความเหลื่อมล้ำ ทางสังคม และก้นดัก

ความไม่สมดุลในการพัฒนา โดยมีการปรับเปลี่ยนใน 4 มิติดังนี้ (สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2560; คณะกรรมการกำกับนโยบายและยุทธศาสตร์ Thailand 4.0., 2559)

มิติที่ 1 ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ (Economic Wealth) โจทย์ใหญ่ของประเทศไทยในปัจจุบัน คือลดการพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศ โดยมุ่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ และเปลี่ยนจากเน้นภาคการผลิตสินค้ามาสู่ภาคบริการมากขึ้น ปัจจัยเหล่านี้จะนำไปสู่ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจของประเทศ

มิติที่ 2 ความอยู่ดีมีสุขของผู้คนในสังคม (Social Well-beings) ความเหลื่อมล้ำเป็นปัญหาที่ฝังรากลึกในสังคมไทยและเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศชาติ จึงเป็นโจทย์สำคัญ ที่ทุกภาคส่วนจะต้องช่วยกันลดระดับความเหลื่อมล้ำ รวมทั้งส่งเสริมให้เกษตรกรใช้เทคโนโลยีการเกษตรเพื่อสร้าง รายได้ให้เพิ่มมากขึ้น ยกกระตือรือร้นธุรกิจ เอสเอ็มอี (SMEs) และวิสาหกิจชุมชนด้วยเทคโนโลยีนวัตกรรม สร้างระบบสวัสดิการสังคมภายใน 20 ปี

มิติที่ 3 การยกระดับศักยภาพและคุณค่าของมนุษย์ (Human Wisdom) การพัฒนาทุนมนุษย์จำเป็นต้องคำนึงถึงการพัฒนามาตรฐานของเด็กไทย ยกกระตือรือร้นคุณภาพของแรงงานให้สอดคล้องกับตลาดแรงงานและทิศทางการพัฒนาของประเทศ “คนไทย 4.0 ในโลกที่หนึ่ง”

มิติที่ 4 การรักษาสังแวดล้อม (Environmental Wellness) การพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการสร้างสังคมที่น่าอยู่ ดังนั้นเรื่องสิ่งแวดล้อมจึงเป็นเรื่องสำคัญไม่แพ้ตัวเลข การเติบโตทางเศรษฐกิจ เช่น ลดการปล่อยมลพิษ รู้จักอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีพื้นที่ทางการเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน มีระบบการจัดการขยะอย่างยั่งยืนและถูกต้อง ตามหลักสุขาภิบาล

ดังนั้นไทยแลนด์ 4.0 ในมิติที่ 3 จึงสะท้อนพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีคุณค่า (Human Wisdom) เพื่อไปถึงการพัฒนาตามที่กำหนดคนไทย เยาวชนคนไทย จึงต้องมีทักษะชีวิตในศตวรรษที่ 21 (21st Century Skills) คุณครูต้องไม่สอน แต่ต้องออกแบบการเรียนรู้และอำนวยความสะดวก (facilitate) การเรียนรู้ ให้นักเรียนเรียนรู้จากการเรียนแบบลงมือทำ หรือปฏิบัติแล้วการเรียนรู้ก็จะเกิดจากภายในใจและสมองของตนเอง การเรียนรู้แบบนี้เรียกว่า PBL (Project-Based Learning) นอกจากนี้ท่านยังระบุไว้อย่างชัดเจนว่า ทักษะด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation Skills) เป็นทักษะพื้นฐานที่มนุษย์ในศตวรรษที่ 21 ทุกคนต้องเรียน สิ่งสำคัญคือสิ่งที่เราต้องเรียนรู้จากผลการวิจัยในยุคปัจจุบันคือ จำได้ (remember) เข้าใจ (understand) ประยุกต์ใช้ (apply) วิเคราะห์ (analyze) ประเมิน (evaluate) และสร้างสรรค์ (create) รวมถึงทุกคนต้องมีกระบวนการเรียนรู้ทักษะในการเรียนรู้ (learning how to learn หรือ learning skills) ยังต้องอิงอาศัยทักษะ 3 ด้าน คือ ด้านสารสนเทศ (information) ด้านสื่อ (media) และด้านดิจิทัล (digital literacy) ประกอบด้วยและเรียนรู้ทักษะในการสร้างการเปลี่ยนแปลงไปในทางดีขึ้น (นวัตกรรม) ประกอบด้วยทักษะย่อย ๆ ดังต่อไปนี้ (วิจารณ์ พานิช, 2555)

1) การคิดอย่างมีวิจารณญาณ (critical thinking) และการแก้ปัญหา (problem solving) ซึ่งหมายถึงการคิดอย่างผู้เชี่ยวชาญ (expert thinking)

2) การสื่อสาร (communication) และความร่วมมือ (collaboration) ซึ่งหมายถึง การสื่อสารอย่างซับซ้อน (complex communicating)

3) ความริเริ่มสร้างสรรค์ (creativity) และนวัตกรรม (innovation) ซึ่งหมายถึง การประยุกต์ใช้จินตนาการและการประดิษฐ์

นอกจากนี้ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ตามรูปสามารถแจกแจงออกได้เป็น 3Rs + 8Cs + 2Ls คือ Learning กับ Leadership (วิจารณ์ พานิช, 2556) ดังภาพต่อไปนี้

3Rs	8Cs	2Ls
Reading (ทักษะการอ่าน)	Critical Thinking & Problem Solving (ทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณและทักษะในการแก้ปัญหา)	Learning Skills (ทักษะการเรียนรู้)
(W)Riting (ทักษะการเขียน)	• Creativity & Innovation (ทักษะด้านการสร้างสรรค์และนวัตกรรม)	Leadership (ภาวะผู้นำ)
(A)Rithmetics (ทักษะการคำนวณ)	• Collaboration, Teamwork & Leadership (ทักษะด้านความร่วมมือ การทำงานเป็นทีมและภาวะผู้นำ)	
	• Cross-cultural Understanding (ทักษะด้านความเข้าใจต่างวัฒนธรรม ต่างกระบวนทัศน์)	
	• Communication, Information & Media Literacy (2-3 ภาษา) (ทักษะด้านการสื่อสารสนเทศและรู้เท่าทันสื่อ)	
	• Computing & Media Literacy (ทักษะด้านคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร)	
	• Career & Learning Self-reliance (ทักษะอาชีพและทักษะการเรียนรู้)	
	• Change (ทักษะการเปลี่ยนแปลง)	

ภาพที่ 3.19 3Rs + 8Cs + 2Ls คือ Learning & Leadership

ที่มา: วิจารณ์ พานิช (2556)

ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด (2564) ได้อธิบายทักษะชีวิตในศตวรรษที่ 21 ไว้ว่า “ทักษะที่ต้องใช้ในการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ต้องเริ่มตั้งแต่เด็ก ผูกผันตั้งแต่แรกเกิดเก็บสะสมองค์ความรู้ ประสบการณ์ กระบวนทัศน์ใหม่ ๆ ไว้เพื่อส่งทอดต่อไปยังอีกรุ่นหนึ่งในสิ่งที่เป็นจริง เพราะความจริงไม่แปรเปลี่ยนไปตามกาลเวลา ยังคงใช้ทักษะนั้นได้เช่นเดิมไม่ว่าจะศตวรรษใดก็ตาม กระบวนการคิดโยนิโสมนสิการของพระพุทธเจ้า ยังคงใหม่เอี่ยมกับทักษะในศตวรรษที่ 21 นี้เช่นเดียวกัน แต่ต้องเพิ่มทักษะอื่น ๆ ขึ้นมาเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพบริบทปัจจุบันที่ดำรงโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเด็ก ๆ เข้าสู่วัยเรียน ครูมีบทบาทสำคัญในการออกแบบการเรียนรู้ให้เด็กมีศักยภาพเป็น

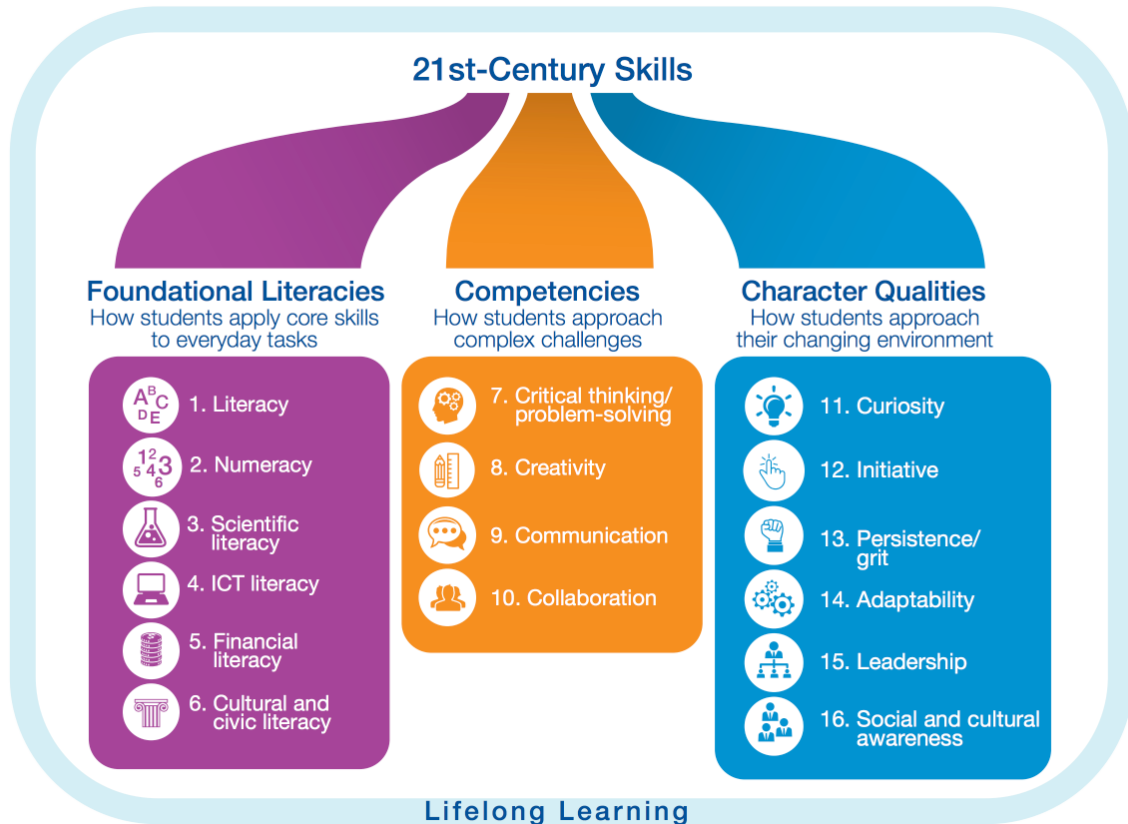
เฉพาะตน ซึ่งทุกคนไม่จำเป็นต้องเก่งเหมือนกัน หรือฉลาดเหมือนกันต้องเป็น พหุลักษณะ พหุปัญญา “พหุวิถี พหุวิธี” ให้เด็กฉลาดในชีวิตเพื่อดำรงอยู่อย่างมีความสุขในสังคมที่พหุลักษณะหลากหลายสังคมและวัฒนธรรมได้ ผู้เขียนยืนยันว่า “ทักษะการบูรณาการเป็นทักษะสำคัญที่มนุษย์ต้องเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21”

องค์กร World Economic Forum (WEF) ทำการสำรวจและวิเคราะห์ความต้องการของตลาดแรงงาน ซึ่งได้สรุปทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 (21st-Century Skill) ออกมาเป็น 16 ทักษะ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ดังนี้ (Soffel, 2016; Pitipornvivat, 2021)

(1) Foundational Literacies กลุ่มทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต้องใช้ใน “การปฏิสัมพันธ์กับบริบทที่แตกต่างกัน” ประกอบด้วย การใช้ภาษา (Literacy) การคำนวณ (Numeracy) การใช้เทคโนโลยี (ICT Literacy) การใช้วิทยาศาสตร์กับสิ่งรอบตัว (Scientific Literacy) การเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและวัฒนธรรม (Cultural & Civic Literacy) หรือแม้กระทั่ง การจัดการด้านการเงิน (Financial Literacy) ที่รวมไปถึง วิธีการเป็นผู้ประกอบการ หรือ entrepreneurship ก็นับเป็นทักษะที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตเช่นกัน

(2) Competencies กลุ่มทักษะที่ต้องนำมาใช้ใน “การจัดการกับปัญหา” เป็นทักษะสำคัญที่ใช้ร่วมกันในการวิเคราะห์ปัญหาให้ถูกจุด (Critical Thinking) สร้างวิธีการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Creativity) รวมทั้งสื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่น (Communication & Collaboration) เพื่อแก้ปัญหาเหล่านั้นให้ได้ กลุ่มทักษะนี้มักถูกเรียกร้อยกว่า ‘4C’

(3) Character Qualities กลุ่มทักษะที่ใช้ใน “การจัดการตัวเองกับสภาพสังคม” ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เช่น ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) การริเริ่มสร้างสรรค์ (Initiative) ความพยายามในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Persistence/Grit) ความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสังคมและสภาพแวดล้อม (Adaptability) ความเป็นผู้นำ (Leadership) และ ความตระหนักถึงสังคมและวัฒนธรรม (Social & Cultural Awareness) ด้วยเหตุว่าความรวดเร็วของสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้เด็กยุคใหม่ต้องก้าวตามให้ทัน ทักษะเหล่านี้จึงมีความสำคัญมากขึ้น เพื่อที่จะได้ไม่เป็นคนที่ตามหลังคนอื่นอยู่เสมอ และเป็นคนที่มีคุณภาพ (Character Qualities) ดังภาพต่อไปนี้



Note: ICT stands for information and communications technology.

ภาพที่ 3.20 21st-century skills for students

ที่มา: Fostering Social and Emotional Learning through Technology, World Economic Forum March 2016 (Soffel, J., 2016)

ผู้เขียนสรุปได้หัวใจสำคัญทักษะชีวิตของผู้คนในศตวรรษที่ 21 (21st-century skills) มีสิ่งเดียวที่ชัดเจนคือ “มนุษย์ต้องเรียนรู้การเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอด” ซึ่งจะพบ 9 ทักษะชีวิตในศตวรรษที่ 21 ดังนี้



ภาพที่ 3.21 9 ทักษะก้าวหน้าชีวิตศตวรรษที่ 21

สรุป

การออกแบบและสร้างนวัตกรรมของวิศวกรสังคมเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการคิดเพื่อสร้างให้นักศึกษา วิศวกรสังคมก้าวสู่การฝึกคิด ฝึกสื่อสาร ฝึกประสาน ฝึกสร้างสิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นกับตัวเองจนเป็นคนที่มีคิดดีมี เหตุผล เก่งพูดสื่อสารเข้าใจถูกต้อง ส่งผลสู่การดำรงชีวิตจึงเป็นผู้ถนัดและเชี่ยวชาญในการคิด พูด ทำ แบ่งปัน สังคม ทำให้เกิดการใช้เครื่องมือที่สำคัญเพื่อเสริมทักษะของวิศวกรสังคมให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่ กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ซึ่งมีเป้าหมายอยู่ที่จุดศูนย์กลางของขั้นตอนที่ 3 การสร้าง ความคิด (Ideate) จะเป็นกระบวนการสร้างศักยภาพโดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ โดยมีกระบวนการเชื่อมโยงกัน ตั้งแต่ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ (Empathize) กำหนดกรอบโจทย์ปัญหา (Define) การสร้างความคิดให้มีตัวแบบที่ ดี (Ideate) การสร้างต้นแบบ (Prototype) และนำไปสู่การทดลองทดสอบในสังคม (Test) ซึ่งเครื่องมือ กระบวนการคิดเชิงออกแบบจึงมีใช้เน้นที่ผลิตภัณฑ์ในการแก้ไขปัญหาให้ดีขึ้นด้วยหลากหลายความรู้ ความชำนาญ สรรพวิชาต่าง ๆ มาร่วมกันทำงานคิด เขียน วาดภาพ ร้อยเรียงเป็นภาพผังเพื่อสร้างธุรกิจโดยการเชื่อมโยงกับตัว แบบจำลองเชิงธุรกิจ (Lean-Business model canvas) เหมาะสำหรับคนที่ต้องการทำธุรกิจใหม่ ๆ SMEs สตาร์ท อัป (Startup) หรือผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ด้วยการใช้เครื่องมือที่เน้นความเข้าใจภาพรวมของธุรกิจ วางเชิงกลยุทธ์ กำหนดแผนการใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่าให้กับลูกค้าตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้พื้นผ้า 9 ช่อง 1 หน้ากระดาษ 20 นาทีจะสามารถรู้จริงในสิ่งที่ต้องการทำธุรกิจ SMEs สตาร์ทอัป (Startup) เพราะ สตาร์ทอัป (Startup) เป็นธุรกิจใหม่ที่เกิดขึ้นจากความคิดใหม่ ไอเดียใหม่ ๆ แล้วทำไอเดียสู่การสร้างนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ใหม่ ขึ้นมาออกสู่ตลาดเพื่อสร้างเป็นโมเดลธุรกิจ ดังนั้นสตาร์ทอัปที่ดีจึงต้องไม่หยุดคิด ไม่หยุดพัฒนา ไม่หยุดท้าทาย ความสามารถของตนเอง ทำให้สะท้อนความเป็นผู้ดำรงชีวิตอยู่ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยหรือที่ เรียกว่า ไทยแลนด์ 4.0 ท่ามกลางกระแสโลกของศตวรรษที่ 21 นั้นนักศึกษาวิศวกรสังคมจึงต้องอาศัยหัวใจที่ สำคัญที่สุดของทักษะชีวิตของผู้คนในศตวรรษที่ 21 (21st-century skills) คือ “มนุษย์ต้องเรียนรู้การเปลี่ยนแปลง เพื่อความอยู่รอด” ซึ่งจะพบ 9 ทักษะชีวิตในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ (1) การคิดดีมีเหตุผล (2) การคำนวณ (3) ภาษา สื่อสาร (4) นวัตกรรมเทคโนโลยี (5) วิถีสังคมวัฒนธรรม (6) การเรียนรู้การเปลี่ยนแปลง (7) ผู้นำ-ผู้ตาม (8) ความ จริงของชีวิต และ(9) คนดี มีศีล ธรรมะ

คำถามทบทวน

จงค้นหาคำตอบอย่างมีวิจารณ์ญาณทั้ง 10 ข้อคำถามดังต่อไปนี้

- (1) ทำไม “การออกแบบ” (Design) จึงมีความสำคัญกับวิศวกรสังคม?
- (2) ทำไม “การสร้างนวัตกรรม” (Innovation) จึงมีความสำคัญกับวิศวกรสังคม?
- (3) การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มีกระบวนการต่อการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาธุรกิจอย่างไร?
- (4) การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นเครื่องมือสำคัญของการทำสตาร์ทอัปอย่างไร?

- (5) แผนภาพรวมธุรกิจ 9 ช่อง (Lean Canvas) มีนิยามและความสำคัญอย่างไรกับสตาร์ทอัพ?
- (6) จงเขียนแผนภาพรวมธุรกิจ 9 ช่อง (Lean Canvas) โดยให้สมมติธุรกิจ 1 ธุรกิจมาอย่างชัดเจน?
- (7) กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) มีความสำคัญอย่างไรกับประเทศไทย?
- (8) จงอธิบายว่าวิศวกรสังคมมีความเกี่ยวข้องกับสตาร์ทอัพอย่างไร?
- (9) จงอธิบายเครื่องมือสำคัญของการทำสตาร์ทอัพมาให้ชัดเจนและเขียนผังภาพเชื่อมโยงเครื่องมือ?
- (10) วิศวกรสังคม ต้องมีทักษะชีวิตในศตวรรษที่ 21 อย่างไร?

เอกสารอ้างอิง

- Pitipornvivat, M. (2021). **21st-Century Skill**, สืบค้นวันที่ 12 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://corporate.baseplayhouse.co/21st-century-skill>
- Abdoun, A. & Ibrahim, J. (2018). Business Model Canvas, the Lean Canvas and the Strategy Sketch: Comparison, **International Journal of Scientific & Engineering Research** Volume 9, Issue 1, January, pp. 871-889.
- Barone, A. (2020). **Social Enterprise**. สืบค้นวันที่ 12 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://www.investopedia.com/terms/s/social-enterprise.asp>
- Bevlin, M. E. (1980). **Design through Discovery**. NY: Holt, Rinehart and Winston.
- Blank, S. (2010). “**What’s A Startup? First Principles**”. สืบค้นวันที่ 12 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>
- Brown, T. (2008). **Design thinking**. Harv Bus Rev, 86(6), p.84.
- Brown, T. (2009). **Change by Design**. New York: Harper Collins Publisher.
- Cox M. (2015). **Design thinking in healthcare**. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2564 จาก https://www.researchgate.net/publication/281408556_Design_Thinking_in_Healthcare
- Cox M. (2016). **The role of design thinking in innovation**. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://medium.com/pancentric-people/the-role-of-design-thinking-in-innovation-ba68a3d91683>
- Dam, R.F. & Siang, T. Y. (2021). **5 Stages in the Design Thinking Process**. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinking-process>
- Goldstein, H. (1968). **Longitudinal Studies and the Measurement of Change**. The Statistician 18 2, 93-117.

- LEANSTACK. (2021). **Lean Canvas is used by over a million people that span startups, universities, and large enterprises.** สืบค้นวันที่ 11 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://leanstack.com/lean-canvas>
- Mair, J. & Marti, I. (2004). **Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight.** IESE Business School, University of Navarra.
- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). (2003). **Annual Report 2003.** สืบค้นวันที่ 12 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://www.oecd.org/about/2506789.pdf>
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). **Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers Paperback.** jeroen kraaijenbrink
- Osterwalder, A. (2004). **The Business Model Ontology a Proposition in a Design Science Approach.** Universite De Lausanne.
- Preechakiat. B. (2015, 6 March). **Interview** by Pipitkul, T. at The Art and Craft Center of Pensiri Thai Silk Lamphun Province.
- Soffel, J. (2016). **Ten 21st-century skills every student needs.** สืบค้นวันที่ 12 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://www.weforum.org/agenda/2016/03/21st-century-skills-future-jobs-students/>
- Stanford d.school. (2021). **Steps of Design Thinking Stanford University.** สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2564 จาก <http://dschool.stanford.edu/dgift/>
- The Singapore Centre for Social Enterprise (raiSE). (2015). **The State of Social Enterprise in Singapore.** Singapore: Singapore Centre for Social Enterprise, raiSE Ltd.
- The Social Enterprise Fund, Inc. (SEF). (2564). **วิสาหกิจเพื่อสังคม.** สืบค้นวันที่ 11 พฤศจิกายน 2564 จาก http://www.socialenterprisefund.org/about_us_2.html
- Vianna M. et al. (2012). **Design thinking: business innovation.** Rio de Janeiro: MJV Press.
- เกริก บุญโยธิน. (2562). **“Intergeneration Family” อยู่ร่วมกันหลายช่วงวัย เปิดเทรนด์สร้างสุขแบบอินฟินิตี้ สานความสุขทุกเจเนอเรชัน.** สืบค้นวันที่ 7 สิงหาคม 2564 จาก <https://propholic.com/prop-now/intergeneration-family>
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2553). **การคิดเชิงสร้างสรรค์.** พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: ชัคเซสมิเดีย.
- เบญจวรรณ บุ่งทอง. (2561). **SEP for SDGs ด้วยศาสตร์แห่งพระราชาสถูการพัฒนายั่งยืน.** เอกสารการวิเคราะห์ทุนการสร้งรูปแบบลวดลายจาก 3 มหัตศจรรย์ของแผ่นดิน SEP for SDGs ด้วยศาสตร์แห่งพระราชาสถูการพัฒนายั่งยืน ของสาขาวิชาเทคโนโลยีแพชั่นและสิ่งทอ วิทยาลัยอาชีวะศึกษาอุดรธานี.
- โกศล ดีศีลธรรม. (2554). **องค์กรทำดีเพื่อสังคม.** กรุงเทพฯ : MGR 360

- โครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ มหาวิทยาลัยศิลปากร. (2560). Innovative Startup (สตาร์ทอัพ คืออะไร). สืบค้นวันที่ 12 พฤศจิกายน 2564 จาก <http://www.startup.su.ac.th/?p=84>
- ไปรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา และชูจิต ตรีรัตนพันธ์. (2560). การคิดเชิงออกแบบ: เรียนรู้ด้วยการลงมือทำ (Design Thinking: Learning by Doing). กรุงเทพฯ: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC)
- กรมกิจการผู้สูงอายุ และศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2561). โครงการศึกษารูปแบบการจัดการกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) สำหรับผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- คณะกรรมการกำกับนโยบายและยุทธศาสตร์ Thailand 4.0. (2559). พิมพ์เขียวและแผนปฏิบัติการขับเคลื่อน Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักงานประสานงานการขับเคลื่อน Thailand 4.0.
- คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2550). หลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. กรุงเทพฯ: (ท.ป.ม.).
- จตุพร จุ้ยใจงาม และพรชัย เทพปัญญา. (2557). กิจการเพื่อสังคม แนวโน้มระบอบทุนนิยมสมัยใหม่กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ. ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ ในวารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน, หน้า 124-137.
- ชนินทร เพ็ญสูตร. (2561). สตาร์ทอัพไทยแลนด์: กรณีศึกษาสตาร์ทอัพในจังหวัดเชียงใหม่. บทความวิชาการวารสารพัฒนศาสตร์ ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2561., หน้า 253-291.
- ณฤทธิ วรพงษ์ดี. (2562). Set Your Startup Business Guide เริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ด้วย Design Thinking และ Lean Canvas. กรุงเทพฯ: ฝ่ายพัฒนาความรู้ผู้ประกอบการ ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน (TSI) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามัญวิบูลย์เนชั่นอินเตอร์แอคทีฟ.
- นุชจรี กิจวรรณ. (2561). กระบวนการคิดเชิงออกแบบ : มุมมองใหม่ของระบบสุขภาพไทย. วารสารสภาการพยาบาล ปีที่ 33 ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม, หน้า 5-14.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2535). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: ภาควิชาศึกษาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พระราชกฤษฎีกาเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม. (2559). วิสาหกิจเพื่อสังคม ในพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 621) พ.ศ. 2559 เล่ม 133 ตอนที่ 76 ก.
- พาสนา ตันพลักษณ์. (2526). หลักการออกแบบ. กรุงเทพฯ : พิกัดอักษร.

- ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ. (2563). การวิจัยและพัฒนาสังคมรากหญ้า เศรษฐกิจภูมิปัญญา ประชากรมีส่วนร่วม ฐานนวัตกรรมบูรณาการท่องเที่ยววัฒนธรรมลดความเหลื่อมล้ำอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ. (2564). การยกระดับศักยภาพกลุ่มอาชีพในชุมชนวัดประหาระบือธรรมตาม บริบทชุมชนเมือง กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: สนับสนุนทุนวิจัยโดยสำนักงานวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด. (2552). การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด. (2561). การออกแบบลายผ้าขึ้นวิถีวัฒนธรรมคำชะโนดความเชื่อพญานาคด้วยวิธีมัดหมี่ ลวดลายผ้าทอมือ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด. (2562). บุพปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในครอบครัวของหมู่บ้านต้นแบบเศรษฐกิจ พอเพียง. วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร การพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด. (2564). นวัตกรรมการบริหารจัดการการมีส่วนร่วมเครือข่ายชุมชนเมืองกรุงเทพมหานคร เพื่อการท่องเที่ยวระดับโลก. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด. (2564). นวัตกรรม วิถีพัฒนา ภูมิปัญญาภูมิทัศน์. กรุงเทพฯ: ดีวิถี.
- มูลนิธิชัยพัฒนา. (2549). กังหันน้ำชัยพัฒนา. กรุงเทพฯ: กรมประปานครหลวง
- มูลนิธิชัยพัฒนา. (2550). เศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2553). หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุทธนา เขียมตระการ. (2559). ความท้าทายของธุรกิจสตาร์ทอัพในยุคไทยแลนด์ 4.0. สืบค้นวันที่ 12 พฤศจิกายน 2564 จาก http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2560-2561/PDF/8489sc/8489.pdf
- ราชกิจจานุเบกษา. (2562). พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562. เล่ม 136 ตอนที่ 67 ก, ลงวันที่ 22 พฤษภาคม 2562.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). วิธีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ ๒๑. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์.
- วิจารณ์ พานิช. (2556). การสร้างการเรียนรู้สู่ศตวรรษที่ ๒๑. กรุงเทพฯ: ส. เจริญการพิมพ์.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2527). ศิลปะร่วมสมัย. กรุงเทพฯ: วิมอลอาร์ต.
- วีรณายอร์ เหลืองบริบูรณ์. (2564). นวัตกรรม คือ อะไร?. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://www.schoolofchangemakers.com/knowledge/28953/>

- ศศิวัลย์ พูลสวัสดิ์ และคณะ. (2562). การศึกษาบทบาทและแนวทางการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมใน **กลุ่มธุรกิจขนาดย่อม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. งานวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. (2542). “เทคโนโลยีนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ” การ **ประชุมวิชาการ สวทช. ประจำปี 2542** สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ระหว่างวันที่ 30 มีนาคม ถึง 1 เมษายน 2542 ณ ศูนย์ประชุมสหประชาชาติ. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พัทธ์ผจง วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย และประกอบ คุปรัตน์. (2553). นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญ ต่อการเป็นผู้ประกอบการ. **ในวารสารบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, ปีที่ 33 ฉบับที่ 128 ตุลาคม-ธันวาคม 2553, หน้า 49-65.
- สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2560). Thailand 4.0 ขับเคลื่อนอนาคตสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน. **วารสาร “ไทยคู่ฟ้า”**, เล่มที่ 33 มกราคม - มีนาคม, หน้า 1-44.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). **พระมหากษัตริย์นักพัฒนา เพื่อประโยชน์สุขสู่ปวงประชา**. กรุงเทพฯ: ศูนย์การพิมพ์เพชรรุ่ง.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2548). **สุดยอดนวัตกรรมไทย**. กรุงเทพฯ : สำนักงาน นวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม. (2564). **ความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคม ปันแบรนด์ชุมชน สูตลาดสากล**. สืบค้นวันที่ 12 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://www.osep.or.th>
- สิทธิศักดิ์ ธีญศรีสวัสดิ์กุล. (2529). **การออกแบบลวดลาย**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- อารี สุทธิพันธุ์. (2527). **การออกแบบ**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.