

บทที่ 3

การออกแบบนวัตกรรมของวิศวกรสังคม

ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด

หัวข้อเนื้อหาประจำบท

- 3.1 ความสำคัญในการออกแบบนวัตกรรมของวิศวกรสังคม
 - 3.1.1 การออกแบบของวิศวกรสังคม
 - 3.1.2 การสร้างนวัตกรรมของวิศวกรสังคม
 - 3.1.3 นวัตกรรมสังคม (Social Innovation)
- 3.2 การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)
 - 3.2.1 ความหมายและกระบวนการคิดเชิงออกแบบ
 - 3.2.2 กิจกรรมการคิดเชิงออกแบบในการลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนวัดประหาระปิอธรรม เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
- 3.3 แบบจำลองเชิงธุรกิจ (Lean-Business model Canvas) และกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)
 - 3.3.1 แบบจำลองเชิงธุรกิจ (Lean-Business model Canvas)
 - 3.3.2 กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)
- 3.4 กระบวนการสตาร์ทอัพ (Startup process)
- 3.5 ทักษะชีวิตในศตวรรษที่ 21

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1. สามารถอธิบายอย่างเข้าใจความสำคัญในการออกแบบนวัตกรรมของวิศวกรสังคม
2. สามารถอธิบายและเขียนภาพ การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ได้อย่างชัดเจน
3. สามารถออกแบบแบบจำลองเชิงธุรกิจ (Lean-Business model Canvas) และกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ได้อย่างเข้าใจถี่ถ้วน
4. สามารถวิเคราะห์กระบวนการสตาร์ทอัพ (Startup process) ได้อย่างชัดเจน
5. สามารถอธิบายเครื่องมือนวัตกรรมของวิศวกรสังคมและประเมินเครื่องมือที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นได้อย่างเข้าใจ

“นักศึกษาวิศวกรรมสังคม” จำเป็นต้องเรียนรู้ เข้าใจ เข้าถึง ปฏิบัติ พัฒนาทักษะในศตวรรษที่ 21 ซึ่งอาจรวมทั้ง 10 ทักษะสำคัญที่จากรายงาน The Future of Jobs ของ World Economic Forum ที่โลกในอนาคตปรารถนา จากทรัพยากรมนุษย์ให้มีทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ และการสร้างนวัตกรรม ทักษะการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม และมีกลยุทธ์การเรียนรู้ ทักษะความสามารถในการแก้ปัญหาซับซ้อน ทักษะการคิดและวิเคราะห์เชิงวิพากษ์มี วิจารณ์ญาณ ทักษะความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เป็นต้นฉบับไม่ซ้ำใคร ทักษะความเป็นผู้นำและการมีอิทธิพลต่อสังคม ทักษะความสามารถในการใช้ควบคุมดูแลเทคโนโลยี ทักษะความสามารถในการออกแบบเทคโนโลยีและเขียน โปรแกรม ทักษะการจัดการความเครียด ยืดหยุ่นและรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ และทักษะการให้เหตุผล การแก้ปัญหาและการระดมแนวคิด นอกจากนี้ ยังต้องมีทักษะติดตัว 4 ทักษะ คือ ทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงเหตุผล เห็นปัญหาเป็นสิ่งที่ท้าทาย ทักษะการสื่อสารองค์ความรู้เพื่อแก้ปัญหา ทักษะการทำงานร่วมกันโดยปราศจากข้อขัดแย้ง ระดมสรรพกำลังและทรัพยากรในการแก้ปัญหา ทักษะการสร้างนวัตกรรมชุมชน พร้อมทั้งมีลักษณะ 4 ประการ คือมีทัศนคติที่ดีและถูกต้อง มีพื้นฐานชีวิตที่มั่นคงเข้มแข็ง มีอาชีพ มีงานทำ และเป็นพลเมืองดี เมื่อเคี้ยวทักษะ เหล่านี้ให้เกิดขึ้น นักศึกษาวิศวกรรมสังคมจะเป็นทั้งนักคิด นักสื่อสาร นักประสานและนักนวัตกรรม ทั้งนี้สิ่งที่ นักศึกษา วิศวกรรมสังคมจำเป็นต้องเรียนรู้เพิ่มเติมในบทนี้ เป็นเครื่องมือที่ต้องนำไปใช้จริงในศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น หรือการลงพื้นที่เพื่อไปร่วมพัฒนา แก้ไขปัญหา สร้างนวัตกรรมในชุมชนท้องถิ่น จึงต้องเรียนรู้ทักษะชีวิตในศตวรรษ ที่ 21 เน้นการออกแบบ การสร้างนวัตกรรมทางสังคม และเครื่องมือที่นำมาใช้ประกอบทักษะวิศวกรรมสังคมได้ ตามแนวคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) แบบจำลองเชิงธุรกิจ (Lean-Business model canvas) กิจการเพื่อ สังคม (Social Enterprise) และกระบวนการสตาร์ทอัพ (Startup process)

3.1 ความสำคัญในการออกแบบและสร้างนวัตกรรมของวิศวกรรมสังคม

3.1.1 การออกแบบของวิศวกรรมสังคม

การเป็นวิศวกรสังคมต้องเข้าใจก่อนว่า สิ่งแรกที่ตนเองต้องมีและฝึกฝนให้มากที่สุด คือ ทักษะการคิด วิเคราะห์เชิงเหตุผล ซึ่งจุดเริ่มต้นสำคัญ คือ ต้องเก่งคิด โดยการออกแบบกระบวนการกิจกรรมในการพัฒนา ศักยภาพของวิศวกรสังคมต้องเริ่มจากการคิดเก่ง คิดเป็นเหตุเป็นผล คิดอย่างเป็นระบบ คิดให้เห็นภาพในสิ่งที่ ต้องการดำเนินการ ซึ่งในคำว่า “การออกแบบ” มีรูปแบบการคิดเชิงสร้างสรรค์ การขีดเขียนตามความคิดเห็นให้ เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งความหวังไว้ออกมาเป็นรูปแบบ เป็นภาพ เป็นขั้นตอน เป็นโมเดล ผังภาพ ผังความคิด ผังโมทัศน์ที่สามารถนำไปสู่การแก้ปัญหาหรือการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน การออกแบบเป็น การถ่ายทอดความคิด ความรู้ ออกมาเป็นภาพศิลปะที่ผสมศาสตร์ไว้อย่างลงตัวทั้งเป็นการสร้างสรรค์ใหม่ ต่อยอด ความคิดเดิม เพิ่มเติมสิ่งที่ขาดหายไปให้เป็นสิ่งใหม่ รูปแบบใหม่ซึ่งครอบคลุมถึงการออกแบบวัตถุ ระบบ หรือ ปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์รวมถึงการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

คำว่า “การออกแบบ” มีนักวิชาการให้นิยามไว้ว่า การออกแบบ คือการเลือก การจัด การรวบรวม วัตถุ สิ่งของ หรือเรื่องราวเนื้อหาด้วยจุดมุ่งหมายเพื่อให้มีระเบียบ ให้มีความงาม ให้สัมพันธ์เข้าด้วยกันทั้งหมด (Golestein, 1968; Bevlín, 1980) นอกจากนี้ นักวิชาการไทยได้ให้นิยาม “การออกแบบ” หมายถึง การรู้จัก วางแผน การปรับปรุงรูปแบบผลงานให้แตกต่าง เพิ่มความใหม่ขึ้น การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบตามความประสงค์ ในสิ่งที่มีอยู่ในความนึกคิด อันอาจเป็นรูปแบบที่ออกแบบกำหนดด้วยการจัดทำทาง ถ้อยคำ เส้น สี แสง เสียง

รูปแบบและวัสดุต่าง ๆ เพื่อความงาม (พาศนา ตัณฑลักษณ์, 2526; อารี สุทธิพันธุ์, 2527; วิรุณ ตั้งเจริญ, 2527; สิทธิศักดิ์ ธัญศรีสวัสดิ์กุล, 2529) นอกจากนี้ การออกแบบไปอยู่ในส่วนของลวดลายทางศิลปะประกอบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของชาวบ้านชุมชนท้องถิ่น เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ลวดลายผ้าซิ่น ลวดลายบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งคำว่า “การออกแบบลวดลาย” มีความสำคัญมากเพราะการสร้างลวดลายบนผ้าทอมือที่มีความสง่างามมีค่ากล่าวของคนโบราณว่า ถ้าใครเอาผ้าลวดลายเทวดามาใส่แล้วจะทำให้ผิวเป็นขี้กาก คือ สถานะของคนทั่วไปไม่เหมาะกับผ้าเหล่านั้นซึ่งควรจะเป็นผ้าสำหรับถวายวัด” (Preechakiat, B., 2015: interview in Pipitkul, T., 2016) ทั้งนี้ การออกแบบยังอาศัยแรงบันดาลใจจาก 3 สิ่งที่มีทัศนียภาพบนผืนแผ่นดินไทย ได้แก่ 1) มหัศจรรย์ที่ 1 “ทรัพย์ในดิน สินในน้ำ” คือ เรามีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมมาตั้งแต่อดีตจนปราชญ์โบราณกล่าวไว้ว่า “ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว” 2) มหัศจรรย์ที่ 2 “วัฒนธรรมล้ำค่า งามตาประเพณีไทย” ด้วยความหลากหลายและความเป็นปึกแผ่นของไทย ทำให้เราเกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรม เชื้อชาติ และศาสนา ที่อยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขบนแผ่นดินขวานทอง และ 3) มหัศจรรย์ที่ 3 “หัวใจแบบไทย ๆ” ความมหัศจรรย์ที่สำคัญที่สุดที่เราได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษมาโดยไม่รู้ตัว นั่นคือ หัวใจแห่งความเป็นไทย คนไทยมีน้ำใจ มิตรไมตรี และรอยยิ้มอยู่แล้ว (เบญจวรรณ บุ่งทอง, 2561) ทั้งนี้ในการวิจัยพื้นที่คำชะโนด จังหวัดอุดรธานี มีการออกแบบลวดลายของคำชะโนดเกิดขึ้นจากคติชนของผู้เชี่ยวชาญที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้ทอผ้าผู้ที่ผูกพันกับวิถีชีวิตของภูมิสังคมของคำชะโนด ผู้ที่เป็นชาวคำชะโนดผนวกกับองค์ความรู้วิชาการที่มีความถนัดในการออกแบบและประยุกต์ลวดลายใหม่เพื่ออนุรักษ์คำชะโนด ความเชื่อ ความเป็นมงคลแห่งแผ่นดินคำชะโนดไว้ในผืนผ้าผ่านความเชื่อของชาวคำชะโนดที่ต้องสร้างลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์คำชะโนดให้ยั่งยืน (ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด, 2561) เมื่อพิจารณาการออกแบบของวิศวกรสังคมมีความสำคัญอย่างมากในระบบความคิดเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การขยายขอบเขตความคิดออกไปจากกรอบความคิดเดิมที่มีอยู่สู่ความคิดใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อน เพื่อค้นหาคำตอบที่ดีที่สุดให้กับปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งมีกระบวนการ 3 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ 1) ขั้นตอนกำหนดเป้าหมายการคิด 2) ขั้นตอนแสวงหาแนวคิดใหม่ และ 3) ขั้นตอนประเมินและคัดเลือกแนวคิด การคิดสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จที่ต้องประกอบด้วยเรื่องการคิดเป็นหลักแล้ว ต้องมีคุณธรรมจริยธรรมเป็นพื้นฐานการคิดด้วย เพื่อให้สิ่งที่คิดสร้างสรรค์ขึ้นมาได้นั้นไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้อื่น ๆ และส่วนรวมแต่จะก่อประโยชน์แก่สังคมและมนุษยชาติมากที่สุด (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2553) ซึ่งให้เห็นการคิดเชิงสร้างสรรค์ เป็นการนำชีวิตไปสู่ความสำเร็จในรูปแบบใหม่ ๆ ที่ไม่ก่อให้เกิดโทษภัยกับผู้ใดหรือสังคม แต่เป็นการก่อประโยชน์สูงสุดซึ่งความสุข ความสันติแก่ตนเองและมนุษยชาติอย่างยั่งยืนนั่นเอง ดังนั้นการคิดเชิงสร้างสรรค์ต้อง “คิดดี ทำดี มีประโยชน์แก่ปวงชน” เป็นฐานจนก่อรูปเป็นการคิดดีใหม่ ทำดีใหม่ สร้างประโยชน์เพิ่มพูนใหม่ ๆ แก่ส่วนร่วมถึงจะเรียกว่า การคิดเชิงสร้างสรรค์ (ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด, 2564) ดังนั้นคำว่า การออกแบบ หมายถึง การคิดสร้างสรรค์ ผสานความรู้เพื่อจัดวางเค้าโครงความคิดให้เป็นระบบระเบียบ เชื่อมโยงความคิดออกเป็นภาพความคิดเชิงเหตุและผล เชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์นำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้และคิดออกแบบไว้ พร้อมกับรู้จักการปรับปรุงรูปแบบความคิดเดิมไปสู่ความคิดใหม่ที่ น่าสนใจ เป็นจริงได้ตามวัตถุประสงค์

3.1.2 การสร้างนวัตกรรมของวิศวกรสังคม

การสร้างนวัตกรรมในที่นี้หมายถึงการเริ่มต้นคิดสิ่งใหม่ ๆ อย่างมีเหตุผล มีความสร้างสรรค์ มีความต่อยอดสิ่งใหม่ ๆ ปรับปรุงสิ่งเดิมให้มีแนวทางใหม่ ๆ รูปแบบวิธีการแก้ไขปัญหาและการพัฒนาชุมชน ท้องถิ่นในวิธีการ ขั้นตอน แนวทาง เครื่องมือใหม่ ๆ โดยสุทธิธ 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 “เทคโนโลยีนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ” ในการประชุมประจำปีของสำนักงานพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) โดยมีใจความตอนหนึ่งว่า

“... คนเรานั้นจะต้องมีนวัตกรรม คือต้องมี Innovation หรือต้องรู้จักสร้างสรรค์ หรือต้อง มีความพร้อมที่จะก้าวไปข้างหน้า ปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของโลก แต่ว่าก็ต้องสามารถ ปรับโลกให้เหมาะสมสอดคล้องกับความเป็นอยู่ ความพอใจ ความสุขสบายของตัวเองเหมือนกัน ต้องแก้ปัญหาด้วยความคิด พอทางหนึ่งตันก็ต้องหาทางใหม่ ไม่มองมืออเท้า ยิ่งในภาวะวิกฤต ยิ่งต้องการนวัตกรรม ซึ่งไม่เฉพาะแต่นวัตกรรมทางเทคโนโลยีเท่านั้น หากแต่เป็นนวัตกรรมของ ระบบ โดยรวมทั้งตั้งแต่สังคม 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 ในภาษาลาติน แปลว่า ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา ซึ่งความหมายดังกล่าวสอดคล้องกับคำว่า “นวัตกรรม” ในภาษาไทยที่มีรูปศัพท์ เดิมมาจากภาษา บาลี คือ “นว” แปลว่าใหม่ “อัตต” แปลว่าตนเอง และ “กรรม” แปลว่าการ กระทำ เมื่อนำคำ “นว” มาสนธิกับ “อัตต” จึงเป็น “นวัตกรรม” และเมื่อรวมคำ “นวัตกรรม” สมาสกับ “กรรม” จึงเป็นคำใหม่ที่ว่า นวัตกรรม แปลตาม รากศัพท์เดิมว่า การกระทำที่ใหม่ของตนเอง หรือการกระทำของตนเองใหม่ หรือหมายถึง ความคิด หรือการกระทำ ใหม่ ๆ ที่นำมาใช้แก้ปัญหาใน การปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ทั้งนี้คำว่า “นวัตกรรม” ยังชี้ชัดในความหมายถึง “สิ่งใหม่ ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะ เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือกระบวนการใหม่ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พัทธพงศ์ วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย และประกอบ คุปรัตน์, 2553: 49-54)

ดังนั้น การสรุปคำว่า “นวัตกรรม” ที่น่าสนใจผู้เขียนได้นำการสรุปนิยามจากการวิจัยเรื่อง นวัตกรรม การบริหารจัดการการมีส่วนร่วมเครือข่ายชุมชนเมืองกรุงเทพมหานครเพื่อการท่องเที่ยวระดับโลก (สุทธิธ ภูคำชะโนด, 2564) ที่ระบุถึงนิยามคำว่า “นวัตกรรม” หมายถึง สิ่งใหม่จากความคิด กระบวนวิธี 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)

ดังนั้น รูปแบบการสร้างนวัตกรรมของวิศวกรสังคมจึงไม่จำเป็นต้องถูกตีกรอบว่าต้องเป็นสิ่งประดิษฐ์เท่านั้นอาจเป็นรูปแบบความคิดใหม่ 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) หมายถึง ปัจจัยที่เกิดขึ้นก่อนและเป็นสาเหตุมีอิทธิพลที่ทำให้ตัวแปรตามเปลี่ยนแปลงไปด้วย ส่วนตัวแปรตาม (Dependent Variable: DV) หมายถึง ปัจจัยที่ผันแปรไปตามที่ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรต้น (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2535; ยุทธ โกยวรรณ, 2553; ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560) ซึ่งผู้เขียนยกตัวอย่างกรอบการวิจัย 3 กรอบแนวความคิด ดังนี้

(1.1) กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชน เขตดุสิต 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

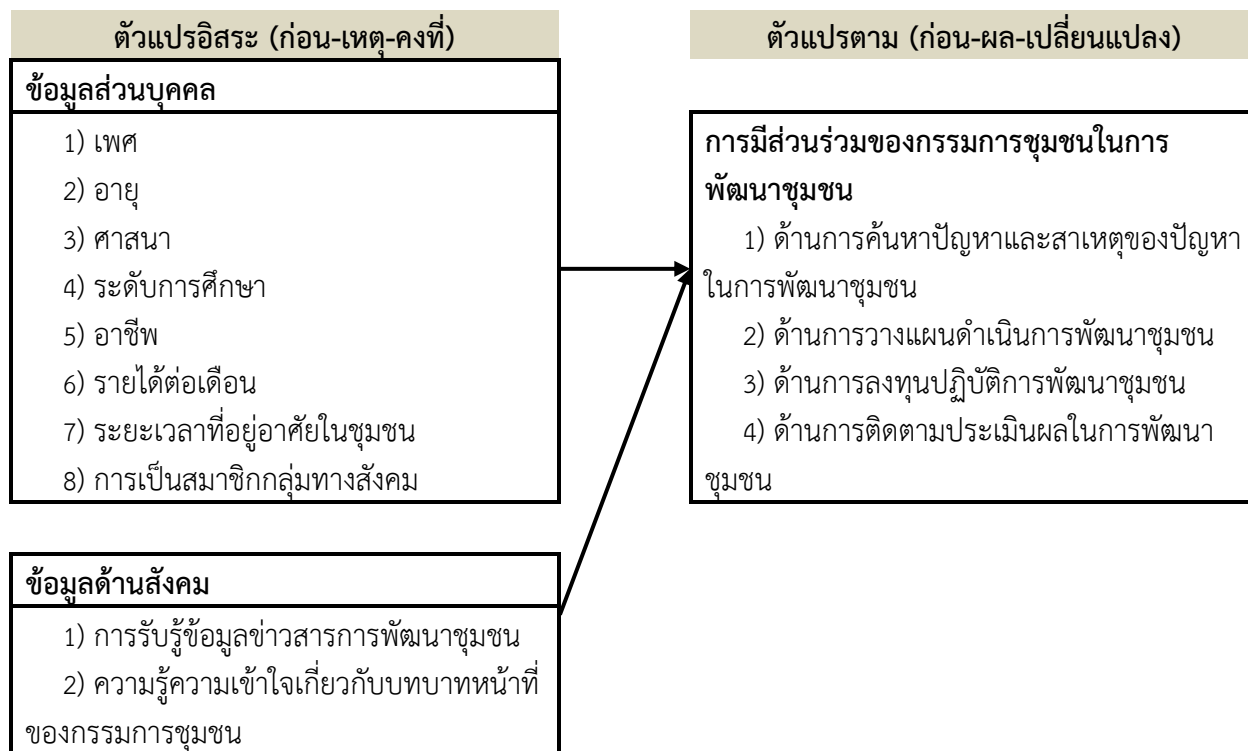
- 1) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการพัฒนาชุมชน
- 2) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของกรรมการชุมชน

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชน

ในการพัฒนาชุมชน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วยด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 2.1 ด้านการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาในการพัฒนาชุมชน
- 2.2 ด้านการวางแผนดำเนินการพัฒนาชุมชน
- 2.3 ด้านการลงทุนปฏิบัติการพัฒนาชุมชน
- 2.4 ด้านการติดตามประเมินผลในการพัฒนาชุมชน

จากตัวแปรอิสระและตัวแปรตามสามารถนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาได้ดังนี้

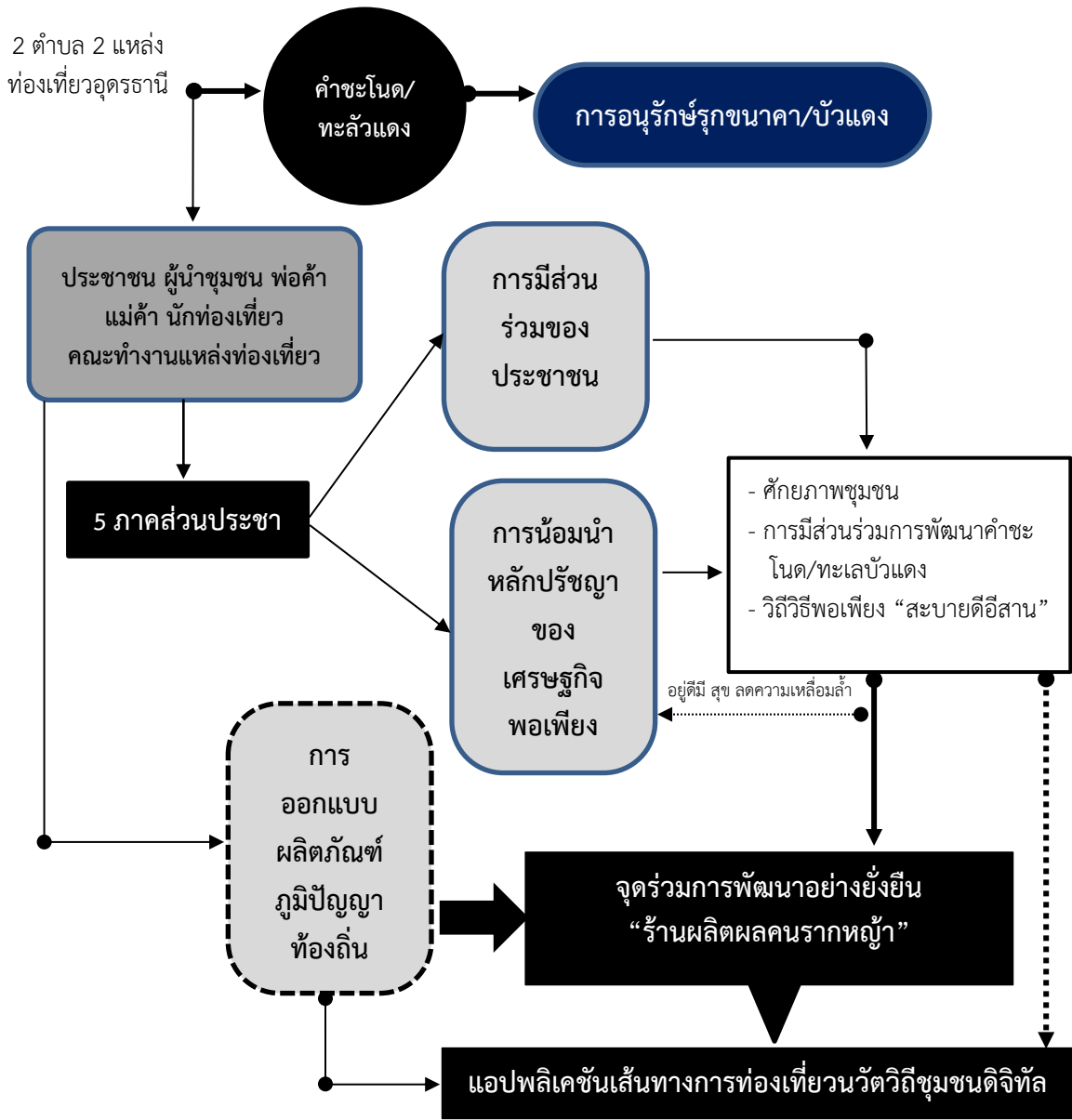


ภาพที่ 3.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามกรอบแนวคิด

ในการวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร”

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด (2552)

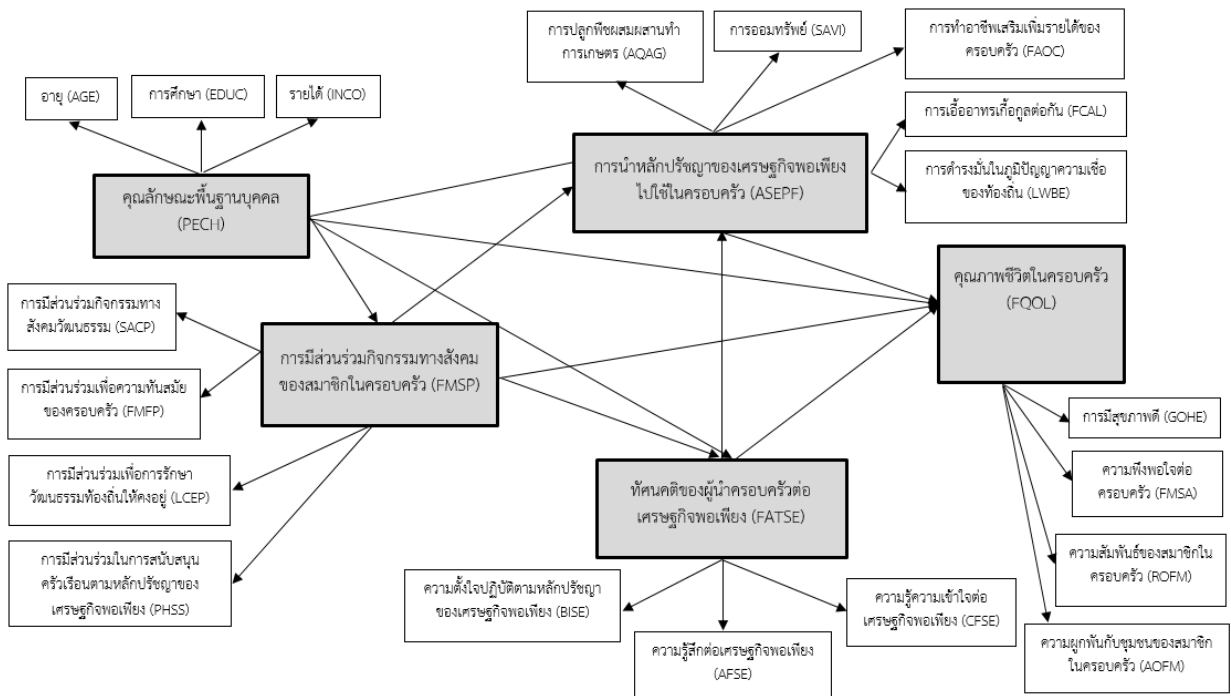
(1.2) กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง “การบริหารการพัฒนาอัตลักษณ์ “คำชะโนด” อนุรักษ์ “รุกขนาคา” เมืองอุดรธานีสู่การมีส่วนร่วมของประชาชนร้านค้าผลิตภัณฑ์คนรากหญ้า อยู่ดีมีสุข ลดความเหลื่อมล้ำอย่างยั่งยืน” เป็นกรอบการวิจัยเชิงพื้นที่มีทั้งคุณภาพและปริมาณเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) (ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนดและคณะ,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



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

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนดและคณะ (2563)

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



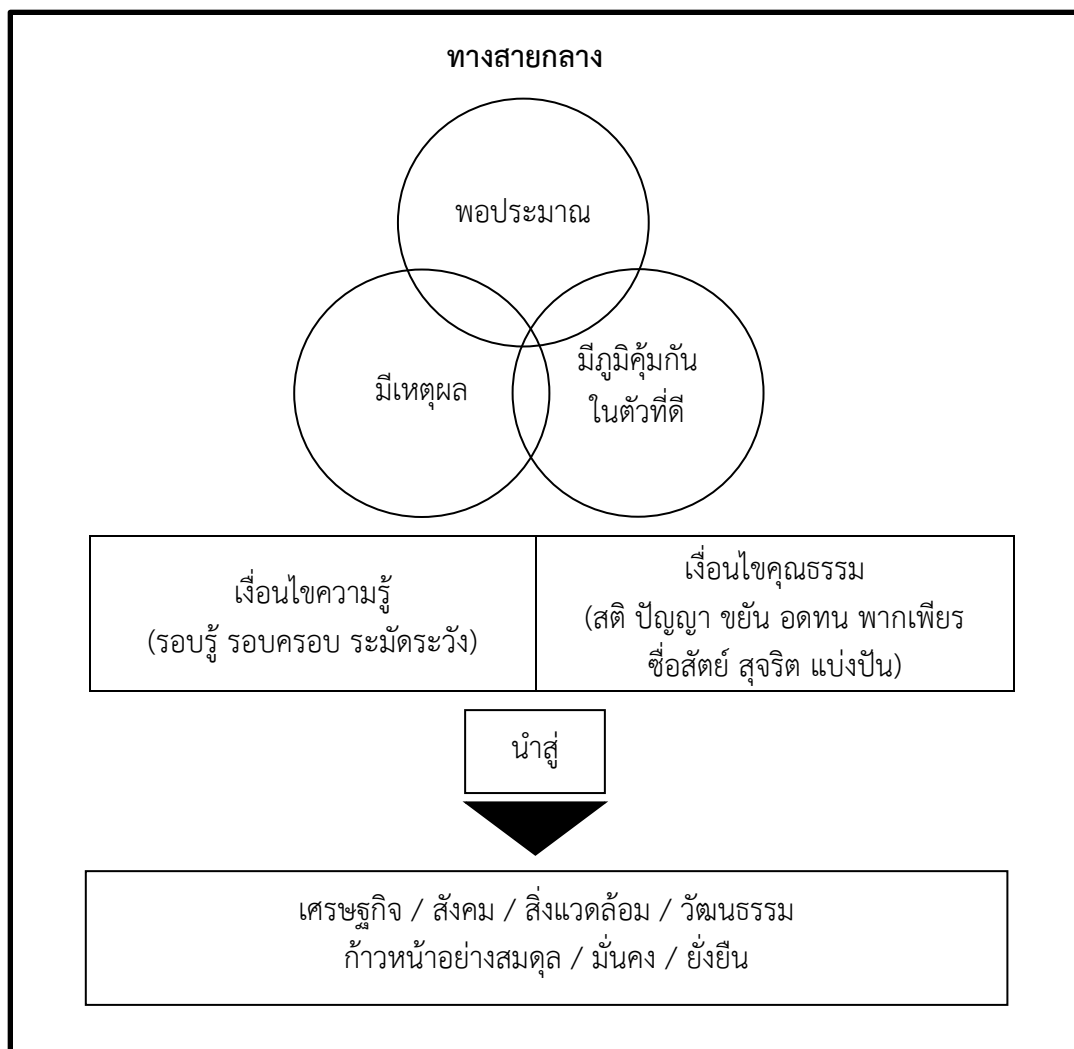
ภาพที่ 3.3 กรอบแนวคิดสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงประจักษ์ (Manifest) และตัวแปรแฝง (Latent)

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด (2562)

(2) การออกแบบผังภาพจากนามธรรมสู่รูปธรรมที่เกิดจากการตีความจากเนื้อหาข้อมูลสู่การสร้างภาพสรุปเพื่อความเข้าใจเฉพาะตนเอง และสามารถสะท้อนให้ผู้อื่นคิดตามอย่างเข้าใจเช่นเดียวกัน ยกตัวอย่าง 2 ผังภาพสรุป ดังนี้

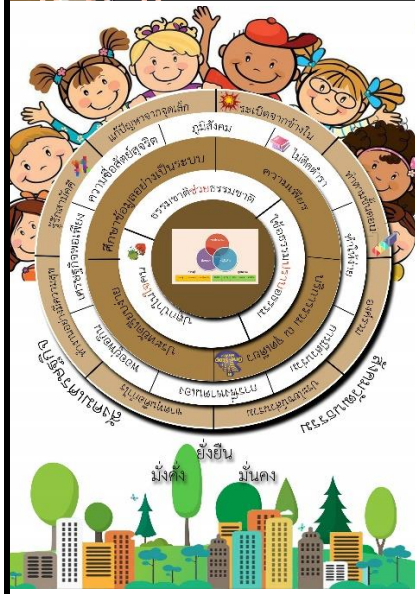
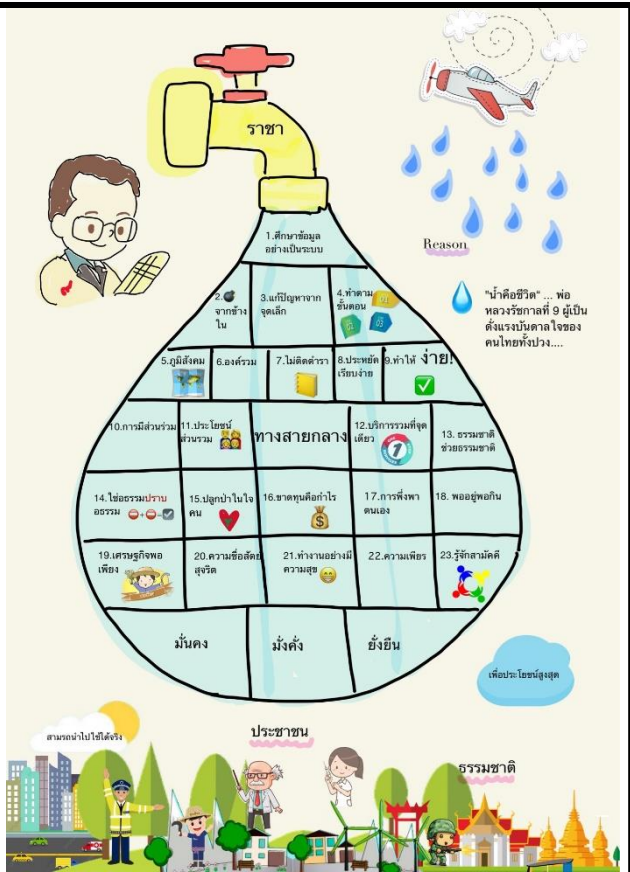
(2.1) ภาพสรุปหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จากนิยาม “เศรษฐกิจพอเพียง” ที่ได้รับพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้นำไปเผยแพร่ เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2542 เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของทุกฝ่ายและประชาชนโดยทั่วไป ดังมีใจความว่า “เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียงหมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในภายนอก ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบครอบ 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 ทำตามลำดับชั้น ภูมิสังคม องค์กรรวม ไม่ติดตำรา ประหยัดเรียบง่ายใช้ประโยชน์สูงสุด ทำให้ง่าย การมีส่วนร่วม ประโยชน์ส่วนรวม บริการรวมจุดเดียว ใช้ธรรมชาติช่วยธรรมชาติ ใช้ธรรมปราบอธรรม ปลูกป่าในใจคน ขาดทุนคือกำไร การพึ่งตนเอง พออยู่พอกิน เศรษฐกิจพอเพียง ความซื่อสัตย์สุจริต ทำงานอย่างมีความสุข ความเพียร รู้-รัก-สามัคคี ซึ่งใน 23 หลักทรงงานยังสามารถวิเคราะห์สะท้อนความเป็นนวัตกรรมที่นำไปสู่การแก้ไขปัญหาของชุมชนท้องถิ่นได้ ดังนั้นเมื่อนำ 23 หลักทรงงานของพระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (สั้นเกล้าในหลวงรัชกาลที่ 9) เป็นผังการคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ออกแบบภาพให้นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการพัฒนาสังคม ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในรายวิชา SCM1103 หลักการจัดการสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Management) ได้ออกแบบภาพไว้หลากหลายรูปแบบดังภาพที่ 3.5 - 3.6

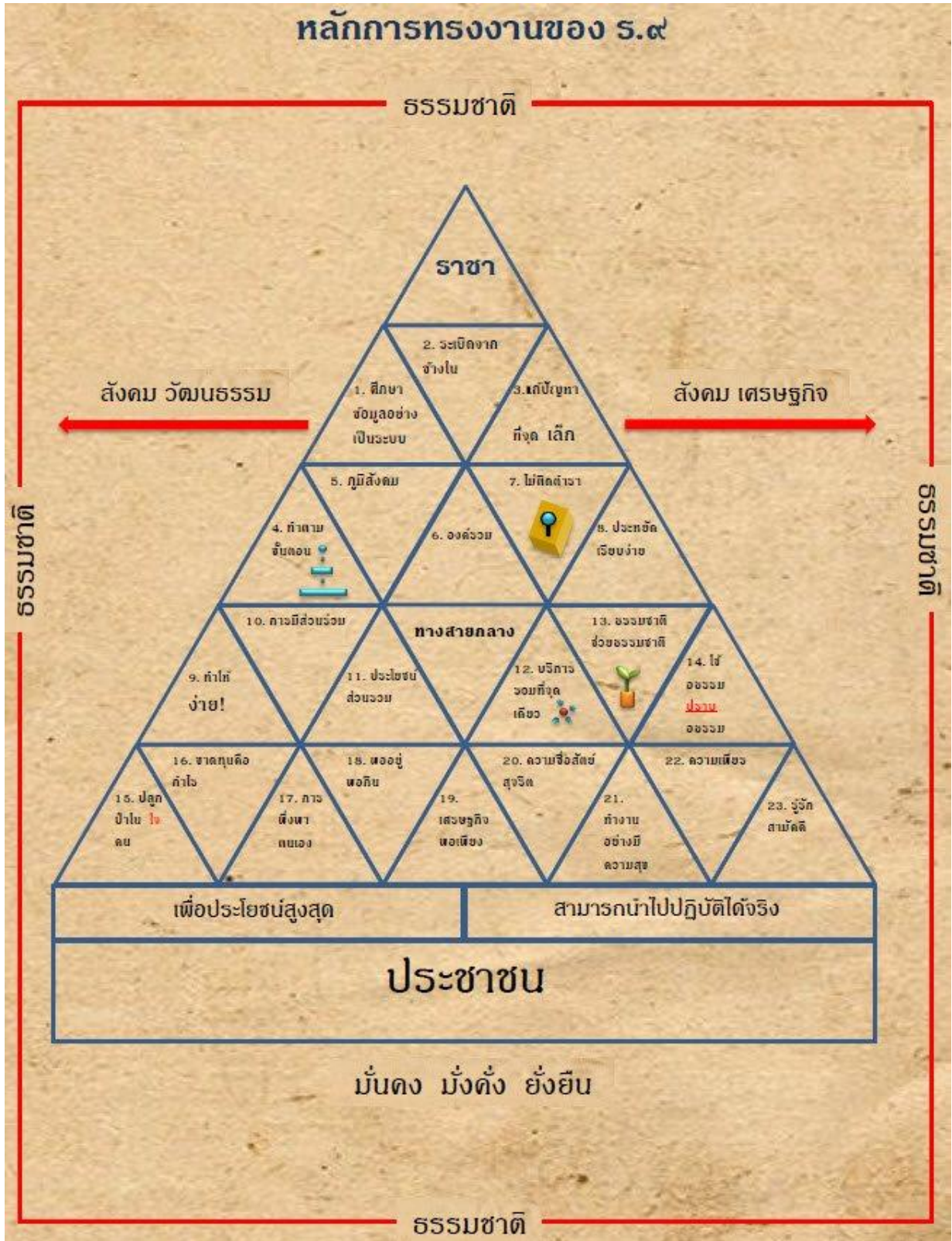


ภาพที่ 3.4 สรุปปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ที่มา: คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550)



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



ภาพที่ 3.6 ผังภาพพีระมิดแห่งหลักการทรงงาน 23 ประการรัชกาลที่ 9
ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด (2564)

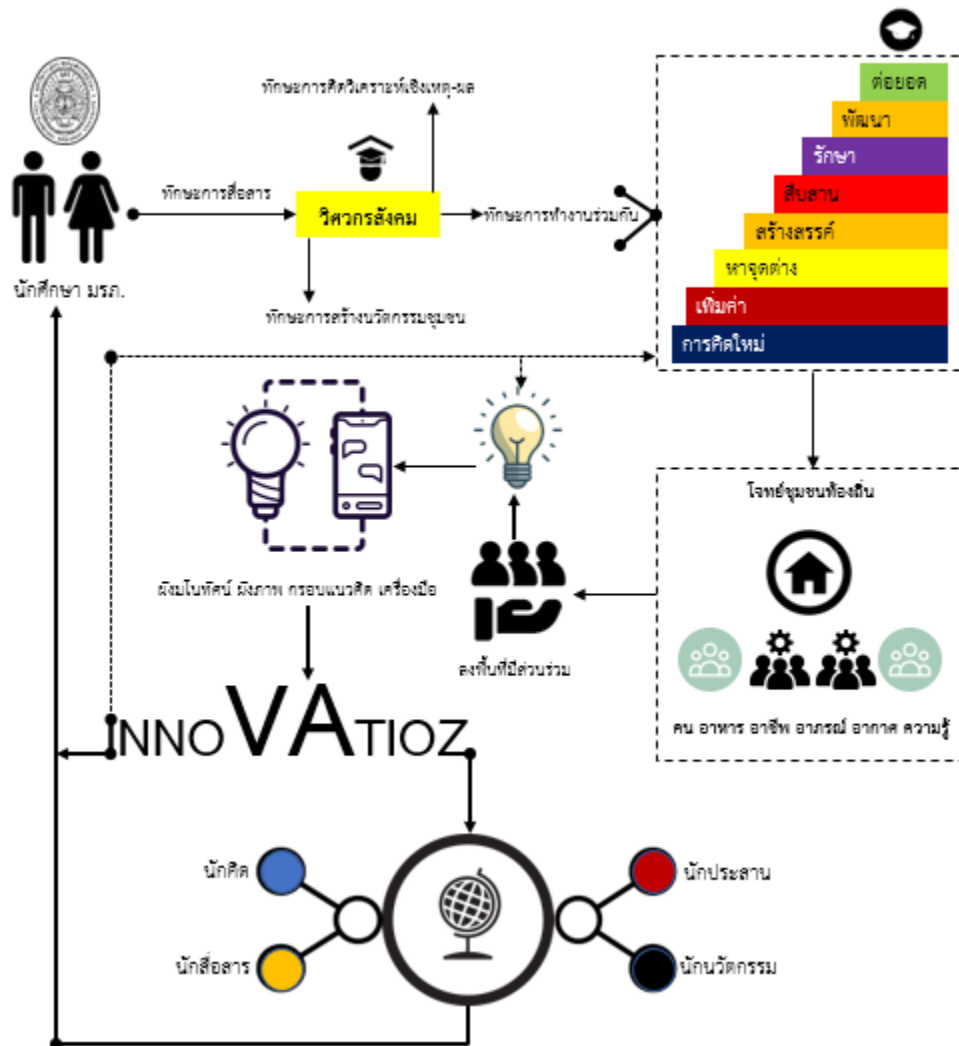
(3) การสร้างนวัตกรรมกังหันน้ำชัยพัฒนาของพระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (ล้นเกล้าในหลวงรัชกาลที่ 9) ซึ่งเรียกว่า “กังหันน้ำชัยพัฒนา RX-2” ซึ่งในระยะแรกระหว่างปี พ.ศ.2527-2530 ทรงแนะนำให้ใช้น้ำที่มีคุณภาพดีช่วยบรรเทาน้ำเสียและวิธีการกรองน้ำเสียด้วยผักตบชวาและพืชน้ำต่าง ๆ มีอัตราแนวโน้มรุนแรงมากยิ่งขึ้น การใช้วิธีธรรมชาติไม่อาจบรรเทาความเน่าเสียของน้ำอย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร พระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรจึงพระราชทานพระราชดำริให้ประดิษฐ์เครื่องกลเติมอากาศแบบประหยัดค่าใช้จ่าย สามารถผลิตเองได้ในประเทศ ซึ่งมีรูปแบบ “ไทยทำไทยใช้” โดยทรงได้แนวทางจาก “หลุก” ซึ่งเป็นอุปกรณ์วิดน้ำเข้านาอันเป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นจุดคิดค้นเบื้องต้น เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม พ.ศ. 2531 พระองค์ได้พระราชทานรูปแบบการแก้ไขปัญหาน้ำเสีย โดยการเติมออกซิเจนในน้ำ มีสาระสำคัญ คือ การเติมอากาศลงในน้ำเสีย 2 วิธี ได้แก่ วิธีที่ 1 ใช้อากาศอัดไปตามท่อเป่าลงไปใต้ผิวน้ำแบบกระจายฟอง และวิธีที่ 2 กังหันวิดน้ำ วิดตักขึ้นไปบนผิวน้ำ แล้วปล่อยให้ตกลงไปยังผิวน้ำตามเดิม โดยที่กังหันน้ำดังกล่าวจะหมุนช้า ๆ ด้วยกำลังของมอเตอร์ไฟฟ้าขนาดเล็กไม่เกิน 2 แรงม้า หรืออาจจะใช้พลังน้ำไหลก็ได้ จึงสมควรพิจารณาสร้างต้นแบบ แล้วนำไปติดตั้งทดลองใช้บำบัดน้ำเสีย ที่ภายในบริเวณโรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้าและวัดบวรนิเวศวิหาร ซึ่งมีคุณสมบัติที่สำคัญ คือ กังหันน้ำชัยพัฒนา 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 กังหันน้ำชัยพัฒนา RX-2

ที่มา: มูลนิธิชัยพัฒนา (2549)

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



ภาพที่ 3.8 ภาพสรุปกระบวนการสร้างนวัตกรรมของวิศวกรสังคม

ดังนั้น ความสำคัญในการออกแบบและสร้างนวัตกรรมของวิศวกรสังคมจึงเป็นเสมือนหนึ่งจุดเริ่มต้นของกระบวนการคิดที่จุดประกายภาพในอนาคตให้นักศึกษาวิศวกรสังคมก้าวสู่การฝึกคิด ฝึกสื่อสาร ฝึกประสาน ฝึกสร้างสิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นกับตัวเองจนเป็นคนที่มีคิดดีมีเหตุผล เก่งพูดสื่อสารเข้าใจถูกต้อง หลากหลายการสร้างเครือข่ายหุ้นส่วน ต้องลงมือทำในสิ่งใหม่ ๆ ค้นหาการเปลี่ยนแปลงในชีวิตเสมอปลายทางของการดำรงชีวิตจึงเป็นผู้ถนัดและเชี่ยวชาญในการคิด พูด ทำ แบ่งปันสังคม

3.1.3 นวัตกรรมสังคม (Social Innovation)

คำว่า “นวัตกรรมสังคม” (Social Innovation) ไม่มีหลักคิดที่ซับซ้อนเพียงนำคำว่า 2 คำมาผนวกกันระหว่าง “นวัตกรรม” กับคำว่า “สังคม” ที่มีความมุ่งหมายการออกแบบสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ หรือต่อยอดสิ่งเดิมทั้งแนวคิด วิธีการกระบวนการ เครื่องมือ สิ่งประดิษฐ์ ผลผลิตภัณฑ์ที่นำไปใช้ประโยชน์เพื่อคนส่วนใหญ่ในสังคม หรือแก้ปัญหาพื้นที่เป้าหมายที่เป็นปัญหา หรือต้องการพัฒนาให้ดีขึ้น ดังนั้นจึงมีแนวคิดใกล้เคียงกันไม่ว่านักวิชาการชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ หรือองค์กรระดับโลก ระดับชาติ มีนัยสำคัญบ่งชี้นิยามของคำว่า นวัตกรรมสังคม ไม่แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้

นวัตกรรมสังคม หมายถึง รูปแบบที่เป็นความสามารถในการสร้างสรรค์พฤติกรรมทางสังคมที่ต่างไปจากเดิมของบุคคลและวิชาชีพ ปรับเปลี่ยนบทบาท ปรับเปลี่ยนสถาบันทางสังคม ปูร่องการกระทำและวิธีการใหม่ ๆ ซึ่งสร้างแรงจูงใจสอดคล้องกับความต้องการของสังคมเป็นหลัก โดยมีลักษณะของนวัตกรรมสังคมเป็นรูปแบบที่ประกอบขึ้นใหม่ นำไปใช้กับองค์กรภาคส่วนหรือสาขาวิชาต่าง ๆ ได้ และก่อให้เกิดรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมแบบใหม่ (Wilmot, 2003; Mulgan, Tucker, Ali, and Sanders, 2007) นวัตกรรมทางสังคมจึงเป็นความพยายามตอบสนองความต้องการของสังคมด้วยสิ่งใหม่ๆ ที่มาจากกระบวนการคิดและลงมือแก้ปัญหาเพื่อทำให้สังคมดีขึ้น โดยอาจเป็นการแก้ปัญหาที่สังคมกำลังเผชิญหรือพัฒนาปรับปรุงสังคมให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งนวัตกรรมยังต้องเกิดขึ้นบนฐานของแรงจูงใจทางสังคม มุ่งให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว โดยที่นวัตกรรมสังคมจะต้องมีลักษณะ “การเป็นสิ่งใหม่” (Newness) และ “นวัตกรรมสังคม” (Social Innovation) จะต้องเป็นรูปแบบความสามารถที่สร้างสรรค์แนวทางการแก้ปัญหาสังคมที่สลับซับซ้อนเป็นห่วงโซ่ที่ยากจะแก้ไขได้ด้วยรูปแบบเดิม วิธีการเดิม ๆ เครื่องมือเดิม ๆ ระบบระบอบเดิม ๆ ไม่สามารถช่วยให้คนยกระดับคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นได้ (ทวิภัทร บุญทริกสวัสดิ์, 2561) นอกจากนี้ยังมีนิยามอีกมากมายนัยหมายเดียวกันคือ คิด ออกแบบ ทำสิ่งใหม่ไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่สังคม อาทิ

นวัตกรรมทางสังคม หมายถึง การออกแบบและการใช้งานวิธีการใหม่ที่บ่งบอกถึงการเปลี่ยนแปลงแนวคิด กระบวนการ ผลผลิตภัณฑ์ หรือองค์กร มีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงสวัสดิการและความเป็นอยู่ที่ดีของบุคคลและชุมชน (OECD, 2023)

นวัตกรรมสังคม คือ “สิ่งใหม่ๆ ทั้งที่เป็นกระบวนการทางความคิด (จินตนาการ) หรือการสร้างโอกาส หรือการลงมือปฏิบัติ (action) เพื่อแก้ปัญหาหรือเพื่อทำให้สังคมดีขึ้น สิ่งใหม่ๆ นี้รวมถึงการปรับหรือพัฒนาบนฐานเดิมด้วย” (ชินุทัย กาญจนะจิตรา, วาสนา อิมเอม, 2544)

นวัตกรรมสังคมเป็นรากในการก่อรูปให้เกิดธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) ที่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาทางสังคมเป็นหลักเช่นเดียวกับองค์กรไม่แสวงหากำไร แต่จะมีการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดรายได้หล่อเลี้ยงองค์กรให้อยู่ได้และเกิดความต่อเนื่อง ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะเป็นการจัดการระหว่าง รายได้ที่เกิดขึ้น (profit) ชุมชน (people) และสิ่งแวดล้อม (planet) ให้มีความสมดุลกัน (ธีรวัฒน์ เหล่าสมบัติ, 2562)

นวัตกรรมสังคม หมายถึงการนำสิ่งใหม่ๆ หรือนำวิธีการใหม่ๆ เพื่อมาทำให้สังคมดีขึ้น และเป็นสิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่ที่ต้องได้รับการยอมรับจากสังคม มีการนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง และสามารถแพร่ขยายไปยังสังคมอื่นๆ ได้ โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ 1) มีความใหม่ 2) ตรงความต้องการของสังคม 3) ทำให้เกิดขึ้นจริง

ได้ 4) สร้างหรือเคลื่อนย้ายคุณค่าสู่สังคมได้ 5) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นในสังคม (เรวัต ตันตยานนท์, 2559)

นวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) ไม่ได้จำเป็นต้องเป็นเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว อาจเป็นผลิตภัณฑ์หรือการบริการก็ได้เช่นกัน โดยในช่วงเริ่มแรก อาจารย์บอกเล่าให้พวกเราฟังว่า นวัตกรรมทางสังคมต้องเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์ปัญหาของสังคม โดยอ้างอิงได้จาก 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) ต้องเป็นอะไรที่ใหม่ อาจไม่ต้องเป็นสิ่งใหม่ที่เพิ่งถูกคิดหรือสร้างขึ้น แต่ต้องมีการประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ปัจจุบัน และแก้ปัญหาอย่างเหมาะสม (2) ต้องมีความยั่งยืน (Sustainability) เพราะถ้าไม่ยั่งยืนก็จะไม่สามารถตอบโจทย์ปัญหาสังคมได้นั่นเอง (ประภาภรณ์ ติวยานนท์ มงคลวนิช, 2564)

Social Innovation หรือ **นวัตกรรมสังคม** คือการคิดค้นหรือพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ ขึ้น เพื่อทดแทนสิ่งที่ไม่มีประสิทธิภาพแบบเดิม ทั้งในรูปแบบของสิ่งของการให้บริการ การปฏิบัติหรือกระบวนการ รวมถึงข้อกฎหมาย (MICE Intelligence Team, 2563)

ดังนั้นผู้เขียนจึงให้นิยามคำว่า “นวัตกรรมสังคม” หมายถึง ความสามารถใหม่ กระบวนวิธีการขั้นตอนใหม่ เครื่องมือใหม่ องค์ความรู้ใหม่ สรรพสิ่งใหม่และการต่อยอดจากฐานรากของปัญหาเชิงเศรษฐกิจและสังคมเดิมที่ไม่สามารถแก้ไขด้วยวิธีคิด เครื่องมือ องค์ความรู้ สิ่งเดิม ๆ ได้อีกต่อไป ด้วยวิธีการสร้างสรรค์ร่วมกัน (Co-creation) ออกแบบนวัตกรรมร่วมกันกับผู้ใช้ (User) หรือผู้ที่เผชิญปัญหาทางสังคมนั้นจริงแล้ว นวัตกรรมใช้แก้ปัญหาอย่างได้ผลจริงจนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในระบบนิเวศตนเอง ครอบครัว ชุมชน องค์กรหน่วยงาน และสังคมประเทศต่อไปอย่างยั่งยืน

3.2 การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

3.2.1 ความหมายและกระบวนการคิดเชิงออกแบบ

3.2.1.1 ความหมายของคำว่า การคิดเชิงออกแบบ

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) ได้ตีพิมพ์หนังสือเรื่องการคิดเชิงออกแบบ: เรียนรู้ด้วยการลงมือทำ โดยผู้แต่ง คือไปรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา และชูจิต ตรีรัตน์พันธ์ (2560) ผู้คิดคำว่า Design Thinking (การคิดเชิงออกแบบ) ขึ้นมาตั้งแต่ปี 1990s และมีปรากฏในงานตีพิมพ์ใน Harvard Business Review เมื่อปี 2008 โดยเดวิด เคลลี ทีม บราวน์ และโรเจอร์ มาร์ติน (IDEO) ซึ่งอธิบายถึงการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ที่มีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง มีการทำงานร่วมกันของคนต่างศาสตร์ที่เกิดจากการคิดสร้างสรรค์ร่วมกัน นอกจากนี้ เริ่มเป็นที่สนใจในการศึกษาอย่างจริงจังเป็นต้นแบบของการคิดเชิงออกแบบเกิดขึ้นจากการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์สู่การคิดเชิงออกแบบที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (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” ดังนั้น

คำว่า Design Thinking (การคิดเชิงออกแบบ) หมายถึง วิธีสร้างความคิดใหม่อย่างก้าวกระโดดนอกกรอบเดิมเป็นเวลาที่ต้องใช้ทีมที่มีความชำนาญหลากหลายศาสตร์ จำเป็นต้องสร้างและทดลองต้นแบบกับผู้ใช้เราเปลี่ยนความคิดจากนักออกแบบสู่นักคิดเชิงออกแบบ ยังเป็นการนำสิ่งที่มนุษย์ต้องการทั้งหมดมาร่วมกันและเอื้อให้ผู้ที่ไม่เคยฝึกเป็นนักออกแบบสามารถใช้เครื่องมือคิดสร้างสรรค์เพื่อแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนนั้นและยังเป็นพื้นที่เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการสนทนา ซึ่งเป็นนิยามจาก เดวิด เคลลี ผู้ร่วมก่อตั้ง IDEO และทีม 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.* -การคิดเชิงออกแบบเป็นแนวทางที่มนุษย์เป็นศูนย์กลางในการสร้างสรรค์นวัตกรรม 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 และแก้ปัญหาที่ไม่เกี่ยวกับรูปลักษณ์ของสินค้าและเน้นหนักกับความต้องการในผลิตภัณฑ์หรือบริการสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า- (Cox, 2016) นอกจากนี้ ยังมีนิยามที่น่าสนใจกล่าวถึงการคิดเชิงออกแบบ (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 ตรีรัตนพันธ์ (2560) ได้อธิบายว่า การคิดเชิงออกแบบเป็นการคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์โดยมีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง เน้นการลงมือปฏิบัติและการเรียนรู้จากการทดลอง กระบวนการทำงานวนซ้ำจากการสร้างความเข้าใจมนุษย์ การคิดสร้างสรรค์ โดยมีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Human Centered Design)

นุชจรี กิจวรรณ (2561) ได้อธิบายไว้ว่า การคิดเชิงออกแบบ หมายถึงกระบวนการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์โดยเน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง นำสู่การสร้างนวัตกรรมอย่างเป็นระบบที่ใช้จินตนาการหลากหลายจากกลุ่มคนต่างสาขา ต้นแบบของนวัตกรรมที่สร้างขึ้นจะถูกนำไปทดสอบอย่างรวดเร็วเพื่อนำผลลัพธ์ไปปรับแก้จนกระทั่งได้นวัตกรรมที่สมบูรณ์

การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นกระบวนการคิดเชิงออกแบบ ที่เน้นทำความเข้าใจปัญหาอย่างลึกซึ้ง ช่วยให้กระตุ้นความคิดไเอเดียในการแก้ปัญหาที่หลากหลาย นำมาสู่การทดสอบสมมติฐานต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงให้ได้สินค้าบริการ ตั้งต้นที่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าเป้าหมายได้ (ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี, 2562)

ดังนั้น ผู้เขียนจึงสรุปนิยามคำว่า “การคิดเชิงออกแบบ” (Design Thinking) หมายถึง กระบวนการวิธีคิดแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์โดยมนุษย์เป็นศูนย์กลางในการวาดผังภาพความคิดเชิงเหตุผลอย่างเป็นระบบ

ด้วยความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในปัญหาหรือเป้าหมาย กำหนดความหมาย ออกแบบโดยมีความหลากหลายศาสตร์วิชา ความรู้จนก้าวข้ามกรอบแนวคิดเดิมไปสู่การคิดนอกกรอบจนนำไปสู่การใช้ประโยชน์นวัตกรรมที่มีความสมบูรณ์

3.2.1.2 กระบวนการคิดเชิงออกแบบ

กระบวนการคิดเชิงออกแบบของดีสกูล (D.school) หรือสถาบันการออกแบบ (Institute of Design) ของมหาวิทยาลัยแสตนฟอร์ด (Stanford d.school) ประกอบไปด้วยการทำงานที่สะท้อนวิธีการเชิงระบบ เชิงเส้นและมีไม่เชิงเส้น (linear or non-linear way) มีอยู่ 5 ขั้นตอน (ไปรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา และชูจิต ตรีรัตน์พันธ์, 2560; Vianna M. et al., 2012; Cox M., 2015; Dam, R.F. & Siang, T. Y., 2021)

2 ขั้นตอนแรกเป็นการสร้างความเข้าใจอย่างถ่องแท้และกำหนดความหมายให้ชัดเจนตาม กรอบของโจทย์ที่ตีความของกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 1 การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง (Empathize)

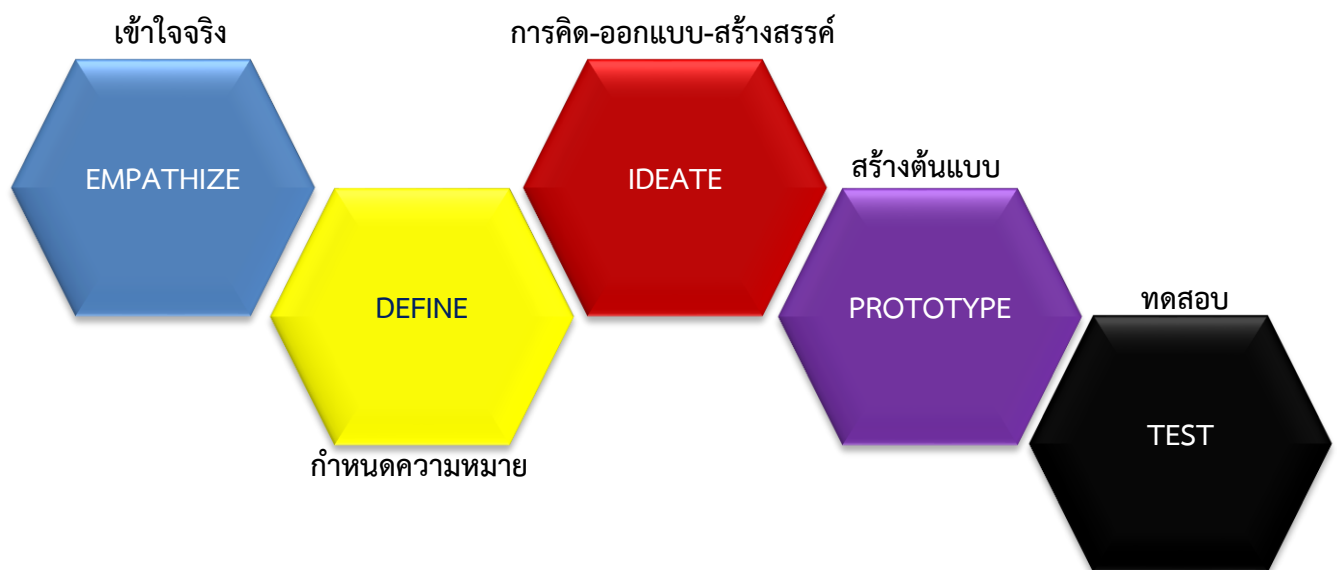
ขั้นตอนที่ 2 การตั้งกรอบโจทย์ (Define)

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างความคิด (Ideate) เป็นขั้นตอนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ หลากหลายน มุมมอง ใช้พหุปัญญา ข้ามศาสตร์ บูรณาการวิชาความรู้ให้เกิดทางเลือกใหม่ ๆ ที่หลากหลายและสามารถนำไปใช้ กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างต้นแบบ (Prototype)

ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบ (Test)

เป็น 2 ขั้นตอนที่ต้องสร้างต้นแบบ พัฒนาตัวแบบเพื่อให้ได้แนวทางหรือนวัตกรรมที่มี คุณภาพและมีคุณค่าตรงต่อกลุ่มเป้าหมายก่อนนำไปสู่การใช้จริงในสังคมหรือนำสู่ตลาดทางเศรษฐกิจ



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 กล่าวถึงการคิดเชิงออกแบบว่าเป็นกระบวนการที่ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าทำให้เกิดนวัตกรรมการดูแลสุขภาพเพราะเป็นการค้นหาความต้องการโดยผู้ใช้เป็นศูนย์กลางรวมทั้งผ่านการทำต้นแบบและการทดสอบซ้ำ ๆ จนแน่ใจว่าได้ต้นแบบที่สมบูรณ์ (Brown, 2008)

ชี้ให้เห็นว่า กระบวนการคิดเชิงออกแบบอยู่ที่จุดศูนย์กลางของขั้นตอนที่ 3 การสร้างความคิด (Ideate) เป็นกระบวนการสร้างศักยภาพโดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การรวบรวมองค์ความรู้สรรพวิชาต่าง ๆ มาบูรณาการสร้างสรรค์นวัตกรรมให้เกิดเป็นต้นแบบ ภาพผังต้นแบบความคิดทั้งปวง ก่อนนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมที่เป็นต้นแบบในการนำไปสู่การทดลองใช้ของกลุ่มเป้าหมายจนสมบูรณ์สามารถนำไปสู่สังคมที่จะใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวางต่อไป จะเห็นได้ว่า ทุกขั้นตอนมีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบผังความคิดอย่างชัดเจน

3.2.2 กิจกรรมการคิดเชิงออกแบบในการลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนวัดพระเชตะวัน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การยกระดับศักยภาพกลุ่มอาชีพในชุมชนวัดพระเชตะวันเขตพระเชตะวัน กรุงเทพมหานคร ได้อธิบายข้อมูลสรุปการศึกษากลุ่มอาชีพในชุมชนวัดพระเชตะวันเขตพระเชตะวัน กรุงเทพมหานคร ได้อธิบายข้อมูลสรุปการศึกษากลุ่มอาชีพในชุมชนวัดพระเชตะวันเขตพระเชตะวัน กรุงเทพมหานคร ได้

3.2.2.1 Empathize (เข้าใจปัญหา)

ชุมชนวัดพระเชตะวันเขตพระเชตะวัน เกิดจากรากเหง้าชาวบ้านวิถีเกษตรกรรม และวิถีชาวสวนผลไม้ ทั้งทุเรียน มังคุด ละครุด มะปราง กล้วย มะม่วง ที่อยู่ติดพื้นที่ทุ่งสามเสน มีสายน้ำสำคัญไหลผ่านพื้นที่ คือ คลองบางกระบือ คลองเปรมประชากร มีการใช้เรือสัญจรตั้งแต่มีการตั้งวัดพระเชตะวันเขตพระเชตะวันเมื่อ พ.ศ. 2440 กว่า 124 ปีที่แล้วสมัยรัชกาลที่ 5 ต่อมาในปี พ.ศ. 2480 มีการจัดตั้งโรงเรียนประชาบาลขึ้นต่อมาได้เปลี่ยนมาเป็นโรงเรียนวัดพระเชตะวันเขตพระเชตะวัน กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2496 ครั้งการพัฒนาเมืองเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว พ.ศ. 2516 มีสร้างสะพานเข้ามาในชุมชน ถนนเข้ามาแทนการสัญจรทางน้ำ การอพยพของผู้คนที่เป็ญาติพี่น้องหรือผู้คนที่มาแสวงหาความเจริญ ในกรุงเทพมหานคร เริ่มเข้ามาอยู่อาศัยอยู่ในพื้นที่จำนวนมากขึ้น เมื่อประชากรเพิ่มมากขึ้นย่อมส่งผลต่อการเกิดปัญหาตามมามากมาย ทั้งความแออัดของชุมชน ปัญหาขยะ ปัญหาเสพติด อาชญากรรม สุขภาพ มลภาวะ ค่าครองชีพที่สูงขึ้นทุกวัน จากครอบครัวขยายทุกคนที่มีศักยภาพในวัยแรงงานต้องออกไปทำงานนอกชุมชน จนในชุมชนที่อยู่อาศัยเกิดปัญหาผู้สูงวัยเป็นกำลังสำคัญในการทำงานให้กับชุมชน เพราะพ่อแม่ ลูกหลานต้องไปทำงาน ไปเรียนหนังสือ วิถีชีวิตเริ่มเปลี่ยนแปลงคนดึ้นร่นมากขึ้นจากที่เคยอยู่ทานข้าวพร้อมกัน ไม่สามารถที่จะอยู่ทานข้าวพร้อมหน้าครอบครัวได้ พ่อแม่ ต้องออกไปทำงานแต่เช้า ปู่ย่าตายายดูแลหลานทำหน้าที่ไปส่งลูกหลานไปเรียนหนังสือ พ่อแม่พอลกลับบ้านดิถีขึ้นเพราะหน้าที่การงาน พอจะเจอหน้าลูกหรือปู่ย่าตายายก็นอนหลับกันหมดแล้ว ไม่เพียงโครงสร้างครอบครัวที่เปลี่ยนแปลง การพัฒนาในชุมชนมีมากขึ้น ประชาชนที่ทำอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวชุมชนได้เกิดขึ้นมากมายโดยเฉพาะในชุมชนวัดพระเชตะวันเขตพระเชตะวัน 4 ทำให้เกิดปัญหาแรงงานแฝงเข้ามาเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดหอพัก บ้านพัก ห้องเช่ามากขึ้น เมื่อประชากรมากขึ้นทำให้ชุมชน

เกิดการแบ่งเขตการปกครองกันเป็น 4 ชุมชนตามระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยกรรมการชุมชนเมื่อ พ.ศ. 2534 เป็นต้นมาจวบจนปัจจุบันนี้

3.2.2.2 Define (นิยาม/กำหนดปัญหาให้ชัดเจน)

เมื่อลงพื้นที่สำรวจชุมชน พูดคุยกับผู้นำชุมชน กลุ่มผู้สูงอายุ อาสาสมัครสาธารณสุข ได้คุยกับครูและนักเรียนเยาวชนโรงเรียนวัดประหาระปือธรรมในปัจจุบันชุมชนวัดประหาระปือธรรมถูกค้นพบว่ามีวามเหลื่อมล้ำสูงสุดใน 3 ประเด็น ได้แก่ (1) ความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ ที่จะนำมาเสริมรายได้ให้กับกลุ่มที่ทำงานให้กับชุมชน และกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุข (อสส.) ผู้สูงอายุ ผู้นำมีความต้องการสร้างอาชีพให้มีรายได้ให้กลุ่มผู้สูงอายุได้ มีกิจกรรมทำร่วมกันของคนในระหว่างวันด้วย (2) ความเหลื่อมล้ำด้านความรู้ด้านสมุนไพร ซึ่งทุกกลุ่มผู้สูงอายุและอาสาสมัครสาธารณสุขมาต่อยอดสร้างผลิตภัณฑ์สมุนไพรร่วมกันกับกลุ่มนวดกดจุดฝ่าเท้า หรือกลุ่มอาชีพกัญพัฒนาวัดประหาระปือธรรม 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	- การมีส่วนร่วมในชุมชนวัดประหาระปือธรรมมีน้อย - ผู้สูงอายุมีกิจกรรมร่วมกันในการพัฒนาและกิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรมเป็นหลัก - มีทะเบียนกลุ่มนวด (ปัจจุบัน) ไม่มีทะเบียนกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์สมุนไพร - ไม่มีระบบบัญชีของกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์สมุนไพร
3. ความร่วมมือภาคีหน่วยงานรัฐ (สำนักงานเขต	3.1 บทบาทความร่วมมือภาคีหน่วยงานรัฐ (สำนักงานเขต	- ไม่มีข้อตกลงร่วมมือกันอย่างเป็นทางการ

ดุสิต) มรภ. สวนสุนันทาและ
ออสส.

ดุสิตในการพัฒนาชุมชน
ร่วมกับผู้นำและออสส.

- ผู้นำกับ ออสส.ต่างคนต่างทำงานหน้าที่ของ
ตนเอง

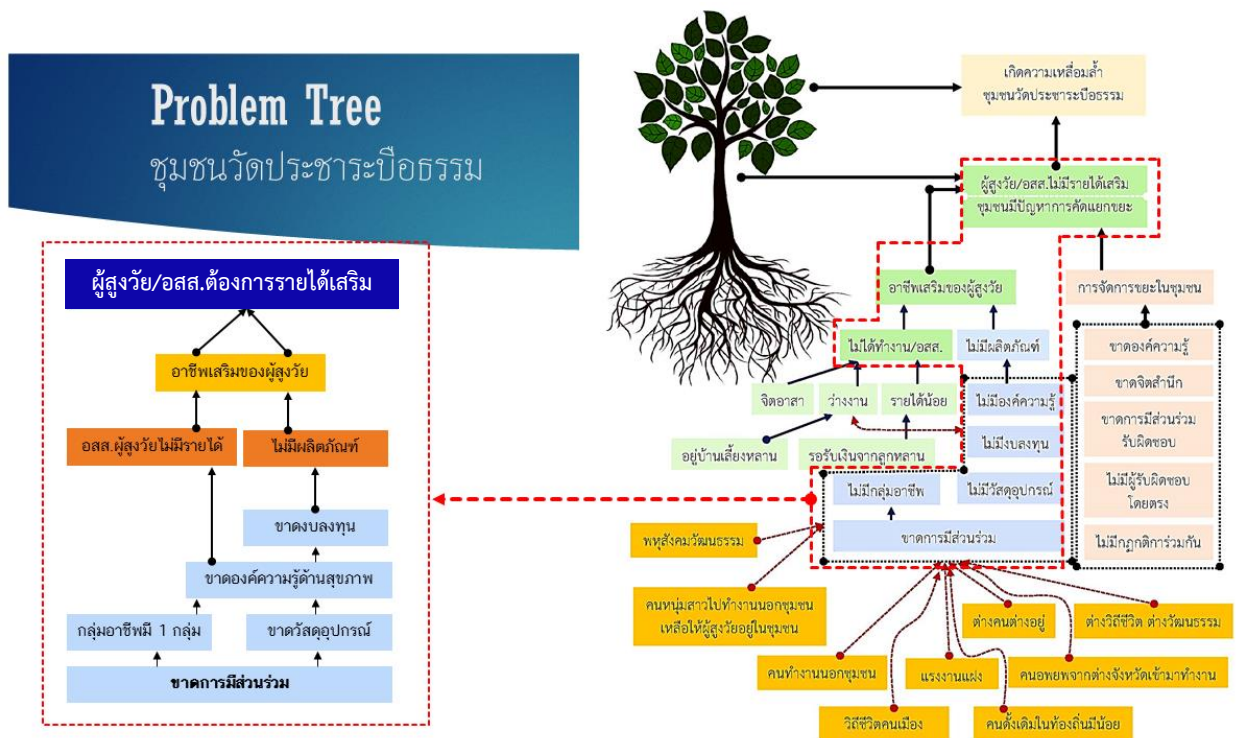
3.2 พื้นที่บริการวิชาการแก่
สังคม มรภ. สวนสุนันทา

(มีหน่วยงานเฉพาะ เช่น ศูนย์สุขภาพชุมชน)
- กลุ่มนวดกดจุดฝ่าเท้าวัดประหาระปือธรรม

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564)

3.2.2.3 Ideate (สร้างสรรค์/รวบรวมความคิด)

การวิจัย CBR ได้รวบรวมความคิดที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
ได้แก่ (1) ฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร (2) โรงเรียนวัดประหาระปือ
ธรรม (3) ผู้นำชุมชนวัดประหาระปือธรรม 1-4 (4) อาสาสมัครสาธารณสุข (ออสส.) (5) เครือข่ายชุมชนเขตดุสิต
(6) ทีมเยาวชนภักฎพัฒน์ มรภ.สวนสุนันทา และ(7) กลุ่มอาชีพภักฎพัฒน์วัดประหาระปือธรรม โดยมีกิจกรรมที่เกิดขึ้น
หลากหลายจนได้ข้อมูลปัญหาพื้นฐานชุมชนวัดประหาระปือธรรม (Baseline Data) ที่เป็นสื่อออกมาเป็น Problem
Tree ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 3.10 Problem Tree ชุมชนวัดประหาระปือธรรม

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564)

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

(1) ชาวบ้านไม่รู้จึกคำว่าเหลื่อมล้ำ แต่รู้จักคำว่า “ไม่เท่าเทียม ไม่เสมอภาค ไม่เป็นธรรม ขาดโอกาส”

(2) สิ่งที่เห็นและเกิดขึ้นจริงในชุมชนเมือง เป็นภาพของการรวมกลุ่มของคนรู้จักกัน พรรคพวก การรวมกลุ่มแบบหลวม มีการจัดตั้งกลุ่มอย่างเป็นทางการรองรับกิจกรรมอย่างเป็นทางการของภาครัฐ การมีส่วนร่วมเฉพาะกิจ

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

(4) สร้างผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนเมืองแบบต่อยอดกันจากอาชีพสร้างรายได้เสริมเติมรายได้หลักให้ครอบครัวกับประชาชนในชุมชนเมือง

(5) “ต่อยอด เพิ่มค่า หาจุดต่าง สร้างสรรค์” ให้กับผลิตภัณฑ์หรืออาชีพขนาดจมีเอกลักษณ์เฉพาะทั้งชื่อผลิตภัณฑ์และพื้นที่ตั้งของแหล่งผลิต

(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 บางคนเคยเป็นผู้นำ เคยเป็นผู้สร้างสรรค์อาชีพดั้งเดิมมีศักยภาพในด้านอาชีพต้องการสร้างรายได้เสริมช่วยเหลือลูกหลาน ไม่อยากอยู่เฉย ๆ ในระหว่างหน้าที่การเป็นแม่บ้าน พ่อบ้าน ไม่อยากเป็นคนแก่ที่ไม่มีศักดิ์ศรีในชุมชน มีอยู่จำนวนมากที่สะท้อนสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society)

3.2.2.4 Prototype (แบบจำลอง/สร้างต้นแบบ)

ชาวบ้านร่วมกันคิดโดยเฉพาะกลุ่มที่ได้รับการคัดเลือกจากชาวบ้านให้ขับเคลื่อนเป็นกลุ่มเล็ก เพื่อขยายองค์ความรู้ กิจกรรม แนวทางการลดความเหลื่อมล้ำให้ 30 คนกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ โดยมีคนที่เป็นต้นแบบของกลุ่มที่มีความรู้พื้นฐานสมนไพรมากที่สุด มีเวลาสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ตลอดเวลา “คนต้นแบบวัดประชาระบือธรรม” ที่เข้าร่วมกิจกรรมมีความรู้ และบทบาทสำคัญในการวิจัย ดังนี้

(1) นางอุดม ศรีมงคล

- (2) นางเทียบ ชัยศรีมาวงศ์
- (3) นางเพชรปวิณ์ ธรธัญวงศ์
- (4) นางสาวสอน พลยูง
- (5) คุณนิต สุตสวาท
- (6) นางคำจันทร์ สอนกระสินธุ์
- (7) นายสิทธิชัย เลิศอนันต์ ผู้นำชุมชนวัดประหาระปือธรรม 1
- (8) นางประดับศรี ดาราสิขณณ์ ผู้นำชุมชนวัดประหาระปือธรรม 3
- (9) นางอุไรวรรณ ศรีประเสริฐ
- (10) นางชุตติสา ศาสตร์สาระ หัวหน้าฝ่ายพัฒนาชุมชนและสวัสดิการสังคม สำนักงานเขต

ดุสิต กรุงเทพมหานคร

- (11) นางนัยนา ยลจ่อหอ (เครือข่ายชุมชนเขตดุสิต)
- (12) ครูกึ่ง และครูอรุณ โรงเรียนวัดประหาระปือธรรม

ครั้งแรกร่วมกันทำสูตรยาหม่องน้ำเขียว และมีการปรับกลิ่นให้มีกลิ่นละมุนละม่อมมากขึ้น

โดยนางอุดม ศรีมงคล และนางเพชรปวิณ์ 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)

3.2.2.5 Test (ทดสอบ/ทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง)

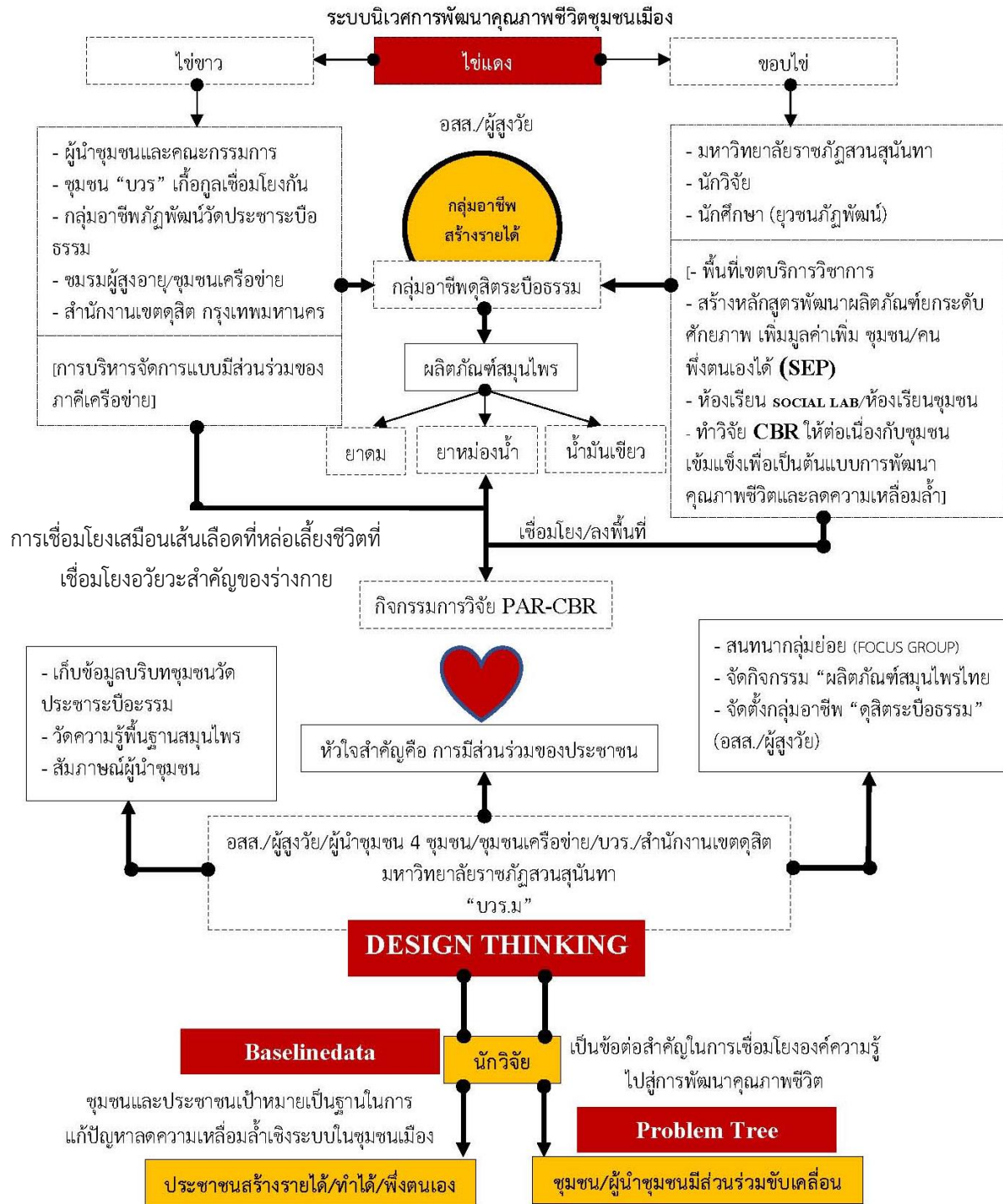
ทดสอบสูตรผลิตภัณฑ์สมุนไพร “ยาหม่องน้ำ” หรือ “น้ำมันเขียวพญาญอ” กับกลุ่มเล็ก ๆ เพื่อทดสอบการผลิตและการควบคุมขั้นตอนการผลิตในกลุ่มขนาดเล็กที่มีกลุ่มอาชีพนวดกดจุดฝ่าเท้าวัดประหาระปือธรรม กลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) กลุ่มยุวชนภักดีพัฒนา กลุ่มนักเรียนและครูกิจกรรมลดเวลาเรียนเพิ่มเวลารู้ นักศึกษาศาขาวิชาการจัดการพัฒนาสังคม ภาคสังคมศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ดังภาพต่อไปนี้



พิสูจน์กลิ่นของน้ำมันเขียวพญาญอ ครั้งสุดท้ายก่อนการตั้งกลุ่มอาชีพ “ดุสิตระปือธรรม”

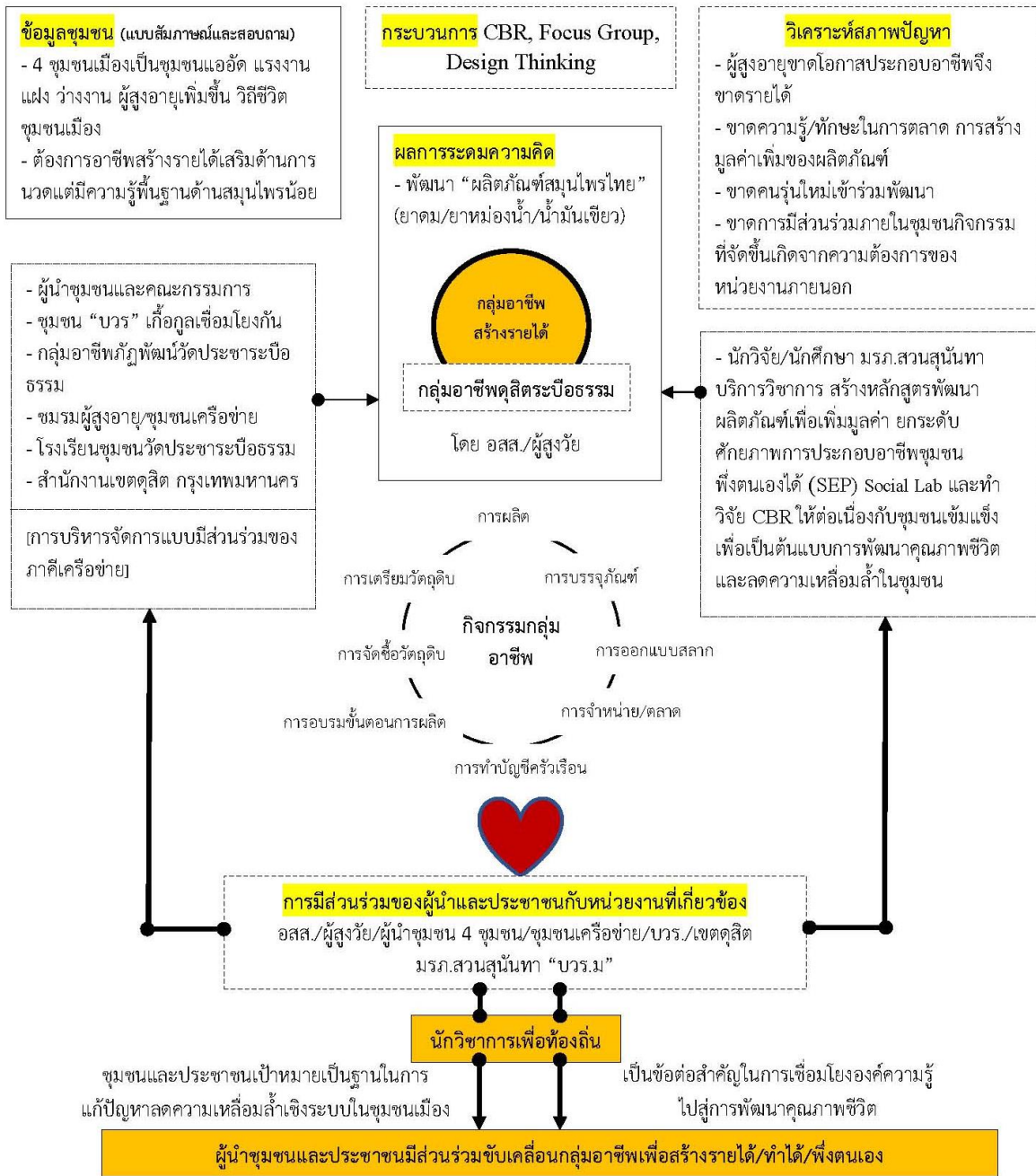
ภาพที่ 3.13 กิจกรรมพิสูจน์กลิ่นของน้ำมันเขียวพญาญอ ครั้งสุดท้ายและกลุ่มอาชีพ “ดุสิตระปือธรรม”
ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564)

บทสรุป การวิจัยที่เกิดขึ้นเป็นกระบวนการที่จะเกิดการลดความเหลื่อมล้ำในชุมชนวัดประหาระปือธรรม โดยเป็นหุ้นส่วนทางสังคมเพื่อการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำในชุมชนเมือง: ชุมชนวัดประหาระปือธรรม ที่เกิดภาพระบบนิเวศการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนเมือง โดยมีการออกแบบเป็นภาพจำลองครั้งแรก ที่อาศัยลักษณะการทำงานแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำในชุมชนต้องมีหุ้นส่วนทำหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานให้สมบูรณ์เสมือนร่างกายของมนุษย์ที่แต่ละอวัยวะที่ทำหน้าที่ตามบทบาทช่วยให้ชีวิตดำรงอยู่ได้ ดังภาพสรุปการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 3.14 ภาพจำลองสรุปการวิจัยที่เป็นระบบนิเวศการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนเมือง
ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564)

อย่างไรก็ตาม ได้มีการปรับปรุงภาพจำลองระบบการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำในชุมชนวัด
ประชาระบือธรรมที่การวิจัยที่ได้ผลลัพธ์ที่สมบูรณ์ที่สุดไม่สามารถดำเนินการลดความเหลื่อมล้ำได้เพียงลำพัง
ดังนั้นภาพสรุปการวิจัยที่เป็นหุ้นส่วนทางสังคมเพื่อการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำในชุมชนเมือง: ชุมชนวัดประชา
ระบือธรรม เป็นลักษณะการทำงานแบบกระบวนการเชิงระบบ (System Model) ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 3.15 ภาพจำลองสรุปการวิจัยที่เป็นระบบนิเวศการพัฒนาคุณภาพชีวิตชุมชนเมือง 2

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564)

โดยมีผลลัพธ์ของการวิจัย มีเป้าหมายให้เกิด “การสร้างรายได้ พึ่งพาตนเอง มีชีวิตที่พอดี” ซึ่งได้แนวทางการลดความเหลื่อมล้ำ 3 ประการ ได้แก่

- (1) ลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ โดยการเพิ่มรายได้เสริม
- (2) ลดความเหลื่อมล้ำด้านความรู้ โดยการสอน อบรม ให้ประชาชนพึ่งตนเองด้านการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรแบบครบวงจร (8 ขั้นตอน)

(3) ลดช่องว่างการเข้าถึงระหว่างรัฐและประชาชนในชุมชน โดยการสร้างการเข้าถึงให้กับประชาชนกับรัฐ การดึงรัฐเข้าร่วมกิจกรรมกับชุมชน ด้วยการร่วมกันพัฒนาอาชีพ “ทำกลุ่มอาชีพร่วมกัน” (รัฐเอาผลิตภัณฑ์ไปขายให้กับประชาชนได้ด้วยความพึงพอใจเป็นหุ้นส่วนกัน)

สะท้อนผลการวิจัยที่เกิดขึ้นเป็นแนวทางการวิจัยสำคัญ ได้แก่ ผลผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบ ที่เกิดขึ้น ดังนี้

ตารางที่ 3.2 ผลผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบการวิจัย

ผลที่	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)	ผลกระทบ (Impact)
1	1 รูปแบบกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มอาชีพอย่างครบวงจร	ผู้นำชุมชน ผู้สูงวัย และอาสาสมัครสาธารณสุข (อสส.) ได้มีส่วนร่วมดำเนินการตามรูปแบบกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มอาชีพอย่างครบวงจรด้วยชุมชนเอง 8 ชุมชน	- โรงเรียนได้นำรูปแบบกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มอาชีพอย่างครบวงจรไปสอนให้กับนักเรียนที่เป็นเยาวชนในชุมชนวัดประชาละปิธธรรม - เป็นต้นแบบการพัฒนาอาชีพให้กับอีก 39 ชุมชนในเขตดุสิต
2	1 ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	ผลิตภัณฑ์มีความเป็นอัตลักษณ์และสามารถเชื่อมต่อกับกลุ่มนวดกดจุดฝ่าเท้าวัดประชาละปิธธรรมได้	พัฒนาสู่การเป็นสินค้าอัตลักษณ์ของเขตดุสิต และเป็นชุมชนเดียวที่สามารถสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้เกิดความสร้างสรรค์ได้
3	1 กลุ่มอาชีพที่เสริมสร้างรายได้	เกิดรายได้ขึ้นจริงกับประชาชนที่เข้ามาดำเนินการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ “ดุสิตละปิธธรรม” ในชุมชนวัดประชาละปิธธรรม 1-4	มีการจัดระบบบริหารจัดการกลุ่มอาชีพให้อยู่อย่างยั่งยืนและสามารถมีเงินบริหารจัดการกลุ่มได้ สร้างโอกาสให้ประชาชนในกลุ่มอาชีพ สร้างโอกาสในการขอทุนสนับสนุนกับหน่วยงานภาครัฐได้

ที่มา: ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ (2564)

ชี้ให้เห็นว่า กระบวนการคิดเชิงออกแบบมิใช่เน้นที่ผลิตภัณฑ์ในการแก้ไขปัญหาให้ดีขึ้นแต่สามารถเข้าไปเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการเข้าใจอย่างลึกซึ้งกับผู้ที่เผชิญปัญหาที่แท้จริงได้ทุกมิติ แล้วเลือกปัญหาที่เป็นจริงตั้งกรอบโจทย์ให้ชัดเจน แล้วร่วมกันทำงานให้เป็นทีมมาจากหลากหลายความรู้ ความชำนาญ สรรพวิชาต่าง ๆ มาร่วมกันทำงานคิด เขียน วาดภาพ ร้อยเรียงเป็นภาพผังผลจากการคิดรวบยอดที่เกิดขึ้นเป็นตัวแบบนำไปสู่การถอดจากตัวแบบสู่การสร้างต้นแบบให้มีความชัดเจนสอดคล้องกับที่กำหนดและนำมาทดลองใช้

ประโยชน์ ต้นแบบที่ได้นำไปใช้ต่อขยายผลออกสู่สังคม ต้นแบบที่ไม่ดีจะกลับไปสู่ขั้นการคิดออกแบบสร้างสรรค์ต่อไปแล้วปรับปรุงต้นแบบพร้อมกับทดลองใช้อีกครั้งที่เรียกกันว่า “ผลิตซ้ำจากตัวแบบสู่ต้นแบบ” 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) ไว้ในห้องเรียนผู้ประกอบการอย่างน่าสนใจว่า เมื่อธุรกิจเริ่มต้นใหม่ที่มีความไม่แน่นอนสูง อย่างสตาร์ทอัพ เพื่อสื่อสารให้กับคนอื่น ๆ เข้าใจภาพรวมของธุรกิจ ปัญหาเหล่านี้สามารถช่วยได้ด้วยเครื่องมือที่ชื่อว่า “Lean Canvas” คือ แม่แบบเทมเพลต (Template) ผืนผ้าใบ 9 ช่องที่ช่วยให้สตาร์ทอัพ หรือเทมเพลตแผนธุรกิจ 1 หน้าที่ต้องการทำโครงการหรือการทำธุรกิจใหม่ ๆ สามารถวางแผนธุรกิจได้ง่าย ให้ครบทุกองค์ประกอบที่สำคัญ ซึ่ง Lean Canvas พัฒนาโดย Ash Maurya ซึ่ง ได้ต่อยอดมาจาก Business Model Canvas (BMC) ของ Alex Osterwalder (Osterwalder, 2004) โดย Lean Canvas นี้จะเน้นไปที่ธุรกิจ เริ่มต้นใหม่ ซึ่งมีหลายสิ่งที่ยัง ไม่ชัดเจนในเรื่องของปัญหา 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

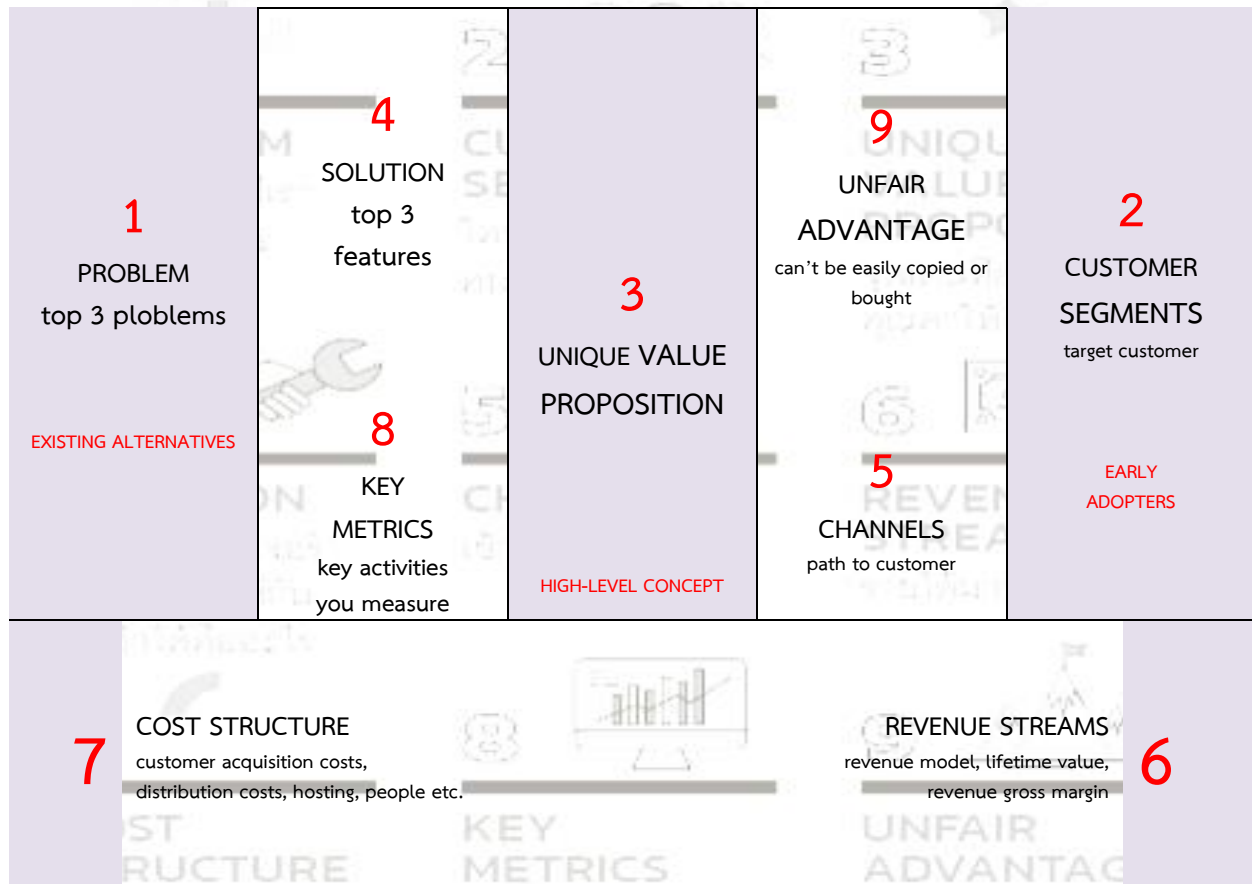
ช่อง 6: Revenue Streams: ที่มาของรายได้

ช่อง 7: Cost Structure: ต้นทุน

ช่อง 8: Key Metrics: ตัวชี้วัดที่สำคัญคืออะไร (KPI)

ช่อง 9: Unfair Advantage: จุดเด่นที่เหนือคู่แข่ง

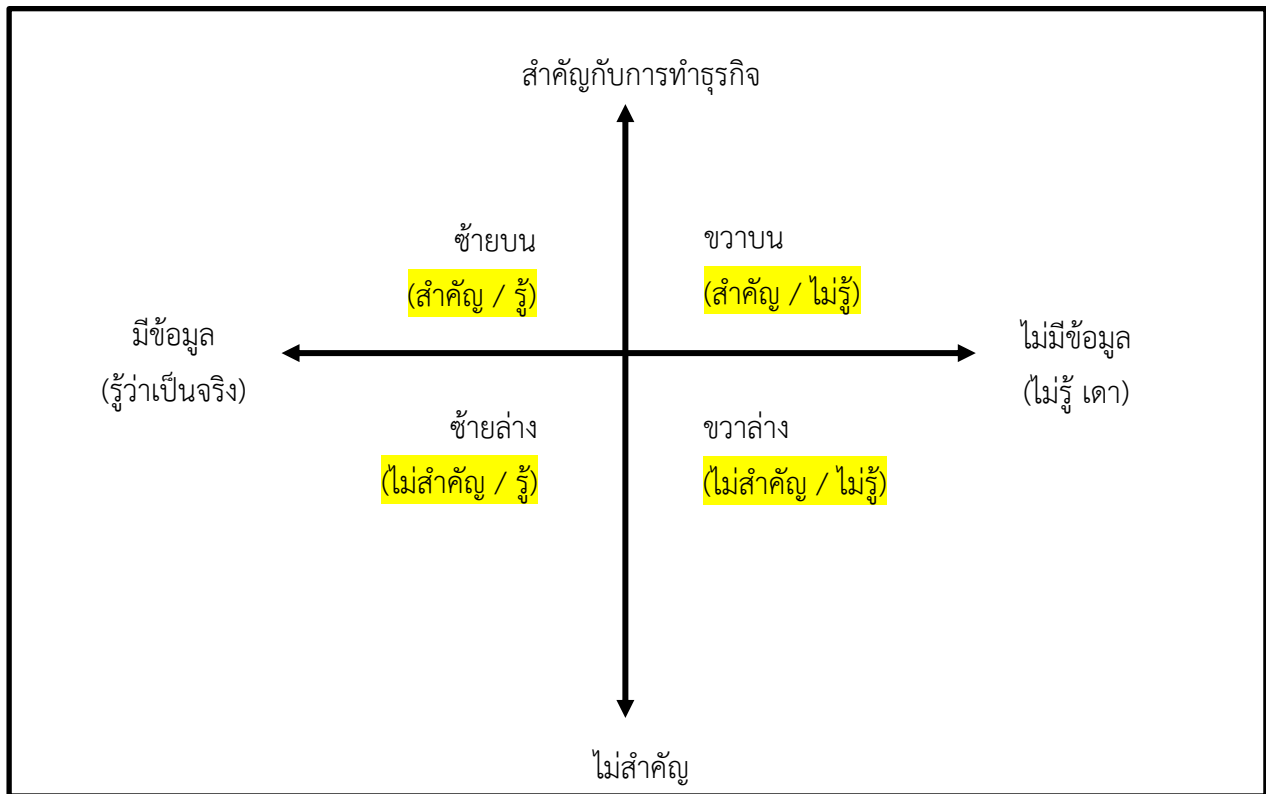
Lean Canvas



ภาพที่ 3.16 Lean Canvas by Ash Maurya

ที่มา: Abdoun & Ibrahim (2018); ฤทธิ วรพงษ์ดี (2562)

ชี้ให้เห็นว่า ผังภาพ 9 ช่องจะสะท้อนความเข้าใจในภาพรวมของการสร้างธุรกิจช่วงวางแผนจะทำธุรกิจใหม่ ต้องเข้าใจภาพรวมด้วยการเขียนแม่แบบ (Template) ผืนผ้าใบ 9 ช่องที่ช่วยให้สตาร์ทอัพ หรือแผนธุรกิจ 1 หน้าให้เข้าใจอย่างง่ายครบองค์ประกอบทุกประเด็นที่สำคัญ เพื่อเตรียมการตัดสินใจทำธุรกิจหรือไม่ ซึ่งเมื่อได้ข้อมูลที่เป็นภาพรวมของธุรกิจคร่าว ๆ แล้ว สามารถจัดลำดับความสำคัญของสิ่งที่จะนำไปทดสอบ ก่อน วิธีการคือลากเส้นแกนตั้ง (ความสำคัญจากบนลงล่าง) และแกนนอน (ข้อมูลที่มีจากมากไปน้อย) นำมาตัดกัน และทำตารางเปรียบเทียบเป็น 4 ช่อง ดังนี้ (ฤทธิ วรพงษ์ดี, 2562)



ภาพที่ 3.17 ตารางเปรียบเทียบ 4 ช่องสำคัญและรู้จริง

ที่มา: ณฤทธิ วรพงษ์ดี (2562)

ดังนั้น แบบจำลองเชิงธุรกิจ (Lean-Business model canvas) เหมาะสำหรับคนที่ต้องการทำธุรกิจใหม่ ๆ SMEs สตาร์ทอัพ (Startup) หรือผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ โดยตัดสิ่งที่เป็นความต้องการของลูกค้าออกไปก่อนซึ่งไม่จำเป็นต้องเริ่มทำจากปัญหาและความต้องการลูกค้า ซึ่งทำให้ไม่ต้องเสียเวลาลงพื้นที่เก็บข้อมูลมาวิเคราะห์ ให้คัดออก (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 ต่อมารัฐบาลอังกฤษได้นำแนวคิดวิสาหกิจชุมชนมาทำเป็นรูปธรรมระดับประเทศในเชิงองค์ความรู้และการประชาสัมพันธ์ ก่อนที่แนวคิดนี้จะถูกรองรับโดยสภาอังกฤษอย่างเป็นทางการ ในฐานะบริษัทเพื่อผลประโยชน์ของชุมชน (The Community Interest Company) ที่มีวัตถุประสงค์ให้เป็นธุรกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน โดยองค์กร The EMES ได้ให้นิยามวิสาหกิจชุมชนไว้ว่า เป็นเครือข่ายกลุ่มคนหรือชุมชนในฐานะองค์กรนิติบุคคล และเป็นกิจการเพื่อผลประโยชน์ของชุมชนโดยเริ่มต้น

จากกลุ่มคน เน้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม ให้มีการลงทุนจริงเพื่อประโยชน์เชิงสินค้าหรือบริการที่เป็นรูปธรรมในโลกเศรษฐกิจ ทั้งนี้สำนักงานการสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) ได้อธิบายความหมายของกิจการเพื่อสังคมหรือ Social Enterprise (SE) ว่าเป็นกิจการที่มีจุดหมายหลักในการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม 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 เป็นกิจการที่มีรายรับจากการขาย การผลิตสินค้า และหรือการให้บริการที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อเป้าหมายอย่างชัดเจนตั้งแต่แรกเริ่ม หรือมีการกำหนดเพิ่มเติม หรือปรับเปลี่ยนเป้าหมายในการสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและเจ้าของเท่านั้น 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” คิดว่ามีความเหมาะสมมากที่สุดเพื่อให้เห็นภาพของการเป็นองค์กรที่ทำธุรกิจที่เกิดด้วยการแก้ไขปัญหาของสังคมไปด้วยที่มีเชิงองค์กรการกุศล การสงเคราะห์และมีเชิงองค์กรที่ประกอบธุรกิจเพื่อแสวงหากำไร และมีใช้บรรษัทบริหารกิจการเพื่อสังคมประเภทรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) จึงทำให้กิจการเพื่อสังคมเป็นกลไกสำคัญเชื่อมโยงภาครัฐไปสู่ประชาชนในการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมด้วยการนำผลกำไรไปต่อยอดช่วยแบ่งปันแก่ผู้ด้อยโอกาส ผู้ปรารถนาโอกาสทั้งการศึกษา อาหาร สุขภาพ ชุมชน สิ่งแวดล้อม สาธารณประโยชน์ เมื่อแนวคิดถูกเริ่มต้นจากธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีผลกำไรแล้วจึงคิดถึง ความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อมาจึงมีแนวคิดการดำเนินกิจการเพื่อสังคมเป็นเชิงองค์กรที่มีจุดมุ่งหมายสูงสุดไม่ใช่การทำกำไรสูงสุด หากแต่เป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อหวังให้เกิดประโยชน์สูงสุดคืนกลับภาคประชาชน ชุมชน สังคม กิจการเพื่อสังคมเกิดจากแนวคิดประเภทของ CSR as Process ผสมผสานกับแนวคิดนักพัฒนาสังคมกับการบริหารจัดการแบบผู้ประกอบการ โดยการแบ่งปันรายได้จากองค์กรมาเพื่อทำงานเพื่อสังคม (Mair & Marti, 2004) ดังนั้นแนวคิดกิจการเพื่อสังคมมีได้กำเนิดขึ้นที่ประเทศไทยแต่ได้กำเนิดแนวคิดนี้ที่ประเทศอังกฤษในช่วงกลางศตวรรษที่ 19 โดยกลุ่มผู้รับจ้างทำงานได้จัดตั้งหน่วยงานในรูปสหกรณ์เพื่อจัดหาอาหารที่มีคุณภาพในราคาที่หาซื้อได้ เพื่อเป็นการตอบโต้ต่อสภาพการทำงานในโรงงานที่แสวงหาผลประโยชน์และเอาเปรียบ แรงงานอย่างไม่เป็นธรรม กระทั่งศตวรรษที่ 1990 แนวคิดกิจการเพื่อสังคมได้ถูกหยิบยกขึ้น มาใหม่อีกครั้งในรูปของการจัดตั้งที่หลากหลาย เช่น สหกรณ์วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprises) องค์กรอาสาสมัคร (Enterprising Voluntary Organizations) เป็นต้น (โกศล ดีศีลธรรม, 2554) ดังนั้น คำว่า กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) จึงมีคำนิยามไว้ไม่แตกต่างกันนัก ดังนี้

1) ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์ทางสังคมเฉพาะซึ่งให้บริการตามวัตถุประสงค์หลัก กิจการเพื่อสังคมแสวงหาผลกำไรสูงสุดในขณะที่สร้างประโยชน์สูงสุดต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผลกำไรส่วนใหญ่จะใช้เพื่อสนับสนุน

โครงการทางสังคม ซึ่งประเด็นสำคัญ กิจกรรมเพื่อสังคมเป็นธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสังคม เป็นจุดมุ่งหมายหลัก การเพิ่มผลกำไรสูงสุดไม่ใช่เป้าหมายหลักของกิจกรรมเพื่อสังคมเช่นเดียวกับธุรกิจแบบดั้งเดิม ต่างจากองค์การ การกุศล กิจกรรมเพื่อสังคมแสวงหาความพยายามที่จะสร้างรายได้ ซึ่งเป็นกองทุนเพื่อสังคม และด้านการจ้างงาน ให้ความพึงพอใจแก่ผู้หางานจากชุมชนที่มีความเสี่ยง (Barone, 2020)

2) กิจกรรมเพื่อสังคมมีส่วนร่วมสูง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมอย่างจริงจังโดยเฉพาะพนักงานขั้นต่ำ ที่ได้รับค่าจ้าง ดังนั้น กิจกรรมเพื่อสังคมจึงหมายถึงองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรที่ผสมกันระหว่างองค์กรภาครัฐและ ภาคเอกชนโดยดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาสังคมและมีเป้าหมายทางการเงินควบคู่ไปด้วยกันสรุปความหมายของ กิจกรรมเพื่อสังคมได้ว่าหมายถึง “การดำเนินกิจการที่มีเป้าหมายเพื่อแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยที่กิจการ ดังกล่าวยังมีผลกำไรเพื่อให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้อย่างยั่งยืน” (Organization for Economic Cooperation and Development (OECD, 2003)

3) สฤณี อาชวานันทกุล (2553 อ้างถึงใน จตุพร จุ้ยใจงาม และพรชัย เทพปัญญา, 2557) ได้อธิบาย ไว้ว่า (1) กิจกรรมเพื่อสังคมมีพันธกิจหลักในการช่วยเหลือคนที่ขาดโอกาสในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกของ ปัจจัยพื้นฐาน (2) กิจกรรมเพื่อสังคมมีการคำนึงถึง สังคม สิ่งแวดล้อม สร้างโอกาส เป็นหลักและมีความยั่งยืนทาง การเงิน (3) กิจกรรมเพื่อสังคมมีความหลากหลายแนวทางในการทำธุรกิจแต่จุดประสงค์ เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อ เศรษฐกิจระดับเล็ก (Micro Economic) และกิจกรรมในพื้นที่ไร้ตลาดไปจนถึงตลาดโตเร็ว (4) กิจกรรมเพื่อสังคม สร้างผลตอบแทนเป็นหลักด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อประโยชน์สูงสุดไม่ใช่กำไรสูงสุด (5) กิจกรรมเพื่อสังคม ต้องใช้กลไกทางการตลาด การสร้างนวัตกรรม และการประสานประโยชน์ของทุกฝ่าย ได้แก่ภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคเอกชน เพื่อสร้างค่านึงสำคัญในการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก

4) ในปัจจุบันในประเทศไทยจะขาดหลักการสำคัญเรื่องการจัดสรรกำไรสู่ชุมชน และถูกแทรกแซง ด้วยระบบบริหารท้องถิ่นทำให้ประโยชน์สูงสุดยังไม่ตกถึงชุมชนอย่างแท้จริง เนื่องจากการดำเนินกิจกรรม ผลประโยชน์และกำไรจากการดำเนินงาน ยังคงเป็นความมั่งคั่งส่วนบุคคลและกลุ่ม แต่อย่างไรก็ตามได้มีการ รวมกลุ่มของชุมชนในประเทศไทยเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชน หรือที่เรียกว่า วิสาหกิจชุมชน (Corporative Community) ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็นแนวคิดกว้าง ๆ คือ (1) เป็นธุรกิจที่มีการผลิตและการให้บริการใน รูปแบบต่าง ๆ (2) เป็นการรวมกลุ่มเพื่อพึ่งตนเองได้ มีองค์ความรู้ และมีการบริหารจัดการที่ดี (3) เป็นธุรกิจที่มีพันธ กิจเพื่อสังคม เช่น การฝึกอบรมเพื่อเสริมทักษะและให้ความรู้เพื่อที่จะไปสร้างงาน ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม (4) ผลประโยชน์หลักจะตกอยู่กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยกำไรจะถูกจัดสรรหรือถูกนำไปใช้ เพื่อประโยชน์ของชุมชน (จตุพร จุ้ยใจงาม และพรชัย เทพปัญญา, 2557)

5) วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นกลุ่มที่ขับเคลื่อนองค์กรด้วยภารกิจงานเพื่อการกุศล ซึ่งมีเป้าหมาย 3 ประการเพื่อการปฏิบัติงานอย่างมีศักยภาพที่เรียกว่า “Triple Bottom Line” ประกอบด้วย 1) เป้าหมายทางการเงิน (Financial) 2) เป้าหมายทางสังคม (Social) และ 3) เป้าหมายทางสภาพแวดล้อม (Environmental) (The Social Enterprise Fund, Inc. (SEF), 2564)

6) พระราชกฤษฎีกาเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม (2559) ได้นิยามคำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” หมายความว่า บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการขาย สินค้าหรือการให้บริการ โดยมุ่งส่งเสริมการจ้างงานในท้องถิ่นที่วิสาหกิจเพื่อสังคมตั้งอยู่ หรือมีเป้าหมายในการ

จัดตั้งตั้งแต่แรกเริ่มในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม โดยมีได้มุ่งสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้น หรือผู้เป็นหุ้นส่วน และนำผลกำไรไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบไปลงทุนในกิจการของตนเอง หรือใช้เพื่อประโยชน์ของ เกษตรกร ผู้ยากจน คนพิการผู้ด้อยโอกาส หรือใช้เพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่น ๆ ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ประกาศกำหนด

กิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย

กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เปิดตัวกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่ได้รับการรับรองเป็นครั้งแรกของประเทศไทย เพื่อพัฒนาประเทศไทยอย่างเป็นองค์รวมในด้านเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อม ให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งกิจการเพื่อสังคมที่ได้รับการรับรองจาก คณะกรรมการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ ผ่านการรับรองคุณสมบัติเป็นครั้งแรกในประเทศไทย จำนวน 15 กิจการ ได้แก่ บริษัทตอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด, บริษัท เรย์วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด, บริษัท แดรี่โฮม จำกัด, บริษัทกาแฟอาชา อามา จำกัด, บริษัท สยามออร์แกนิก จำกัด, บริษัท แจสเบอร์รี่ จำกัด, กลุ่มเกษตรกรทำ นานาไส้, มูลนิธิแม่ฟ้าหลวงในพระบรมราชูปถัมภ์, บริษัท เด็กพิเศษ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด, บริษัทหลุมพินี พร็อพเพอร์ตี้ เซอร์วิส แอนด์ แคร์ จำกัด, บริษัท คิดคิด จำกัด, มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรในพระอุปถัมภ์ฯ, สหกรณ์กรีนเนท จำกัดและ บริษัท โลเคิล ไรส์ จำกัด โดยกิจการเพื่อสังคมที่ได้รับการคัดเลือกและได้รับการอนุมัติ 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 อธิบาย เกี่ยวกับวัตถุประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการและต้องมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

(1) มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมการจ้างงานแก่บุคคลผู้สมควรได้รับการส่งเสริมเป็นพิเศษ การแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม หรือเพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่นหรือคืนประโยชน์ ให้แก่สังคมตามที่ รัฐมนตรีประกาศกำหนด

(2) มีรายได้ไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบมาจากการจำหน่ายสินค้าหรือการบริการ เว้นแต่กิจการที่ไม่ ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นอาจมีรายได้ไม่น้อยกว่าร้อยละห้าสิบมาจากการจำหน่าย สินค้าหรือการบริการ ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่คณะกรรมการประกาศหรือกำหนด

(3) นำผลกำไรไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ตาม (1) และแบ่งปันกำไร ให้แก่ผู้เป็น เจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้นได้ไม่เกินร้อยละสามสิบของผลกำไรทั้งหมด โดยให้ถือว่าการลงทุนในกิจการของตนเอง ซึ่งมีกระบวนการผลิตหรือการบริการที่มีลักษณะตาม (2) หรือการขยายกิจการ เพื่อวัตถุประสงค์ตาม (1) ตามเงื่อนไข ที่คณะกรรมการประกาศกำหนดเป็นการนำผลกำไรไปใช้เพื่อสังคม

(4) มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี

(5) ไม่เคยถูกเพิกถอนการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม เว้นแต่พ้นกำหนดสองปีนับถึง วันยื่น คำขอจดทะเบียนเพื่อขอรับการส่งเสริมหรือสนับสนุนตามพระราชบัญญัตินี้

(6) ไม่มีหุ้นส่วน กรรมการหรือผู้มีอำนาจจัดการแทนนิติบุคคล หรือผู้ถือหุ้นซึ่งถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละยี่สิบห้าขึ้นไป ซึ่งเคยเป็นหุ้นส่วน กรรมการหรือผู้มีอำนาจจัดการแทนนิติบุคคล หรือผู้ถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละยี่สิบห้าขึ้นไป ในกิจการที่เคยถูกเพิกถอนการจดทะเบียนตาม (5) เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่า ตนมิได้มีส่วนร่วมหรือรู้เห็นกับการกระทำของนิติบุคคลที่เป็นเหตุให้ถูกเพิกถอนการจดทะเบียน การคำนวณกำไรและการแบ่งปันกำไรตาม (3) และการกำกับดูแลกิจการที่ดีตาม (4) ให้เป็นไปตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

มาตรา 6 การจดทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคมมีสองประเภท ดังต่อไปนี้ (1) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น (2) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นตาม (1) ให้สามารถดำเนินการจัดตั้งห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลหรือบริษัทจำกัดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ หรือบริษัทมหาชนจำกัดตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัดได้ 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) หนังสือแสดงเจตนารมณ์การจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมและรายละเอียดของกิจการ ซึ่งดำเนินกิจการมาแล้วตามระยะเวลาที่คณะกรรมการกำหนด
- (7) ความประสงค์ที่จะจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมตามมาตรา 6 (1) หรือ (2)
- (8) รายการอื่นตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

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

ปัจจัยความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคม ประกอบด้วย 8 ประการ ดังนี้ (กรมกิจการผู้สูงอายุ และ ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561)

- (1) ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความสามารถในการขับเคลื่อนธุรกิจ มีความมุ่งมั่นที่จะแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคม

- (2) เป้าหมายทางสังคม (Social Mission) “ภารกิจทางสังคม” เป็นหนึ่งในภารกิจที่สำคัญที่สุด
- (3) นวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการที่ปรากฏในรูปของนวัตกรรมทางสังคมเป็นเสมือน “คานงัด” เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง
- (4) ขีดความสามารถทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)
- (5) การเชื่อมสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement) ต้องมีการเชื่อมโยง (Engage) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ทุกประเภท
- (6) ความเป็นเจ้าของและมีส่วนร่วมของสังคม (Social Ownership)
- (7) ความสามารถในการขยายกิจการ (Scalability)
- (8) ผลสัมฤทธิ์ทางสังคม (Social Impact) ผลสัมฤทธิ์ทางสังคม หมายถึง ผลสัมฤทธิ์ที่เกิดจากการประกอบกิจการเพื่อสังคม ซึ่งประเมินได้จากการเปลี่ยนแปลงแก้ไขประเด็นหรือปัญหาทางสังคมที่เกิดขึ้นจริง โดยผลสัมฤทธิ์ดังกล่าวต้องมีผลกระทบ (Impact) ที่มีความยั่งยืน

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

(1) วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม

กิจการเพื่อสังคมของสาธารณรัฐสิงคโปร์ส่วนใหญ่จะเน้นวัตถุประสงค์ในการสร้างโอกาสในการทำงานมากที่สุด ร้อยละ 46 เช่น คนยากจน 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

ข้อมูลสมาชิกจากระบบสมาชิกของ 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 ได้ยกตัวอย่างวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีความสำเร็จ โดยใช้คำว่า “ปั้นแบรนด์ชุมชนสู่ตลาดสากล” ได้อธิบายไว้ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม, 2564)

“From Local to Global น่าจะเป็นแนวคิดการสร้างธุรกิจในพื้นที่ท้องถิ่นที่เราเคยได้ยินกันบ่อยครั้ง หากแต่การปั้นแบรนด์ชุมชน สู่ตลาดสากลให้ประสบความสำเร็จ นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย และต้องใช้เวลาเป็นเครื่องพิสูจน์ ดังเช่น ‘ดอยตุง’ บริษัทวิสาหกิจเพื่อสังคมภายใต้มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งก่อตั้งโดยสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี หรือสมเด็จพระเจ้า เพื่อแก้ปัญหา “เจ็บ จน ไม่รู้” ควบคู่กับการ “ปลูกคน” จนเกิดเป็นแบรนด์สินค้า ที่ช่วยแก้ปัญหาในพื้นที่ครบทุกมิติโดยใช้การบูรณาการองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ เพื่อพัฒนาทั้งในส่วนของ ‘พื้นที่’ และ ‘คน’ ทั้งปัญหาสิ่งแวดล้อม ยาเสพติด การศึกษา และความเท่าเทียม จนประสบความสำเร็จหลังจากใช้เวลากว่า 30 ปี ในการพัฒนาพื้นที่จากภูเขาหัวโล้น จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว พร้อมกับจัดตั้งศูนย์ศึกษาดูงาน ที่องค์กรทั้งในประเทศและต่างประเทศมาเยี่ยมชมการสร้างวิสาหกิจเพื่อสังคมในรูปแบบของกิจการที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กับการดำเนินธุรกิจ

ในปัจจุบันแบรนด์ดอยตุงผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าแนว Life Style เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า เซรามิก ของแต่งบ้าน กาแฟ และมีส่วน Cafe Doitung คาเฟ่ที่ใช้เมล็ดกาแฟที่ปลูกที่ดอยตุงทั้งหมด อีกทั้งแบรนด์ดอยตุงได้ทำงานร่วมกับแบรนด์อื่น ๆ เช่น รองเท้าผ้าใบที่ออกแบบร่วมกับ โอนิซึกะ ไทเกอร์ โฉว์ผ้าทอฝีมือคนไทยผ่านรองเท้าผ้าใบระดับโลก หรือการได้รับเลือกจาก Muji แบรนด์ขวัญใจคนไทยนี้ ให้เสิร์ฟเมล็ดกาแฟของแบรนด์ดอยตุง ที่ร้าน Cafe and Meal Muji เมืองโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น

ดังนั้น ดอยตุง จึงเป็นกรณีศึกษาที่เป็นต้นแบบในการสร้างแบรนด์ท้องถิ่นให้ประสบความสำเร็จระดับโลกได้เป็นอย่างดี”

ผู้เขียนสรุปเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้

(1) เป็นองค์กรที่ประกอบกิจกรรมการผลิต จำหน่าย บริการที่มีรายได้ให้ดำรงอยู่กับชุมชนท้องถิ่น สังคมได้อย่างยั่งยืน

(2) กำไรที่เกิดขึ้นเกินจากรายได้ที่พอเพียงให้สามารถนำไปช่วยเหลือด้านอาหาร การศึกษา สุขภาพ และโอกาสสำหรับผู้ด้อยโอกาส คนยากไร้ คนยากจนในชุมชนท้องถิ่น

(3) กิจการเพื่อสังคม ต้องมีเป้าหมายอย่างชัดเจนว่า ตนอยู่ได้ มีมากมายแบ่งปันชุมชน แก้ไขปัญหา ชุมชนสังคม และพัฒนาสังคมให้เกิดความยั่งยืน

(4) กิจการเพื่อสังคมต้องมีวัตถุประสงค์ในการสร้างโอกาสในการทำงานของคนยากจน คนชรา คนพิการ การให้การศึกษา การพัฒนาทักษะ การจัดสินค้าและบริการ การพัฒนาสภาพจิตใจและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นให้คนในชุมชน การดูแลสุขภาพ และสินค้าเพื่อสังคม

(5) ประชาชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของในกิจการเพื่อสังคม

(6) กิจการเพื่อสังคมเป็นพื้นที่โอกาสในการแก้ไขปัญหาค่าความเหลื่อมล้ำทางสังคมและเศรษฐกิจของ ชุมชนท้องถิ่น

(7) กิจการเพื่อสังคมมีช่องทางแสวงหากำไร มีช่องทางเพื่อสาธารณกุศลแต่เป็นองค์กรเพื่อพัฒนา สังคม

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) ดังนั้น หัวใจสำคัญของ “สตาร์ทอัพ” อยู่ที่ “โมเดล ธุรกิจ (Business model)” ซึ่งเป็นรูปแบบวิธีการดำเนินกิจการของบริษัทในการสร้างรายได้นั่นเอง (โครงการ พัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2560; ชนิษฐ เพ็ญสุตร, 2561) สอดคล้องกับแนวคิดที่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ได้อธิบายคำว่า สตาร์ทอัพ (Startup) ไว้ที่น่าสนใจว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพ เป็นธุรกิจที่เริ่มต้นจากจุดเล็ก ๆ ซึ่งเกิดจากไอเดียเพื่อแก้ปัญหา เห็นโอกาสทางธุรกิจที่ไม่มีคนทำมาก่อน สามารถ เติบโตได้อย่างรวดเร็ว (Growth) ออกแบบให้มีการทำซ้ำได้ง่าย (Repeatable) ขยายกิจการได้ง่าย (Scalable) และมีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นหัวใจหลัก สตาร์ทอัพจึงเกิดขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาตอบโจทย์ Pain Point ของผู้คนเพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาหรือการสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้ (User) นั่นเอง (ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี, 2562) ซึ่งธุรกิจสตาร์ทอัพ เริ่มต้นจากไอเดียเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ช่วงแรกอาจไม่มีกำไรแต่ต้อง ผ่านความท้าทาย ความล้มเหลว ความผิดหวังต้องเรียนรู้ ลงทุนซ้ำเพื่อปรับปรุงแนวคิดให้ตอบโจทย์ลูกค้าในวงกว้าง จนเป็นธุรกิจได้ (ยุทธนา เจียมตระการ, 2560) และมีกระบวนการขั้นตอนการเติบโตของสตาร์ทอัพ (Stage of Startup) อย่างกว้าง ๆ ได้เป็น 3 ขั้นตอนดังนี้ (ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี, 2562)

1) Problem Solution Fit เป็นขั้นตอนยืนยันปัญหาว่าสถานการณ์ปัญหานี้มีอยู่จริง ลูกค้ารับรู้ปัญหา ด้วยกันและคิดว่ามีแนวทางใดเครื่องมือใด นวัตกรรมที่จะแก้ไขปัญหาได้

2) Product Market Fit เป็นขั้นตอนผลิตผลิตภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ตอบโจทย์ปัญหาของตลาด

3) Business Market Fit เป็นขั้นตอนการขยายการเติบโตไปสู่ตลาดมากขึ้นและได้โมเดลธุรกิจที่เหมาะสม นอกจากนี้ แนวคิดที่สตาร์ทอัพนำมาใช้ในช่วงเริ่มต้นนี้จะเน้นในเรื่องของการค้นหาและพัฒนาลูกค้า (Customer Development) ซึ่งเครื่องมือหรือกระบวนการหลัก ๆ ที่นิยมใช้ในช่วงนี้ จะมีอยู่ 2 เครื่องมือ คือ

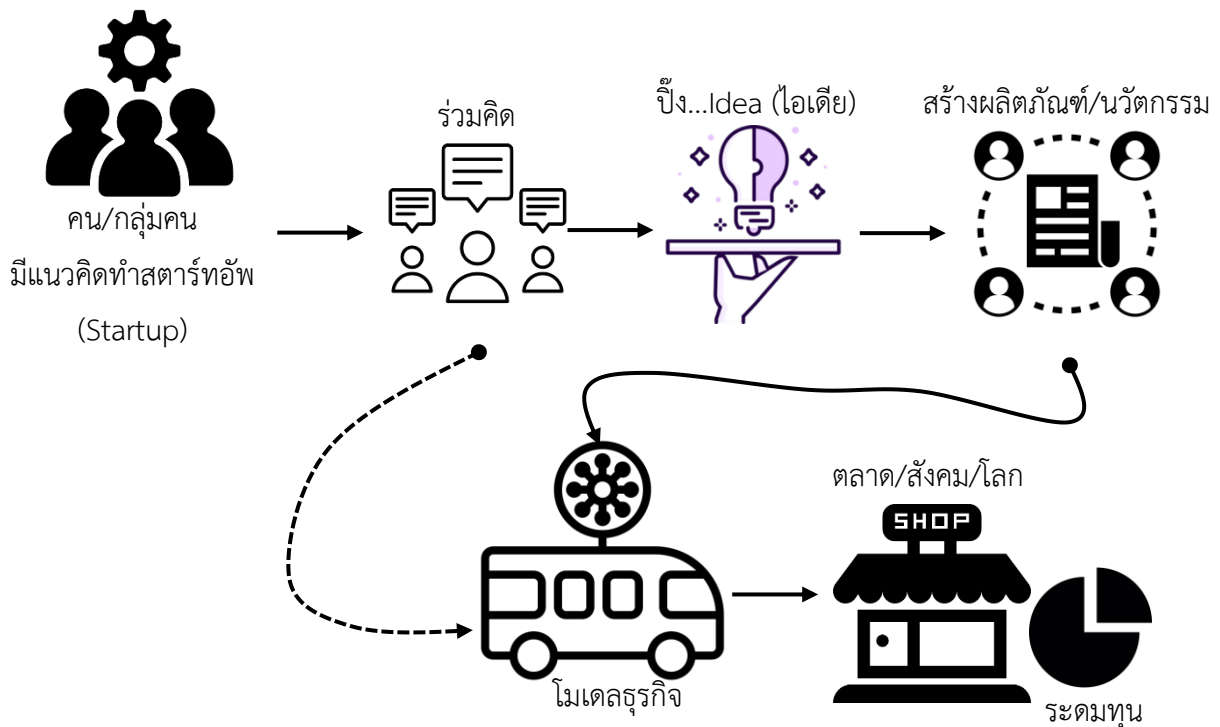
การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และ เครื่องมือเขียนแผนธุรกิจรวม 9 ช่อง (Lean Canvas) ซึ่งมีระดับของ Startup Funding 5 ระดับ ดังนี้ (ณฤทธิ วรพงษ์ดี, 2562)

- (1) Seed Fund ระดับการได้รับเงินทุนสนับสนุนขั้นแรกสำหรับบริษัท Startup ที่จะคิดออก
- (2) Series A ระดับการได้รับเงินทุนสนับสนุนสำหรับบริษัท Startup ที่ต้องการขยายการกระจายตัวเข้าสู่ฐานลูกค้าที่ใหญ่ขึ้น หรือจะขยายตัวไปสู่ตลาดใหม่ ระดับเงินทุนอยู่ระหว่าง 2-15 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
- (3) Series B ระดับการได้รับเงินทุนสนับสนุนสำหรับบริษัท Startup ที่ต้องการขยายขนาดของบริษัท 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

ทั้งนี้ ในประเทศไทยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลได้มีกรณีศึกษาด้านนโยบายประเทศไทย 4.0 อย่าง เป็นทางการ ตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2559 เป็นต้นมา พบว่าวงการสตาร์ทอัพในประเทศไทยได้เกิดการตื่นตัวเพิ่มมากขึ้น ในปัจจุบันมีสตาร์ทอัพไทยที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติสามารถระดมทุนได้ในหลักพันล้านเหรียญสหรัฐฯขึ้นไป ซึ่งสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติและระดับชาติล้วนเป็นสตาร์ทอัพจากกรุงเทพมหานคร แต่ในปัจจุบันไม่ปรากฏว่ามีสตาร์ทอัพจากภูมิภาคสามารถก้าวขึ้นมาเป็นสตาร์ทอัพ ที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ ทั้งในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่สตาร์ทอัพประเภทที่สมควรมีการพัฒนาในจังหวัดเชียงใหม่ คือ สตาร์ทอัพด้านการเกษตรและสตาร์ทอัพด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ สตาร์ทอัพชุมชนจะถือกำเนิดขึ้นเป็นส่วนหนึ่งต้องเกิดจากการผลักดันของรัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่น 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 เป็นรูปแบบธุรกิจที่สร้างโปรแกรมหรือแอปพลิเคชันขึ้นเพื่อให้บริการผ่านมือถือ โดยสร้างความสะดวกสบายหรือแก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวัน (จ่ายเงินผ่านบัตรเครดิต หรือชำระเงินออนไลน์ได้) ค่าธรรมเนียมต่อรายการจากร้านค้า
- (4) User-Generated Content (UGC) เป็นรูปแบบธุรกิจที่เน้นผลิต Media หรือ Content ให้ผู้ใช้สามารถเข้ามามีส่วนร่วมผลิตเนื้อหาเอง อาทิ YouTube, Facebook (รายได้มาจากโฆษณาหรือส่วนแบ่งกลุ่มที่สร้างเนื้อหา (Content))

ผู้เชี่ยวชาญสรุปคำว่า 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 ซึ่งวันนี้สังคมไทยเป็นสังคม

การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 คนในยุคนี้มีการกล่าวถึงศาสตราจารย์ นพ.วิจารณ์ พานิช นายกสภามหาวิทยาลัยมหิดล กล่าว ปาฐกถาพิเศษเรื่อง “สู่คุณภาพเยาวชนในศตวรรษที่ 21” ว่า “การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ต้องเรียนรู้ด้วยความเข้าใจในภาวะที่หลากหลายซับซ้อน ซึ่งคุณภาพของเยาวชนในศตวรรษที่ 21 คือ คนที่พัฒนาตนได้ ไกล่เคียงศักยภาพที่มีอยู่มากที่สุด พัฒนาหุปัญญารอบด้าน พัฒนาศักยภาพด้านดี ลดทอนศักยภาพด้านชั่ว เติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่รับผิดชอบชีวิต 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 เป็นคนเก็บออมมากกว่า ใช้เป็นผู้มีอายุประมาณ 57-75 ปี

(2) กลุ่มที่ 2 เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) หรือเรียกสั้น ๆ ว่า “Gen-X” เป็นคนวัยทำงานในยุคปัจจุบัน (พ.ศ.2508-2522) คนกลุ่มนี้เริ่มมีความอดทน ตั้งใจทำงาน สร้างเนื้อสร้างตัว ยึดระบบชนชั้นน้อยลง เก็บออมและใช้เท่าที่มี มีชีวิตที่พอเพียง ทำงานที่ชอบ รักอิสระ และมีความคิดสร้างสรรค์ มีอายุอยู่ประมาณ 42-56 ปี

(3) กลุ่มที่ 3 เจเนอเรชันวาย (Generation Y) หรือ “Gen-Y” เป็นคนวัยตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนปลายถึงเริ่มทำงานใหม่ (พ.ศ.2523-2540) คนกลุ่มนี้เกิดมาพร้อมเทคโนโลยีทันสมัยและแพร่หลาย ความอดทนเริ่มน้อยลง สมารถสืบค้น ชอบ Copy-Paste และเปลี่ยนงานบ่อย ไม่ชอบชนชั้น ชอบการทำงานเป็นทีมมากกว่าฟังคำสั่งจากหัวหน้างานหรือผู้นำอย่างเดียว 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 ภายใต้อุตสาหกรรม “Thailand 3.0” นั้น แม้จะทำให้ประเทศไทยมีเศรษฐกิจที่เติบโตเพิ่มขึ้นแต่ก็ต้องเผชิญกับ “กับดัก ประเทศรายได้ปานกลาง” “กับดักความเหลื่อมล้ำของความมั่งคั่ง” และ “กับดักความไม่สมดุลในการพัฒนา” กับดักเหล่านี้เป็นประเด็นท้าทายของประเทศไทยในปัจจุบันนำไปสู่การปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจเพื่อก้าวข้าม “Thailand 3.0” ไปสู่ “Thailand 4.0” (คณะกรรมการกำกับนโยบายและยุทธศาสตร์ Thailand 4.0, 2559) ดังนั้นเมื่อการสร้าง “พิมพ์เขียว” หรือ แผนที่ที่จะนำพาประเทศไปสู่อนาคตที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ผ่านนโยบายประเทศไทย 4.0 ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ โดยมุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจมาสู่ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างมูลค่า Value-Based Economy) เพื่อพาประเทศไทยหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง กับดักความเหลื่อมล้ำ ทางสังคม และกับดักความไม่สมดุลในการ

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

มิติที่ 1 ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ (Economic Wealth) โจทย์ใหญ่ของประเทศไทยในปัจจุบัน คือ ลดการพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศ โดยมุ่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ และเปลี่ยนจากเน้นภาคการผลิตสินค้าสู่ภาคบริการมากขึ้น ปัจจัยเหล่านี้จะนำไปสู่ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจของประเทศ

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

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

มิติที่ 4 การรักษาสังแวดล้อม (Environmental Wellness) การพัฒนาเศรษฐกิจควรควบคู่ไปกับการสร้างสังคมที่น่าอยู่ ดังนั้นเรื่องสิ่งแวดล้อมจึงเป็นเรื่องสำคัญไม่แพ้ตัวเลข การเติบโตทางเศรษฐกิจ เช่น ลดการปล่อยมลพิษ รู้จักอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและบริหารจัดการทรัพยากรอย่าง มีประสิทธิภาพ มีพื้นที่ทางการเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน มีระบบการจัดการขยะอย่างยั่งยืนและถูกต้อง ตามหลักสุขาภิบาล

ดังนั้น ไทยแลนด์ 4.0 ในมิติที่ 3 จึงสะท้อนพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีคุณค่า (Human Wisdom) เพื่อไปถึงการพัฒนาตามที่กำหนดคนไทย เยาวชนคนไทย จึงต้องมีทักษะชีวิตในศตวรรษที่ 21 (21st Century Skills) คุณครูต้องไม่สอนแต่ต้องออกแบบการเรียนรู้และอำนวยความสะดวก (Facilitate) การเรียนรู้ ให้นักเรียนเรียนรู้จากการเรียนแบบลงมือทำ หรือปฏิบัติแล้วการเรียนรู้ก็จะเกิดจากภายในใจและสมองของตนเอง การเรียนรู้แบบนี้เรียกว่า PBL (Project-Based Learning) นอกจากนี้ท่านยังระบุไว้อย่างชัดเจนว่า ทักษะด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation Skills) เป็นทักษะพื้นฐานที่มนุษย์ในศตวรรษที่ 21 ทุกคนต้องเรียน สิ่งสำคัญคือสิ่งที่เราต้องเรียนรู้จากผลการวิจัยในยุคปัจจุบัน คือ 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) ซึ่งหมายถึง การคิดอย่างผู้เชี่ยวชาญ (Expert Thinking)

2) การสื่อสาร (Communication) และความร่วมมือ (Collaboration) ซึ่งหมายถึง การสื่อสารอย่างซับซ้อน (Complex Communicating)

3) ความริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity) และนวัตกรรม (Innovation) ซึ่งหมายถึง การประยุกต์ใช้จินตนาการ และการประดิษฐ์

นอกจากนี้ ทักษะแห่งศตวรรษที่ 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 ฝึกฝนตั้งแต่แรกเกิดเก็บสะสมองค์ความรู้ ประสบการณ์ กระบวนทัศน์ใหม่ ๆ ไว้เพื่อส่งทอดต่อไปยังอีกรุ่นหนึ่งในสิ่งที่เป็นอย่างจริง เพราะความจริงไม่แปรเปลี่ยนไปตามกาลเวลา ยังคงใช้ทักษะนั้นได้เช่นเดิมไม่ว่าจะศตวรรษใดก็ตาม กระบวนการคิดโดยนิโสมนสิการของพระพุทธเจ้า ยังคงใหม่เอี่ยมกับทักษะในศตวรรษที่ 21 นี้เช่นเดียวกัน แต่ต้องเพิ่มทักษะอื่น ๆ ขึ้นมาเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพบริบทปัจจุบันที่ดำรง

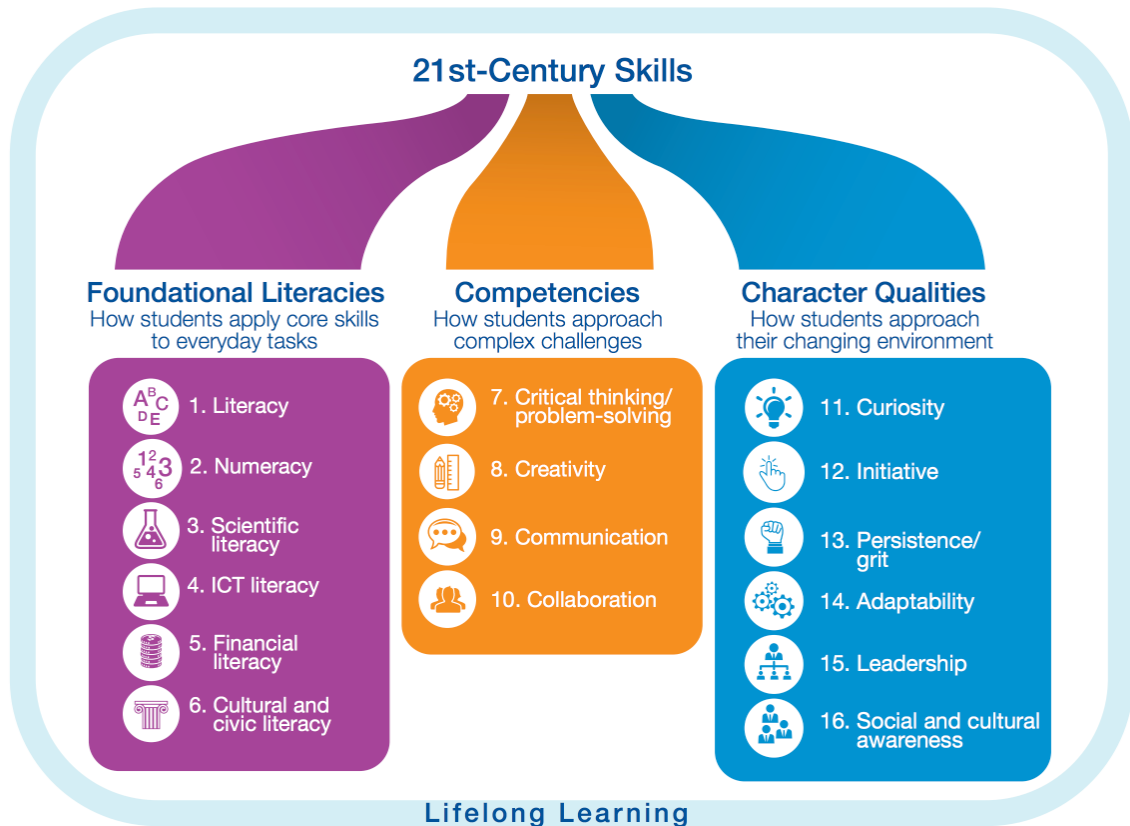
โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเด็ก ๆ เข้าสู่วัยเรียน ครูมีบทบาทสำคัญในการออกแบบการเรียนรู้ให้เด็กมีศักยภาพเป็นเฉพาะตน ซึ่งทุกคนไม่จำเป็นต้องเก่งเหมือนกัน หรือฉลาดเหมือนกันต้องเป็น พหุลักษณะ พหุปัญญา “พหุวิถี พหุวิธี” ให้เด็กฉลาดในชีวิตเพื่อดำรงอยู่อย่างมีความสุขในสังคมที่พหุลักษณะหลากหลายสังคมและวัฒนธรรมได้ 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) ที่รวมไปถึงวิธีการเป็นผู้ประกอบการ หรือ Entrepreneurship ก็นับเป็นทักษะที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตเช่นกัน

(2) Competencies กลุ่มทักษะที่ต้องนำมาใช้ใน “การจัดการกับปัญหา” เป็นทักษะสำคัญที่ใช้ร่วมกันในการวิเคราะห์ปัญหาให้ถูกจุด (Critical Thinking) สร้างวิธีการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Creativity) รวมทั้งสื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่น (Communication & Collaboration) เพื่อแก้ปัญหานั้นให้ได้ กลุ่มทักษะนี้มักถูกเรียกรวม ๆ ว่า “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 ให้เกิดขึ้นกับตัวเองจนเป็นคนที่มีคิดดีมีเหตุผล เก่งพูดสื่อสารเข้าใจถูกต้อง ส่งผลสู่การดำรงชีวิตจริงเป็นผู้มีนวัตกรรมและเชี่ยวชาญในการคิด พูด ทำ แบ่งปัน สังคม ทำให้เกิดการใช้เครื่องมือที่สำคัญเพื่อเสริมทักษะของวิศวกรสังคมให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น ได้แก่ กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ซึ่งมีเป้าหมายอยู่ที่จุดศูนย์กลางของขั้นตอนที่ 3 การสร้างความคิด (Ideate) จะเป็นกระบวนการสร้างศักยภาพโดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ โดยมีกระบวนการเชื่อมโยงกัน ตั้งแต่ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ (Empathize) กำหนดกรอบโจทย์ปัญหา (Define) การสร้างความคิดให้มีตัวแบบที่ดี (Ideate) การสร้างต้นแบบ (Prototype) และนำไปสู่การทดลองทดสอบในสังคม (Test) ซึ่งเครื่องมือกระบวนการคิดเชิงออกแบบจึงมีใช้เน้นที่ผลิตภัณฑ์ในการแก้ไขปัญหาให้ดีขึ้นด้วยหลากหลายความรู้ ความชำนาญ สรรพวิชา ต่าง ๆ มาร่วมกันทำงาน คิด เขียน วาดภาพ ร้อยเรียงเป็นภาพผังเพื่อสร้างธุรกิจโดยการเชื่อมโยงกับตัวแบบจำลอง ธุรกิจ (Lean-Business model canvas) เหมาะสำหรับคนที่ต้องการทำธุรกิจใหม่ ๆ SMEs สตาร์ทอัพ (Startup) หรือผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ด้วยการใช้เครื่องมือที่เน้นความเข้าใจภาพรวมของธุรกิจ วางเชิงกลยุทธ์ กำหนดแผนการใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่าให้กับลูกค้าตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้พื้นที่ 9 ช่อง 1 หน้ากระดาษ 20 นาที จะสามารถรู้จริงในสิ่งที่ต้องการทำธุรกิจ SMEs สตาร์ทอัพ (Startup) เพราะ สตาร์ทอัพ (Startup) เป็นธุรกิจใหม่ที่เกิดขึ้นจากความคิดใหม่ ไอเดียใหม่ ๆ แล้วทำไอเดียสู่การสร้างนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมา ออกสู่ตลาดเพื่อสร้างเป็นโมเดลธุรกิจ ดังนั้นสตาร์ทอัพที่ดีจึงต้องไม่หยุดคิด ไม่หยุดพัฒนา ไม่หยุดท้าทายความสามารถของตนเอง ทำให้สะท้อนความเป็นผู้ดำรงชีวิตอยู่ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยหรือที่เรียกว่า ไทยแลนด์ 4.0 ท่ามกลางกระแสโลกของศตวรรษที่ 21 นั้นนักศึกษาวิศวกรสังคมจึงต้องอาศัยหัวใจที่สำคัญที่สุดของทักษะชีวิตของผู้คนในศตวรรษที่ 21 (21st-century skills) คือ “มนุษย์ต้องเรียนรู้การเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอด” ซึ่งจะพบ 9 ทักษะชีวิตในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ (1) การคิดดีมีเหตุผล (2) การคำนวณ (3) ภาษาสื่อสาร (4) นวัตกรรม เทคโนโลยี (5) วิถีสังคมวัฒนธรรม (6) การเรียนรู้การเปลี่ยนแปลง (7) ผู้นำ-ผู้ตาม (8) ความจริงของชีวิต 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) เป็นเครื่องมือสำคัญของการทำสตาร์ทอัพอย่างไร?
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

ภาษาไทย

- เกริก บุญโยธิน. (2562). “Intergeneration Family” อยู่ร่วมกันหลายช่วงวัย เปิดเทรนด์สร้างสุขแบบอินฟินิตี้ สานความสุขทุกเจนเนอร์เรชั่น. 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 ด้วยศาสตร์แห่งพระราชาสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน. เอกสารการวิเคราะห์ทุนการสร้างรูปแบบลวดลายจาก 3 มหัตถจริยของแผ่นดิน SEP for SDGs ด้วยศาสตร์แห่งพระราชาสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ของสาขาวิชาเทคโนโลยีแพชชั่นและสิ่งทอ วิทยาลัยอาชีวศึกษาอุดรธานี.
- 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, 7(1), 124-137.
- ชนินทร เพ็ญสุตร. (2561). สตาร์ทอัพไทยแลนด์: กรณีศึกษาสตาร์ทอัพในจังหวัดเชียงใหม่. บทความวิชาการวารสารพัฒนศาสตร์, 1(1), 253-291.
- ชื่นฤทัย กาญจนนะจิตรา, วาสนา อิมเอ็ม. (2544). นวัตกรรมสังคม : การให้ความหมายและลักษณะกิจกรรมในประเทศไทย. สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข. <https://kb.hsri.or.th/dspace/handle/11228/1247?locale-attribute=th>
- ณฤทธิ วรพงษ์ดี. (2562). Set Your Startup Business Guide เริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ด้วย Design Thinking และ Lean Canvas. กรุงเทพฯ: ฝ่ายพัฒนาความรู้ผู้ประกอบการ ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน (TSI) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ทวีภัทร บุญพริกสวัสดิ์. (2561). **นวัตกรรมสังคม : ลักษณะ กระบวนการและรูปแบบในด้านต่างๆ**.
<https://www.youthinnovation.org/wp-content/uploads/2018/02/%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A1.pdf>
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS**. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามัญปิซิเนสเซอร์แอนดี้.
- ธีรวัฒน์ เหล่าสมบัติ. (2562). **นวัตกรรมเพื่อสังคม (Social Innovation)**. ฝ่ายนวัตกรรมเพื่อสังคม สังกัดงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน). <https://social.nia.or.th/2019/article0001/>
- นุชจรี กิจวรรณ. (2561). **กระบวนการคิดเชิงออกแบบ : มุมมองใหม่ของระบบสุขภาพไทย**. *วารสารสภาการพยาบาล*, 33(1), 5-14.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2535). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาศึกษาศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประภาภรณ์ ติวยานนท์ มงคลวนิช. (2564). **'นวัตกรรมทางสังคมและความยั่งยืน' สิ่งสำคัญที่ตอบโจทย์โลกอนาคตหลังโควิด-19 และสาขาใหม่ของ มธ.ที่เจาะลึกเรื่องนี้**.
<https://www.brandthink.me/content/tu>
- พระราชกฤษฎีกาเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม. (2559). **วิสาหกิจเพื่อสังคม** ในพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 621) พ.ศ. 2559 เล่ม 133 ตอนที่ 76 ก.
- พาศนา ตันชลักษณ์. (2526). **หลักการออกแบบ**. กรุงเทพฯ : พิกัดอักษร.
- ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ. (2563). **การวิจัยและพัฒนาสังคมรากหญ้า เศรษฐกิจภูมิปัญญา ประชาธิปไตยมีส่วนร่วมผสาน นวัตกรรมอีสานบูรณาการท่องเที่ยววัฒนธรรมลดความเหลื่อมล้ำอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด และคณะ. (2564). **การยกระดับศักยภาพกลุ่มอาชีพในชุมชนวัดประหารระบือธรรมตามบริบทชุมชนเมือง กรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: สนับสนุนทุนวิจัยโดยสำนักงานวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด. (2552). **การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนเขตคูสิต กรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- _____. (2561). **การออกแบบลายผ้าขึ้นวิถีวัฒนธรรมคำชะโนดความเชื่อพญานาคด้วยวิธีมัดหมี่สวดลายผ้าทอมือ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- _____. (2562). **บุพปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในครอบครัวของหมู่บ้านต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียง**. วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- _____. (2564). **นวัตกรรมการบริหารจัดการการมีส่วนร่วมเครือข่ายชุมชนเมืองกรุงเทพมหานครเพื่อการท่องเที่ยวระดับโลก**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด. (2564). **นวัตกรรม วิถีพัฒนา ภูมิปัญญาภูมิพัฒนา**. กรุงเทพฯ: ดีวิทย.
- มูลนิธิชัยพัฒนา. (2549). **กั้นน้ำชัยพัฒนา**. กรุงเทพฯ: กรมประปานครหลวง
- มูลนิธิชัยพัฒนา. (2550). **เศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (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.
- เรวัต ตันตยานนท์. (2559). **นวัตกรรมสังคม – Social Innovation**. กรุงเทพฯธุรกิจ.
<https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/112618>
- วิจารณ์ พานิช. (2555). **วิถีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์.
- วิจารณ์ พานิช. (2556). **การสร้างการเรียนรู้สู่ศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ: ส.เจริญการพิมพ์.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2527). **ศิลปะร่วมสมัย**. กรุงเทพฯ: วิมอลอาร์ต.
- วีรญาอร เหลืองบริบูรณ์. (2564). **นวัตกรรม คือ อะไร?** สืบค้นเมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://www.schoolofchangemakers.com/knowledge/28953/>
- ศศิวัลย์ พูลสวัสดิ์ และคณะ. (2562). **การศึกษาบทบาทและแนวทางการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมในกลุ่มธุรกิจขนาดย่อม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. งานวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี. (2542). **“เทคโนโลยีนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ” การประชุมวิชาการ สวทช. ประจำปี 2542** สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ระหว่างวันที่ 30 มีนาคม ถึง 1 เมษายน 2542 ณ ศูนย์ประชุมสหประชาชาติ. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พัทธพงศ์ วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทน์ฉาย และประกอบ คุปรัตน์. (2553). **นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญ ต่อการเป็นผู้ประกอบการ. ในวารสารบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 33(128), 49-65.**
- สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2560). **Thailand 4.0 ขับเคลื่อนอนาคตสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน. วารสาร “ไทยคู่ฟ้า”, (33), 1-44.**
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). **พระมหากษัตริย์นักพัฒนา เพื่อประโยชน์สุขสู่ปวงประชา**. กรุงเทพฯ: ศูนย์การพิมพ์เพชรรุ่ง.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2548). **สุดยอดนวัตกรรมไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักงาน นวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม. (2564). **ความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคม** ปันแบรนด์ชุมชน **สู่ตลาดสากล**. สืบค้นวันที่ 12 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://www.osep.or.th>
- สิทธิศักดิ์ ธัญศรีสวัสดิ์กุล. (2529). **การออกแบบลวดลาย**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- อารี สุทธิพันธุ์. (2527). **การออกแบบ**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- MICE Intelligence Team. (2563). **Social Innovation นวัตกรรมทางสังคมกับบทบาทที่กำลังมีอิทธิพลมากขึ้นต่ออุตสาหกรรมไมซ์ในยุคดิจิทัล**.
<https://intelligence.buinesseventsthailand.com/en/blog/social-innovation>
- The Social Enterprise Fund, Inc. (SEF). (2564). **วิสาหกิจเพื่อสังคม**. สืบค้นวันที่ 11 พฤศจิกายน 2564 จาก http://www.socialenterprisefund.org/about_us_2.html

ภาษาอังกฤษ

- Abdoun, A. & Ibrahim, J. (2018). Business Model Canvas, the Lean Canvas and the Strategy Sketch: Comparison, *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 9(1), 871-889.
- Barone, A. (2020). **Social Enterprise**. Retrieved from <https://www.investopedia.com/terms/s/social-enterprise.asp>
- Bevlin, M. E. (1980). **Design through Discovery**. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Blank, S. (2010). “**What’s A Startup? First Principles**”. Retrieved from <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>
- Brown, T. (2008). **Design thinking**. *Harv Bus Rev*, 86(6), 84.
- Brown, T. (2009). **Change by Design**. New York: Harper Collins Publisher.
- Cox M. (2015). **Design thinking in healthcare**. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/281408556_Design_Thinking_in_Healthcare
- Cox M. (2016). **The role of design thinking in innovation**. Retrieved from <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**. Retrieved from <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**. Retrieved from <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.
- Mulgan G., Tucker S., Ali R., and Sanders, B. (2007). **Social Innovation: What Is It, Why It Matters, and How It can be Accelerated**.
<http://www.youngfoundation.org/publications/reports/social-innovation-what-it-why-it-matters-how-it-can-be-accelerated-march-2007>
- OECD. (2023). **Social Innovation**. <https://www.oecd.org/regional/leed/social-innovation.htm#:~:text=Social%20innovation%20refers%20to%20the,wellbeing%20of%20individuals%20and%20communities>.
- Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). (2003). **Annual Report 2003**. Retrieved from <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.
- Pitipornvivat, M. (2021). **21st-Century Skill**, Retrieved from <https://corporate.baseplayhouse.co/21st-century-skill>
- 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**. Retrieved from <https://www.weforum.org/agenda/2016/03/21st-century-skills-future-jobs-students/>
- Stanford d.school. (2021). **Steps of Design Thinking Stanford University**. Retrieved from <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.
- Vianna M. et al. (2012). **Design thinking: business innovation**. Rio de Janeiro: MJV Press.
- Wimot, T. M. (2003). **The Dynamics of Visioning and Social innovation: A Grounded Theory Study of the Impact of Appreciative Inquiry in Sustaining Long-Term Organizational Change** [Unpublication Doctoral Dissertation]. Case Western Reserve University.