



SET Social Impact SE101 @ GE

Thai *GE*network
เครือข่ายการศึกษาทั่วไปแห่งประเทศไทย



คู่มือการสอน รายวิชาศึกษาทั่วไป

วิชา ผู้ประกอบการทางสังคม

โครงการผู้ประกอบการทางสังคมระดับอุดมศึกษา
Social Enterprise (SE)@General Education (GE)
ภายใต้โครงการ SET SE101@University

คำแนะนำทำงาน

ในช่วงระยะเวลา 10 กว่าปีที่ผ่านมา การประกอบธุรกิจเพื่อสังคม ได้รับความสนใจในประเทศไทย มากยิ่งขึ้น มาตรการภาครัฐเองก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจเพื่อสังคมเกิดใหม่จำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงปี 2551-2560 ธุรกิจเพื่อสังคมยังเป็นหนึ่งในแนวทางการแก้ไขปัญหาสังคมผ่านรูปแบบการดำเนิน กิจกรรมทางธุรกิจเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตาม สังคมไทยในปัจจุบันองค์ความรู้ด้าน ผู้ประกอบการทางสังคมยังไม่เป็นที่แพร่หลายนัก สาธารณชนและคนทั่วไปจำนวนไม่น้อยขาดความเข้าใจ เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจเพื่อสังคม พิจารณาได้จากจำนวนผู้ประกอบการทางสังคมในปัจจุบันที่มีน้อยราย เช่นเดียวกันกับองค์ความรู้ด้านดังกล่าวที่ยังไม่ใช่รายวิชาที่สามารถหาได้ทั่วไปในสถานศึกษา แต่จำเป็นต้องเรียน ศาสตร์เฉพาะทาง หรือเข้าศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมผ่านการบรรยายพิเศษในโอกาสต่าง ๆ

คณะทำงานเห็นความสำคัญของประเด็นดังกล่าว และมีความเห็นว่า การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจที่ มีต่อการประกอบธุรกิจเพื่อสังคม ตลอดจนทัศนคติของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม เป็นองค์ความรู้ และทักษะที่ผู้เรียนตลอดจนคนทั่วไปควรมีติดตัวในปัจจุบัน และต้องไม่ใช่เพียงแค่การให้ความรู้ความเข้าใจที่ ถูกต้องเท่านั้น องค์ความรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมจะต้องสามารถเข้าถึงได้โดยทั่วไป เป็นหนึ่งใน ความรู้พื้นฐานที่ผู้คนในสังคมควรมี เพื่อให้สามารถเพิ่มแนวโน้มการเกิดขึ้นของผู้ประกอบการทางสังคมที่มี ศักยภาพในสังคมไทยได้ รายวิชาศึกษาทั่วไป “วิชาผู้ประกอบการทางสังคม” จึงได้รับการจัดตั้งขึ้นด้วย วัตถุประสงค์ดังกล่าว ด้วยการรวบรวมความรู้จากตำรา เอกสารวิชาการ กรณีศึกษาจากแหล่งที่เชื่อถือได้ ตลอดจนการบอกเล่าประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้คู่มือรายวิชานี้มีความสมบูรณ์เหมาะสมกับผู้เรียน มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าของผู้เรียนเอง คณะทำงานยังได้แนะนำสื่อ การเรียนการสอนที่เป็นประโยชน์ เหมาะสมกับเนื้อหาการเรียนไว้ด้วย

คณะทำงานหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือการสอนรายวิชาศึกษาทั่วไป “วิชาผู้ประกอบการทางสังคม” ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สอนที่มีความต้องการนำรายวิชานี้ไปประยุกต์ใช้ เพื่อจัดการเรียนการสอนที่ เหมาะสมกับแต่ละองค์กรหรือมหาวิทยาลัย ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน ทั้งนักศึกษา และผู้เรียน โดยทั่วไป ที่จะมีความรู้ความเข้าใจทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม ตลอดจนมีความเข้าใจในเครื่องมือ ในการประกอบธุรกิจ และสามารถประยุกต์เครื่องมือเหล่านั้นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร่วมกับแก้ไข ปัญหาสังคมต่อไปได้

คณะทำงาน

สารบัญ

คำนำคณะกรรมการ.....	ก
คำชี้แจงคู่มือ	1
เกี่ยวกับรายวิชา	2
วัตถุประสงค์	2
เค้าโครงรายวิชา.....	2
การประเมินผลของรายวิชา	5
สัดส่วนคะแนนแต่ละสัปดาห์.....	6
สัปดาห์ที่ 1:.....	9
แนะนำรายวิชาและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับความยั่งยืน.....	9
สัปดาห์ที่ 2:.....	26
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม.....	26
สัปดาห์ที่ 3:.....	44
รูปแบบโมเดลธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม	44
สัปดาห์ที่ 4:.....	64
การส่งเสริมผู้ประกอบการทางสังคมผ่านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	64
สัปดาห์ที่ 5:.....	82
กระบวนการคิดเชิงระบบเพื่อการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม	82
สัปดาห์ที่ 6:.....	97
เครื่องมือการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคม และการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม	97
สำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม.....	97
สัปดาห์ที่ 7:.....	113
ฝึกปฏิบัติการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง	113
สัปดาห์ที่ 8:.....	119

นำเสนองานกลุ่มครั้งที่ 1.....	119
สัปดาห์ที่ 9:.....	124
การสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และการประเมินผลการดำเนินงานเพื่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ.....	124
สัปดาห์ที่ 10:.....	136
การประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment; SIA).....	136
สัปดาห์ที่ 11:.....	150
การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment; SROI).....	150
สัปดาห์ที่ 12:.....	161
แผนภาพโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas; BMC) สำหรับธุรกิจเพื่อสังคม.....	161
สัปดาห์ที่ 13:.....	184
การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ของ BMC จากกรณีศึกษา.....	184
สัปดาห์ที่ 14:.....	192
การพัฒนา BMC ของธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง	192
สัปดาห์ที่ 15:.....	199
นำเสนองานกลุ่มครั้งที่ 2 รวมถึงทบทวนและสรุปบทเรียน.....	199
ภาคผนวก	208

คำชี้แจงคู่มือ

คู่มือการสอน รายวิชาการศึกษาทั่วไป วิชาผู้ประกอบการทางสังคม เหมาะสำหรับการเรียนรู้ของผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา จัดทำเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้สอนได้นำไปประกอบการสอน ซึ่งมุ่งเน้นการกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ เปิดโอกาสในการแลกเปลี่ยนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ โดยผู้สอนจะมีบทบาทหลักสำคัญดังต่อไปนี้

- (1) ผู้สอนควรศึกษาคู่มืออย่างครบถ้วนและนำเนื้อหาไปประยุกต์ใช้เพื่อจัดแผนการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับบริบทของอัตลักษณ์มหาวิทยาลัย และ/หรือจำนวนของผู้เรียนในชั้นเรียน
- (2) ในรายวิชานี้เหมาะกับการสอนแบบกลุ่ม (Team – based teaching) เนื่องจากเนื้อหา มีลักษณะของการประยุกต์เอาสหสาขาวิชาการ (Multi – disciplinary) เข้ามาบูรณาการเพื่อส่งเสริมทักษะของความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม ผู้สอนจึงอาจพิจารณาให้มีการจัดการเรียนการสอนแบบมีทีมผู้สอนมากกว่า 1 คนได้
- (3) ก่อนเริ่มการเรียนการสอนผู้สอนจะต้องเตรียมความพร้อมในเนื้อหาที่ต้องบรรยาย รวมถึงชุดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ได้แนะนำไว้ในคู่มือ
- (4) ผู้สอนจะต้องชี้แจงให้ผู้เรียนทราบถึงขั้นตอนและวิธีการในการสอนอย่างชัดเจน รวมถึงทำการสรุปบทเรียนในแต่ละสัปดาห์อย่างละเอียดตามแนวทางที่คู่มือนี้ได้ให้ไว้
- (5) ระหว่างการสอนผู้สอนควรสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เรียนอย่างใกล้ชิด โดยอาจพิจารณาให้มีผู้ช่วยสอน (Teaching Assistant) หากชั้นเรียนมีจำนวนผู้เรียนมาก เนื่องจากรายวิชาดังกล่าวมีเป้าหมายในการจัดการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วม (Active Learning) โดยมีผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Student – Centered) จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนให้เกิดขึ้นได้
- (6) ผู้สอนควรกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในชั้นเรียนอย่างสม่ำเสมอ
- (7) ผู้สอนควรบันทึกคะแนนเพื่อประเมินผลตามแผนการเรียนการสอนที่วางไว้ และทำการสรุปผลการประเมินเพื่อสะท้อนผลการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนให้เป็นปัจจุบันสม่ำเสมอ

เกี่ยวกับรายวิชา (about the course)

การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีผู้ให้ความสนใจอย่างมากในโลก เนื่องจากการเล็งเห็นของสังคมในประโยชน์จากการดำเนินธุรกิจที่ไม่ได้มีเป้าหมายทางการเงินเป็นหลัก แต่หากเป็นธุรกิจที่มีเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นสาระสำคัญ ถึงแม้ว่าการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะได้รับการยอมรับและคาดหวังจากสังคมอย่างมากในปัจจุบัน แต่ในประเทศไทยนั้นยังคงมีผู้ประกอบการเพื่อสังคมไม่มากนักเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการธุรกิจกระแสหลัก

Social entrepreneurship has gained a lot of interest around the world, due to society's perception of the benefits of running a business that is not primarily financial. Rather, it is a business with the goal of social change essentially. Although social entrepreneurship is widely accepted and expected by society today, but in Thailand, there are still few social entrepreneurs compared to mainstream entrepreneurs.

วัตถุประสงค์

วิชา การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurship) ได้รับการจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจที่ผู้เรียนมีต่อการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม โดยการให้ความรู้ความเข้าใจนิยามของการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม การใช้เครื่องมือ และองค์ความรู้ในการส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคมให้ประสบความสำเร็จ ผู้เรียนจะได้รับการเสริมสร้างทักษะทางธุรกิจ ตลอดจนเรียนรู้ประยุกต์ใช้เครื่องมือในการส่งเสริมธุรกิจให้ประสบความสำเร็จไปควบคู่ไปกับการแก้ไขปัญหาและรับผิดชอบต่อสังคมไปพร้อม ๆ กัน ดังนั้น วัตถุประสงค์ของวิชานี้จึงไม่ได้เป็นเพียงแค่การส่งเสริมให้ผู้เรียนมีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่มีศักยภาพในอนาคตเท่านั้น แต่มีขึ้นเพื่อเสริมสร้างความเป็นมนุษย์ให้สมบูรณ์ มีความรอบรู้อย่างกว้างขวาง มีทักษะในการคิดวิเคราะห์ เข้าใจคุณค่าของตนเอง ผู้อื่น สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเห็นมีความเข้าใจว่า การประกอบธุรกิจที่ประสบความสำเร็จควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคมและเปลี่ยนแปลงแก้ไขปัญหาสังคม มีกระบวนการอย่างไร เพื่อส่งเสริมศักยภาพในอนาคตของผู้เรียน

เค้าโครงรายวิชา

สัปดาห์ที่ 1: แนะนำรายวิชาและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับความยั่งยืน

สัปดาห์ที่ 2: ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม

สัปดาห์ที่ 3: รูปแบบโมเดลธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม

สัปดาห์ที่ 4: การส่งเสริมผู้ประกอบการทางสังคมผ่านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

สัปดาห์ที่ 5: กระบวนการคิดเชิงระบบเพื่อการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม

สัปดาห์ที่ 6: เครื่องมือการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคมและการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมสำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม

สัปดาห์ที่ 7: ฝึกปฏิบัติการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง

สัปดาห์ที่ 8: นำเสนองานกลุ่มครั้งที่ 1

สัปดาห์ที่ 9: การสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการประเมินผลการดำเนินงานเพื่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ

สัปดาห์ที่ 10: การประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment; SIA)

สัปดาห์ที่ 11: การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment; SROI)

สัปดาห์ที่ 12: แผนภาพโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas; BMC) สำหรับธุรกิจเพื่อสังคม

สัปดาห์ที่ 13: การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ของ BMC จากกรณีศึกษา

สัปดาห์ที่ 14: การพัฒนา BMC ของธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง

สัปดาห์ที่ 15: นำเสนองานกลุ่มครั้งที่ 2 รวมถึงทบทวนและสรุปบทเรียน

ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่คาดหวังในแต่ละหัวข้อ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurship) ที่คาดหวัง ในแต่ละหัวข้อ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ด้านความรู้

- 1.1) สามารถอธิบายแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการด้านการประกอบการเพื่อสังคม
- 1.2) สามารถนำความรู้และเครื่องมือทางการประกอบการเพื่อสังคมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตหรือการประกอบอาชีพได้
- 1.3) สามารถนำเสนองานที่มีการบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาการ

2) ด้านทักษะ

- 2.1) มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาชีพ ที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจและแก้ปัญหาทางสังคม รวมถึงสถานการณ์ทั่วไป
- 2.2) สามารถสืบค้น ประเมินข้อมูลจากหลายแหล่งและมีประสิทธิภาพด้วยตนเองเพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการใช้งานตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ
- 2.3) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รู้จักเลือกและใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับปัญหาและกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน

3) ด้านจริยธรรม

- 3.1) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 3.2) มีจิตสำนึก และพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนอย่างมีคุณธรรม
- 3.3) สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพผู้ประกอบการทางสังคม

4) ด้านลักษณะบุคคล

- 4.1) สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ
- 4.2) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี
- 4.3) มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมงาน

การประเมินผลของรายวิชา
มีการกำหนดสัดส่วนคะแนน ดังนี้

กิจกรรม	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล (ร้อยละ)	แนวทางการคำนวณคะแนน
1) การมีส่วนร่วมรายบุคคล	○ ให้คะแนนผ่านแบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)	ทุกสัปดาห์	10	ผู้เรียนจะได้คะแนนสัปดาห์ละ 10 คะแนน (แทนค่าด้วย X) มาคูณกับ 15 และหารด้วย 15 อีกครั้ง เพื่อให้ได้คะแนน 10 คะแนน (คะแนนเต็มคือ 150) สูตร: $(X \times 15) \div 15$ หมายเหตุ: X แทนคะแนนที่ผู้เรียนได้
2) การให้กรณีศึกษา	○ ทดสอบย่อย (quiz)/ แบบสะท้อนคิด (Reflection)	2-3,5,13	10	ตามเกณฑ์ที่ระบุไว้ในตารางการทดสอบย่อยประจำสัปดาห์
3) การฝึกปฏิบัติ	○ สอบปฏิบัติการผ่านการสัมภาษณ์ผู้เรียนรายบุคคล	7,14	20	สัปดาห์ละ 10 คะแนน
4) การอภิปรายกลุ่ม	○ ให้คะแนนผ่านแบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)	1,4,6,9 – 10,13 – 15	10	ผู้เรียนจะได้คะแนนสัปดาห์ละ 10 คะแนน การอภิปรายมี 7 สัปดาห์ให้นำคะแนนที่ได้ (แทนค่าด้วย X) มาคูณกับ 7 และหารด้วย 7 อีกครั้ง เพื่อให้

กิจกรรม	วิธีการประเมินผล	สัปดาห์ที่ประเมิน	สัดส่วนของการประเมินผล (ร้อยละ)	แนวทางการคำนวณคะแนน
				ได้คะแนน 10 คะแนน (คะแนนเต็มคือ 70) สูตร: $(X \times 7) \div 7$ หมายเหตุ: X แทนคะแนน ที่ผู้เรียนได้
5) การให้การบ้านและแบบฝึกหัด	○ การบ้านและแบบฝึกหัดเดี่ยว	7,12	15	สัปดาห์ที่ 7 ให้ 10 คะแนน สัปดาห์ 12 ให้ 5 คะแนน ตามรายละเอียดที่ระบุไว้
6) การนำเสนอ งานกลุ่ม	○ ประเมินคุณภาพ จากการพัฒนา โครงการกลุ่ม	8,15	35	สัปดาห์ที่ 8 ให้ 15 คะแนน สัปดาห์ที่ 15 ให้ 20 คะแนน ตามรายละเอียดที่ระบุไว้

สัดส่วนคะแนนแต่ละสัปดาห์

รายชื่อสัปดาห์ที่ประเมินผล	สัดส่วนคะแนน (ร้อยละ)
สัปดาห์ที่ 1: แนะนำรายวิชาและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับความยั่งยืน	2
สัปดาห์ที่ 2: ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม	4
สัปดาห์ที่ 3: รูปแบบโมเดลธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม	4
สัปดาห์ที่ 4: การส่งเสริมผู้ประกอบการทางสังคมผ่านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	2
สัปดาห์ที่ 5: กระบวนการคิดเชิงระบบเพื่อการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม	3
สัปดาห์ที่ 6: เครื่องมือการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคมและการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมสำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม	2

รายชื่อสัปดาห์ที่ประเมินผล	สัดส่วนคะแนน (ร้อยละ)
สัปดาห์ที่ 7: ฝึกปฏิบัติการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง	21
สัปดาห์ที่ 8: นำเสนองานกลุ่มครั้งที่ 1	16
สัปดาห์ที่ 9: การสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการประเมินผล การดำเนินงานเพื่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ	2
สัปดาห์ที่ 10: การประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment; SIA)	2
สัปดาห์ที่ 11: การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment; SROI)	1
สัปดาห์ที่ 12: แผนภาพโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas; BMC) สำหรับธุรกิจเพื่อสังคม	6
สัปดาห์ที่ 13: การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ของ BMC จากกรณีศึกษา	4
สัปดาห์ที่ 14: การพัฒนา BMC ของธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง	11
สัปดาห์ที่ 15: นำเสนองานกลุ่มครั้งที่ 2 รวมถึงทบทวนและสรุป บทเรียน	22
รวมทั้งสิ้น	100.00

หมายเหตุ: สัดส่วนคะแนนโดยประมาณ ตัวเลขดังกล่าวมาจากการใช้โปรแกรมอัตโนมัติ (Microsoft Excel) ในการปัดเศษ ดังนั้นตัวเลขที่ปรากฏจึงเป็นตัวเลขค่าประมาณ ทำให้ผลรวมที่ได้จริงของช่องสัดส่วนคะแนนโดยประมาณ เกินร้อยละ 100 ไป อย่างไรก็ตาม หากผู้สอนคิดสัดส่วนคะแนนตามที่ระบุไว้ในแต่ละสัปดาห์ คะแนนในช่องรวมจะเป็นร้อยละ 100 พอดี หรือหากผู้สอนต้องการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม ผู้สอนสามารถปรับสัดส่วนคะแนนได้ตามดุลยพินิจของท่านเช่นเดียวกัน

โดยมีเกณฑ์การตัดเกรด ดังต่อไปนี้

ร้อยละ 80 ขึ้นไป	ระดับการเรียน	A	4.00
ร้อยละ 75-79	ระดับการเรียน	B+	3.50
ร้อยละ 70-74	ระดับการเรียน	B	3.00
ร้อยละ 65-69	ระดับการเรียน	C+	2.50
ร้อยละ 60-64	ระดับการเรียน	C	2.00
ร้อยละ 55-59	ระดับการเรียน	D+	1.50
ร้อยละ 50-54	ระดับการเรียน	D	1.00
ต่ำกว่าร้อยละ 50	ระดับการเรียน	F	0.00

ทั้งนี้ผู้สอนสามารถปรับเปลี่ยนเกณฑ์ในการประเมินผลให้เหมาะสมกับสถาบันของท่านได้

สัปดาห์ที่ 1:
แนะนำรายวิชาและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับความยั่งยืน

สัปดาห์ที่ 1: แนะนำรายวิชาและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับความยั่งยืน

ชื่อเนื้อหาประจำสัปดาห์

แนะนำรายวิชาและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับความยั่งยืน

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) สามารถอธิบายแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการด้านการประกอบการเพื่อสังคม
- 2) สามารถนำความรู้และเครื่องมือทางการประกอบการเพื่อสังคมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตหรือการประกอบอาชีพได้
- 3) มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาชีพ ที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ และแก้ปัญหาทางสังคม รวมถึงสถานการณ์ทั่วไป
- 4) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี

กิจกรรมการเรียนการสอน

หัวข้อ	จำนวน นาทีที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
แนะนำรายวิชา	10	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย
ละลายพฤติกรรม	10	การละลาย พฤติกรรมผ่าน การเล่นเกม 9 ช่อง	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยายและแจก กระดาษเกมให้ ผู้เรียน

หัวข้อ	จำนวน นาทีที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
ความหมายและนิยาม ของความยั่งยืน	10	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย
แนวคิดและทฤษฎีที่ เกี่ยวข้องกับความ ยั่งยืน	15	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย
เป้าหมายแห่งความ ยั่งยืนของ สหประชาชาติ	15	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย
การเป็นส่วนหนึ่งของ พลเมืองแห่งความ ยั่งยืน	60	การอภิปราย กลุ่มในกิจกรรม “เราจะเป็น พลเมืองแห่ง ความยั่งยืนได้ อย่างไร”	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	Flip Chart

งานมอบหมาย

ไม่มี

เนื้อหาการบรรยาย

เนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับความยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วย ความหมายและนิยามของความยั่งยืน แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน เป้าหมายแห่งความยั่งยืนของสหประชาชาติ และการเป็นส่วนหนึ่งของพลเมืองแห่งความยั่งยืน เนื้อหาในบทนี้จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจและตระหนักถึงเป้าหมายของความยั่งยืนทั้ง 17 ประการของสหประชาชาติ

ความหมายและนิยามของความยั่งยืน

ความหมายและนิยามของความยั่งยืนนั้นมีความแตกต่างกันออกไป โดยขึ้นอยู่กับบริบทที่นำมาประยุกต์ใช้อย่างมาก และการนำไปใช้นั้นก็ขึ้นอยู่กับมุมมองทางนิเวศวิทยา สังคม หรือเศรษฐกิจ โดยทั่วไปแล้วความยั่งยืน ให้ความหมายถึงแนวทางใหม่ในการพัฒนาโลก ซึ่งมีแนวทางทั้งการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่นึกถึงอนาคตโลกและคนรุ่นหลังในทุก ๆ แง่มุมไม่ว่าจะเป็นแง่มุมของธรรมชาติทรัพยากรมนุษย์หรือทรัพยากรทางสังคมเพื่อให้โลกสามารถดำเนินต่อไปได้ (Shearman, 1990) อย่างไรก็ตาม ในปี ค.ศ. 1987 คณะกรรมการ United Nations Brundtland ได้นิยามความยั่งยืนว่า “การตอบสนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่กระทบต่อความสามารถของคนรุ่นต่อไปในอนาคตที่จะตอบสนองความต้องการของพวกเขาเอง” ในปัจจุบันมีประเทศกำลังพัฒนาจำนวนถึง 140 แห่งทั่วโลกที่แสวงหาวิธีที่จะตอบสนองความต้องการด้านการพัฒนาของพวกเขา แต่ด้วยภัยคุกคามที่เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยคุกคามรูปแบบต่าง ๆ จึงทำให้ทุกประเทศต้องร่วมมือและพยายามสร้างความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้แน่ใจว่าการพัฒนาในปัจจุบันจะไม่ส่งผลกระทบในทางลบต่อคนรุ่นต่อไปในอนาคต (United Nations, n.d.)



รูป The Brundtland Report

ที่มา: Routledge (2017)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน

ตามการรายงานในปี ค.ศ. 1972 เกิดการคาดการณ์ที่แสดงข้อกังวลถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจของโลกอย่างรวดเร็ว ซึ่งการเติบโตอย่างรวดเร็วนี้อาจนำมาซึ่งหายนะทางสิ่งแวดล้อม

การเติบโตทางเศรษฐกิจได้มีการนำเอาทรัพยากรของโลกมาใช้ในการผลิต ซึ่งในช่วงปี ค.ศ. 1950 – 1980 ได้มีการนำเอาทรัพยากรทั้งป่าไม้ สัตว์ทะเล ความอุดมสมบูรณ์ของดิน ความหลากหลายทางชีวภาพ มาใช้อย่างล้นหลาม โลกธุรกิจสามารถนำทรัพยากรมาใช้อย่างไรก็ได้โดยไม่ต้องรับผิดชอบผลกระทบภายนอก (Externalities) ที่จะเกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้แนวคิดเรื่องความยั่งยืน (Sustainability) จึงถูกพูดถึงและเป็นเป้าหมายของการทำงานอย่างกว้างขวาง โดยแนวคิดเรื่องความยั่งยืนเป็นแนวคิดที่ได้รับการเพาะปลูกอยู่ทุกหนทุกแห่ง แต่ผลกระทบของแนวคิดนี้เริ่มต้นขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมในช่วงต้นยุค ค.ศ. 2000 (Kidd, 1992)

หลักจากที่คำว่าความยั่งยืนได้ถูกพูดถึงทั่วไปทุกที่ในปี ค.ศ. 1987 หนังสือ Our Common Future ได้รับการตีพิมพ์และนำเสนอแนวคิด “การพัฒนาที่ยั่งยืน” โดยการพัฒนาที่ยั่งยืนนี้หมายถึงการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการในปัจจุบันได้โดยไม่ลดทอนความสามารถของคนรุ่นหลังในการตอบสนองความต้องการของพวกเขาเอง (Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.) หนังสือดังกล่าวได้เน้นย้ำถึงประเด็นสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมของโลก และได้นำเสนอแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยระบุว่า วิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่กำลังเกิดขึ้นในโลกนี้มีความเชื่อมโยงกันและมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายในสังคมโลกในการปรึกษาหารือและตัดสินใจเพื่อก้าวไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนร่วมกัน อย่างไรก็ตามคำว่า 'การพัฒนาที่ยั่งยืน' นี้ถูกนำไปใช้กับการพิจารณาด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่า และดูเหมือนว่าจะเป็นปรากฏการณ์ของมนุษย์ที่ต้องกังวลเกี่ยวกับภัยพิบัติในอนาคต (เช่น ภาวะโลกร้อน) มากกว่าในปัจจุบัน (Brundtland, 1987)



รูป หนังสือ Our Common Future
ที่มา: Sustainable Realities (2016)

องค์ประกอบหนึ่งที่เป็นจุดเปลี่ยนและทำให้สังคมตระหนักถึงภาวะโลกร้อน คือ สารคดีเรื่อง “An Inconvenient Truth” ของ Al Gore’s ในปี 2006 ภาพยนตร์สารคดีชุดนี้ได้ใช้ศักยภาพในการนำเสนอ (และมีการพากย์ประกอบการฉายสไลด์) โดยอัลกอร์ได้นำเสนอถึงวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในส่วนต่าง ๆ ของโลก เขาได้พยากรณ์ถึงสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป และหายนะที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดช่วงเวลาที่เขายังมีชีวิตอยู่ หลังจากสารคดีดังกล่าว การดูแลแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับภาวะโลกร้อนก็กลายเป็นเรื่องที่ยิ่งใหญ่ขึ้นและได้รับความสนใจในวงกว้างมากขึ้น (Gore, 2006)



รูป สารคดีเรื่อง “An Inconvenient Truth” ของ Al Gore’s
ที่มา: NHBS (2017)

เป้าหมายแห่งความยั่งยืนของสหประชาชาติ

ในปัจจุบัน United Nation หรือสหประชาชาติได้มีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals; SDGs) ขึ้น 17 ประการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 มิติ ได้แก่ มิติสังคม (People) มิติเศรษฐกิจ (Prosperity) มิติสิ่งแวดล้อม (Planet) มิติสันติภาพและสถาบัน (Peace) และมิติหุ้นส่วนการพัฒนา (Partnership) ทั้ง 17 ข้อ 5 มิติ ล้วนแล้วแต่เป็นเป้าหมายสำคัญที่ทุกคนในโลกควรเรียนรู้ ให้ความสนใจ และร่วมกันพัฒนา เพื่อที่จะสามารถนำไปสู่การแก้ไขปัญหาสังคมและพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนได้อย่างแท้จริง โดยเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 17 ประการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



รูป Sustainable Development Goals: SDGs 17 เป้าหมาย

ที่มา: United Nation Thailand (2015)

- 1) เป้าหมายที่ 1 ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่ โดยมีเป้าประสงค์ดังต่อไปนี้
- 2) เป้าหมายที่ 2 ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหารและยกระดับโภชนาการ และส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน
- 3) เป้าหมายที่ 3 สร้างหลักประกันว่าคนมีชีวิตที่มีสุขภาพดีและส่งเสริมสวัสดิภาพสำหรับทุกคนในทุกวัย
- 4) เป้าหมายที่ 4 สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- 5) เป้าหมายที่ 5 บรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศและให้อำนาจของผู้หญิงและเด็กทุกคน
- 6) เป้าหมายที่ 6 สร้างหลักประกันว่าจะมีการจัดให้มีน้ำและสุขอนามัยสำหรับทุกคน และมีการบริหารจัดการที่ยั่งยืน
- 7) เป้าหมายที่ 7 สร้างหลักประกันว่าทุกคนเข้าถึงพลังงานสมัยใหม่ในราคาที่สามารถซื้อหาได้ เชื่อถือได้ และยั่งยืน
- 8) เป้าหมายที่ 8 ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่และมีผลิตภาพ และการมีงานที่สมควรสำหรับทุกคน
- 9) เป้าหมายที่ 9 สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความทนทาน ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมและยั่งยืน และส่งเสริมนวัตกรรม
- 10) เป้าหมายที่ 10 ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ
- 11) เป้าหมายที่ 11 ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความครอบคลุม ปลอดภัย มีภูมิคุ้มกัน และยั่งยืน

- 12) เป้าหมายที่ 12 สร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน
- 13) เป้าหมายที่ 13 ปฏิบัติการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น
- 14) เป้าหมายที่ 14 อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร ทะเล และทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
- 15) เป้าหมายที่ 15 ปกป้อง พื้นฟู และสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน จัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน ต่อสู้การกลายสภาพเป็นทะเลทราย หยุดการเสื่อมโทรมของที่ดินและฟื้นสภาพกลับมาใหม่ และหยุดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ
- 16) เป้าหมายที่ 16 ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบ และครอบคลุมในระดับ
- 17) เป้าหมายที่ 17 เสริมความเข้มแข็งให้แก่งlobalizationและฟื้นฟูสภาพหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน

เป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) 17 เป้าหมายข้างต้นนั้นครอบคลุมทั้งในมิติการพัฒนาทางสังคม ทางเศรษฐกิจ และทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งทั้งสามมิติเป็นพื้นฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ โดยเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนตั้งอยู่บนปัจจัยพื้นฐาน 6 ประการ ดังต่อไปนี้

- 1) ศักดิ์ศรี: เพื่อยุติความยากจนและต่อสู้กับความเหลื่อมล้ำ (dignity: to end poverty and fight inequalities) หมายถึง การแก้ไขปัญหาความยากจนและความไม่เท่าเทียมกันให้หมดไปภายในปี ค.ศ.2030 ทั้งยังต้องส่งเสริม สิทธิสตรีและเด็ก ส่งเสริมโอกาสในการทำงาน รับฟังความคิดเห็น และเน้นการมีส่วนร่วมจากคนทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นผู้หญิง เด็ก วัยรุ่น ผู้สูงอายุ ชนกลุ่มน้อย หรือผู้ลี้ภัย และผู้พลัดถิ่นงานเหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศ
- 2) ผู้คน: เพื่อให้ทุกคนมีสุขภาพดี มีการศึกษา และเข้าถึงสตรี และเด็ก (people: to ensure healthy lives, knowledge and the inclusion of women and children) หมายถึงการพัฒนาโดยมีคนเป็นศูนย์กลางมี พื้นฐานมาจากการเคารพสิทธิมนุษยชน เน้นการมีสุขภาพ นัยที่ดีและโอกาสในการศึกษาที่ไม่เลือกปฏิบัติต่อสตรีและ เด็ก รวมทั้งบริการด้านการเงิน และการมีสิทธิในการถือครองที่ดิน

- 3) ความมั่งคั่ง: เพื่อการเจริญเติบโตที่เข้มแข็ง มีเศรษฐกิจที่ ทัวถึงและเปลี่ยนแปลง (prosperity: to grow a strong, inclusive and transformative economy) หมายถึง ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจของคนทุกกลุ่ม การที่ทุกคนมี โอกาสเข้าถึงการจ้างงานและสวัสดิการทางสังคม โดย ภาครัฐและเอกชนควรคำนึงถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 4) โลก: เพื่อปกป้องระบบนิเวศสำหรับทุกสังคมและเด็ก (planet: to protect our ecosystems for all societies and our children) หมายถึงการร่วมกัน หาทางออกต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ การ รักษาความหลากหลายทางชีวภาพ การใช้ประโยชน์ในที่ดิน อย่างยั่งยืน การรักษาพันธุ์พืชสัตว์ป่า ไม่ตัดไม้ทำลายป่า และเตรียมพร้อมรับมือต่อสถานการณ์ภัยพิบัติ
- 5) ความยุติธรรม: เพื่อส่งเสริมสังคมให้มั่นคงปลอดภัย มี สันติภาพ และมีสถาบันที่เข้มแข็ง (justice: to promote safe and peaceful societies and strong institutions) หมายถึง การให้ความเคารพในหลักนิติ ธรรมและกระบวนการยุติธรรมที่เคารพสิทธิและยึดมั่นใน ผลประโยชน์ของทุกกลุ่ม
- 6) ความเป็นหุ้นส่วน: เพื่อเร่งให้เกิดความเป็นปึกแผ่นของ โลกในการร่วมกันพัฒนาอย่าง ยั่งยืน (partnership: to catalyze global solidarity for sustainable development) หมายถึง การได้รับการสนับสนุนจาก ภาครัฐและเอกชน ผ่านทาง การค้า การลงทุน การเก็บภาษี โดยเน้นความร่วมมือระหว่างประเทศ

การเป็นส่วนหนึ่งของพลเมืองแห่งความยั่งยืน

จากข้อมูลเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ทั้ง 17 เป้าหมาย ผู้สอนจะแนะนำ การอภิปรายกลุ่มในกิจกรรม “เราจะเป็นพลเมืองแห่งความยั่งยืนได้อย่างไร” ที่จะให้ผู้เรียนได้ระดมสมองว่าเราจะเป็นพลเมืองแห่งความยั่งยืนได้อย่างไร โดยที่สอดคล้องกับเป้าหมายแห่งการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้ง 17 ประการ ทั้งนี้รายละเอียดของกิจกรรมเป็นไปตามใบกิจกรรมด้านล่าง

ใบกิจกรรมที่ 1.1

ชื่อกิจกรรม: “ละลายพฤติกรรม รู้จักกันผ่านเกม 9 ช่อง”

ระยะเวลา: 10 นาที

สาระสำคัญ:

เมื่อเริ่มการเรียนการสอนเป็นครั้งแรกจำเป็นต้องมีกิจกรรมให้ผู้เรียนและผู้สอนร่วมทำความรู้จักและละลายพฤติกรรมร่วมกัน โดยกิจกรรม “ละลายพฤติกรรม รู้จักกันผ่านเกม 9 ช่อง” มีสาระสำคัญเพื่อให้เกิดการลดบรรยากาศความตึงเครียดและไม่รู้จักซึ่งกันและกันในห้องเรียน และนอกจากจะลดความตึงเครียดให้คนรู้จักกันผ่านการทำความรู้จักคนใหม่ ๆ ให้ครบ 9 ช่องตามที่ระบุกล่าวคือ ผู้เรียนต้องไปทักทายและทำความรู้จักเพื่อนใหม่โดยถามหาว่า “ใคร.....” ตามที่ปรากฏในแต่ละช่องและบันทึกชื่อเพื่อนให้ครบ 9 ช่อง 9 คน ยังมีความสอดคล้องกับเป้าหมายความยั่งยืนที่สอดแทรกใน 9 ช่องที่ต้องทำความรู้จักกัน ดังนั้น นอกจากจะละลายพฤติกรรมเพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเรียนการสอนร่วมกันยังได้ปูพื้นฐานเพื่อเข้าสู่เนื้อหา

วัตถุประสงค์ของการเรียนรู้:

- 1) เพื่อปรับพฤติกรรมและสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนในชั้นเรียน
- 2) เพื่ออธิบายความเป็นมาและความสำคัญของรายวิชา

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม:

ขั้นตอน	ระยะเวลา
1) อภิปรายกติกาการเล่นและแจกกระดาษเกม 9 ช่องให้ผู้เรียน (สามารถนำตาราง 9 ช่องไปพิมพ์เพื่อแจกให้ผู้เรียนร่วมกิจกรรม)	2 นาที
2) ให้ผู้เรียนลุกขึ้นยืนและทำความรู้จักเพื่อนร่วมเรียนให้ครบทั้ง 9 ช่อง โดยใครทำเสร็จครบก่อน 9 ช่องจึงกลับมานั่งตามที่เดิมของตน	6 นาที
3) สรุปกิจกรรม	2 นาที

เคยกานอาหารหมดจาน	ปิดน้ำ ปิดไฟเมื่อไม่ใช้งาน	ไม่ดูถูกผู้อื่น ไม่ว่าจะเพศใดก็ตาม
เสียภาษี (VAT 7% เมื่อซื้อของ)	ไม่ทิ้งขยะลงที่ห้ามทิ้ง	ไม่ซื้อเสื้อผ้าตามเทรน
ไม่รับถุงพลาสติก จากร้านค้า	ตั้งใจเรียน	ไม่ซื้อของใหม่ ๆ เมื่อของ เดิมยังใช้ได้อยู่

รูป เกม 9 ช่อง

ที่มา: คณะทำงาน (2022)

การประเมินผลกิจกรรม:

ผู้สอนประเมินผลการละลายพฤติกรรมโดยร่วมสร้างบรรยากาศให้ในห้องเรียนเกิดความเป็นมิตรต่อกัน เชิญชวนให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมต่อกิจกรรม โดยการประเมินผลกิจกรรมคือ ผู้เรียนทั้งหมดสามารถทำความรู้จักคนใหม่ ๆ ได้ครบ 9 คนตามที่ปรากฏ 9 ช่อง

การสรุปกิจกรรม:

การละลายพฤติกรรมผ่านเกม 9 ช่องจะช่วยให้ผู้เรียนเกิดการทำความรู้จักซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นเพื่อนที่จะร่วมเรียนไปอีกหลายสัปดาห์หรือต่อไปในอนาคต การทำความรู้จักกันจะช่วยลดบรรยากาศความตึงเครียดจากเนื้อหาการเรียนการสอนได้ และได้ปูพื้นฐานว่าแต่ละช่องที่ได้ทำความรู้จักกันเกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่จะเรียนต่อไป

ใบกิจกรรม ที่ 1.2

ชื่อกิจกรรม: “เราจะเป็นพลเมืองแห่งความยั่งยืนได้อย่างไร”

ระยะเวลา: 60 นาที

สาระสำคัญ:

เป้าหมายแห่งความยั่งยืนทั้ง 17 ประการ เป็นหนุุดหมายหลักของความยั่งยืนของโลกตั้งแต่ปี 2015 – 2030 อย่างไรก็ตามเป้าหมายดังกล่าวเป็นเป้าหมายที่ถูกมองว่าสามารถร่วมดำเนินการได้ในระดับองค์กรเท่านั้น ปัจจุบันบุคคลมากมายมองไม่เห็นความเชื่อมโยงต่อเป้าหมายสำคัญเหล่านี้ ซึ่งแท้จริงแล้วเป้าหมายแห่งความยั่งยืนนั้นต้องอาศัยความร่วมมือตั้งแต่ในระดับปัจเจกบุคคลจึงจะสามารถเข้าใจความสำเร็จได้ การสร้างพลเมืองที่มีความรู้ความเข้าใจในเป้าหมายแห่งความยั่งยืนจึงเป็นจุดคานงัดหนึ่งที่จะทำให้เป้าหมายทั้ง 17 บรรลุเป้าหมายได้

วัตถุประสงค์ของการเรียนรู้:

- 1) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงพฤติกรรมในชีวิตประจำวันของตนกับเป้าหมายความยั่งยืนทั้ง 17 ประการ
- 2) เพื่อสร้างกติกาในห้องเรียนเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองแห่งความยั่งยืน

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม:

ขั้นตอน	ระยะเวลา
1) ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มเป็น 4 กลุ่ม ตามความสมัครใจของผู้เรียน	5 นาที
2) สมาชิกกลุ่มทั้ง 4 ร่วมกันระดมสมองเพื่อแสดงตัวอย่างพฤติกรรมของพลเมืองที่ผู้เรียนเห็นว่าสอดคล้องกับเป้าหมายความยั่งยืนทั้ง 17 ประการได้ เช่น ทิ้งเครื่องตรวจ ATK อย่างถูกวิธี สอดคล้องกับ เป้าหมายข้อที่ 12 แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน ไม่ข่มเหงรังแกเพื่อนร่วมชั้นทั้งทางร่างกายและจิตใจ รวมถึงการช่วยตักเตือนและยุติเหตุการณ์ดังกล่าวหากพบเห็น สอดคล้องกับ เป้าหมายข้อที่ 16 สังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยก แต่ ละกลุ่มสรุปแนวคิดของตนลงบน Flip Chart	15 นาที
3) เมื่อหมดเวลากลุ่มที่สามารถระดมสมองได้สอดคล้องกับเป้าหมายความยั่งยืนทั้ง 17 ประการมากที่สุด นำเสนอพฤติกรรมของพลเมืองแห่งความยั่งยืนที่กลุ่มระดมสมองมาได้	10 นาที

ขั้นตอน	ระยะเวลา
4) ตัวแทนกลุ่มอีก 3 กลุ่ม นำเสนอพฤติกรรมของพลเมืองแห่งความยั่งยืนที่แตกต่างกันออกไป	15 นาที
5) ผู้เรียนร่วมกันแลกเปลี่ยนอุปสรรคของการเป็นพลเมืองแห่งความยั่งยืนและร่วมกันสร้างแนวทางในการสร้างพลเมืองแห่งความยั่งยืนในห้องเรียน	10 นาที
6) สรุปกิจกรรม	5 นาที

การประเมินผลกิจกรรม:

ผู้สอนประเมินผลความเข้าใจในเรื่องของความยั่งยืนและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในชีวิตประจำวันเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายแห่งความยั่งยืนทั้ง 17 ประการ รวมทั้งการออกแบบกฎกติกาที่จะส่งเสริมความเป็นพลเมืองแห่งความยั่งยืนร่วมกันในชั้นเรียน

การสรุปกิจกรรม:

การเป็นพลเมืองแห่งความยั่งยืนนั้นสามารถทำได้ทุกคนด้วยวิธีและรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งไม่จำเป็นจะต้องทำได้ทุกข้อตามเป้าหมายทั้ง 17 ประการที่ได้กำหนดไว้ ความสำคัญอยู่ที่การที่ทุกคนมีความพยายามในการร่วมสร้างการเปลี่ยนแปลงภายใต้เป้าหมายความยั่งยืนในรูปแบบที่ตนเองทำได้ และพร้อมเข้าร่วมกับพลเมืองคนอื่น ๆ ในการส่งเสริม สนับสนุน การดำเนินงานที่สอดคล้องกับความยั่งยืนหากมีโอกาส

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การมีส่วนร่วมรายบุคคล” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

เลขที่	ชื่อ - สกุล	รายการ					
		รับผิดชอบงาน ที่ได้รับมอบหมาย (2 คะแนน)	รับฟัง ความคิดเห็น ของผู้อื่น (2 คะแนน)	นำเสนอผลงาน ที่น่าสนใจ (2 คะแนน)	มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ (2 คะแนน)	ทำงานเสร็จ ตามเวลาที่กำหนด (2 คะแนน)	รวม (10)

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การอภิปรายกลุ่ม” โดยทางคณะกรรมการได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สื่อและแหล่งเรียนรู้

คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. (ม.ป.ป.). เป้าหมาย SDGs 17 ประการ.

<https://thailand.un.org/th/sdgs>

สหประชาชาติประเทศไทย. (ม.ป.ป.). งานของเราเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในประเทศไทย.

<https://science.mahidol.ac.th/sdgs/sdgs-17/>

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). BCG Model ความเป็นมา.

<https://www.bcg.in.th/background/>

SDGs Thailand. (5 กุมภาพันธ์ 2564). ความรู้เกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=qbdJIheGgXU>

set socialimpact. (13 กุมภาพันธ์ 2564). ศิญาณี หิรัญสาส์: Ep1 SET SE101 Online Offering ความรู้เบื้องต้นการลงทุนทางสังคมและธุรกิจเพื่อสังคม [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=D3qN9F77Aco&t=486s>

SET Sustainable Capital Market Development. (ม.ป.ป.). หลักสูตร E-Learning ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. <https://www.setsustainability.com/libraries/907/item/-e-learning>

SET Sustainable Capital Market Development. (ม.ป.ป.). S01: การกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจ (Sustainability Commitment).

<https://www.setsustainability.com/trainings/46/s01-e-learning-sustainability-commitment>

SET Sustainable Capital Market Development. (ม.ป.ป.). S03: การกำหนดกลยุทธ์และวิธีการดำเนินงานด้านความยั่งยืนขององค์กร. <https://www.setsustainability.com/trainings/48/s03-e-learning-sustainability-strategy-and-initiative>

SET Sustainable Capital Market Development. (ม.ป.ป.). SUSTAINABLE BUSINESS DEVELOPMENT ROADMAP: STEP 4 มุ่งสู่ธุรกิจยั่งยืน.

<https://www.setsustainability.com/libraries/1045/item/sustainable-business-development-roadmap-step-4>

SET Thailand. (14 พฤษภาคม 2564). หลักสูตร P01 ตอนที่ 1 Why is corporate sustainability important? [video]. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=jFdoeshkb_E&list=PL0tIXHTArVHvhXGuICFZOKDp99vwx3YGs

United Nations. (n.d.). *Do you know all 17 SDGs?*. <https://sdgs.un.org/goals>

เอกสารอ้างอิง

Brundtland, G. H. (1987). Our common future—Call for action. *Environmental Conservation*, 14(4), 291-294.

Gore, A. (2006). *An inconvenient truth: The planetary emergency of global warming and what we can do about it*. Rodale.

Kidd, C. V. (1992). The evolution of sustainability. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 5(1), 1-26.

Shearman, R. (1990). The meaning and ethics of sustainability. *Environmental management*, 14(1), 1-8.

United Nations Thailand. (2015). *Sustainable Development Goals*. The United Nations in Thailand. <https://thailand.un.org/en>

United Nations. (n.d.). *Sustainability*. <https://www.un.org/en/academic-impact/sustainability>

SDGs Thailand. (2565). ความรู้เกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (*Sustainable Development Goals: SDGs*). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=qbdJIheGgXU>

เอกสารประกอบการอ่านเพิ่มเติม

วิภาภรณ์ ชัยรัตน์. (๒๕๕๙). รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน. สืบค้นจาก http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2559-2560/PDF/wpa_8229/ALL.pdf

วิลาสินี ยนต์วิทย์. (๒๕๕๙). การดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของสมดุลแห่งสังคมเพื่อความยั่งยืน. สืบค้นจาก http://acad.vru.ac.th/Journal/journal%206_2/6_2_14.pdf

The background of the page is a bright yellow color with a torn paper effect. The top edge is jagged and uneven, and the bottom edge also has a torn, irregular appearance. The central text is positioned in the middle of the white space between these yellow borders.

สัปดาห์ที่ 2:

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม

สัปดาห์ที่ 2: ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม

ชื่อเนื้อหาประจำสัปดาห์

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) สามารถอธิบายแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการด้านการประกอบการเพื่อสังคม
- 2) สามารถนำความรู้และเครื่องมือทางการประกอบการเพื่อสังคมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต หรือการประกอบอาชีพได้
- 3) มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพผู้ประกอบการทางสังคม

กิจกรรมการเรียนการสอน

หัวข้อ	จำนวนนาทีที่ใช้สอน	กิจกรรม หรือเทคนิคการสอน	การวัดผลและการประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
นิยาม ความหมาย และคุณลักษณะสำคัญของธุรกิจเพื่อสังคม	20	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน	สไลด์ประกอบการบรรยาย
นวัตกรรมทางสังคมและธุรกิจเพื่อสังคม	30	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน	สไลด์ประกอบการบรรยาย
บทบาทของธุรกิจเพื่อสังคมในระบบเศรษฐกิจ	15	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน	สไลด์ประกอบการบรรยาย
จริยธรรมและธรรมาภิบาลสำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม	25	การบรรยายและการให้กรณีศึกษา “ผู้ประกอบการเพื่อสังคม”	ทดสอบย่อย (quiz)/แบบสะท้อนคิด (Reflection)	สไลด์ประกอบการบรรยาย
นิเวศวิทยาของธุรกิจเพื่อสังคม	30	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน	สไลด์ประกอบการบรรยาย

งานมอบหมาย

ศึกษาตัวอย่างโมเดลธุรกิจเพื่อสังคมเพิ่มเติมได้ที่

- 1) <https://www.setsocialimpact.com/Article/Detail/77662>
- 2) <https://www.setsocialimpact.com/Article/Detail/77665>
- 3) <https://www.setsocialimpact.com/Article/Detail/77666>
- 4) <https://www.setsocialimpact.com/Article/Detail/77670>

เนื้อหาการบรรยาย

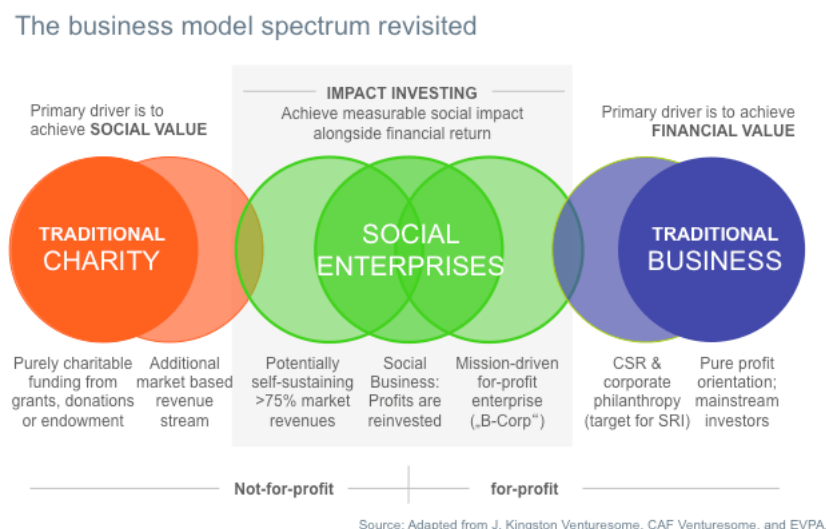
เนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งประกอบไปด้วย นิยาม ความหมาย และคุณลักษณะสำคัญของธุรกิจเพื่อสังคม นวัตกรรมทางสังคมและธุรกิจเพื่อสังคม บทบาทของธุรกิจเพื่อสังคมในระบบเศรษฐกิจ จริยธรรมและธรรมาภิบาลสำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม และนิเวศวิทยาของธุรกิจเพื่อสังคม เนื้อหาในบทนี้จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจถึงธุรกิจเพื่อสังคมได้ดียิ่งขึ้น

นิยาม ความหมาย และคุณลักษณะสำคัญของธุรกิจเพื่อสังคม

“วิสาหกิจเพื่อสังคม” มีความหมายตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ว่า บริษัท ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือนิติบุคคลอื่น ที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายสินค้า หรือการบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการ และได้รับการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัตินี้ การจดทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคม มีสองประเภท ได้แก่ (1) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น และ (2) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น ซึ่งวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นตาม (3) ให้สามารถดำเนินการจัดตั้งห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลหรือบริษัทจำกัด ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ หรือบริษัทมหาชนจำกัด ตามกฎหมายว่าด้วยบริษัทมหาชนจำกัด ได้ โดยถือว่าวัตถุประสงค์ในการนำผลกำไรไปใช้เพื่อสังคม เป็นการแบ่งปันกำไรพึงได้แต่กิจการที่ทำนั้น (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ.2562, น.33)

แนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) ประกอบด้วย Enterprise คือ การประกอบการ หรือเรียกว่า “วิสาหกิจ” กับคำว่า Social คือ “สังคม” และเมื่อนำคำดังกล่าวมารวมกันจึงเกิดคำใหม่ว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ซึ่งหมายถึง การประกอบการเพื่อสังคม โดยวิสาหกิจเพื่อสังคมมีจุดเริ่มต้นจากการพัฒนาในช่วงกลางทศวรรษที่ 19 โดยกลุ่มแรงงานชาวบ้าน ผู้ประกอบการ และคนในสังคมที่ประสบกับปัญหา และผลกระทบที่เกิดจากการพัฒนาเศรษฐกิจและการใช้ระบบการค้าที่ใช้ทุนแข่งขันกัน ทั้งนี้ เนื่องจากเป็น

ปัญหาที่มีผลกระทบในวงกว้างต่อหลาย ๆ ประเทศ จึงทำให้แนวคิดกิจการเพื่อสังคมถูกนำมาปรับใช้เพื่อแก้ปัญหาทางสังคมหลากหลายแหล่งในเวลาไล่เลี่ยกัน อาทิ กิจการเพื่อสังคมในประเทศอังกฤษ หรือกลุ่มประเทศในยุโรป เป็นลักษณะการรวมกลุ่มแรงงานชาวบ้าน หรือเกษตรกร ในรูปแบบของสหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) องค์กรอาสาสมัคร (Enterprising Voluntary Organization) ในการแก้ปัญหารายได้ หรือการถูกเอาเปรียบในสังคม ในขณะที่ค่านิยมและรูปแบบของกิจการเพื่อสังคมของประเทศสหรัฐอเมริกามีรากฐานจากองค์กรไม่แสวงหากำไร หรือองค์กรสาธารณประโยชน์ จึงทำให้คำจำกัดความและลักษณะของกิจการเพื่อสังคมมีความหลากหลาย ไม่ชัดเจนแปรผันตามผู้พัฒนาและการปรับใช้เพื่อแก้ปัญหาในแต่ละแห่ง (โกศล ดีศีลธรรม, 2554; ชวลิต โรจนานนท์, 2558; อภิญา เอียดจัญ, 2555; Galera & Borzaga, 2009; Bidet & Eum, 2011; Defourny & Kim, 2011; Granados et al, 2011) อีกทั้งยังเป็นกิจการที่มีจุดมุ่งหมายหลักในการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยใช้กลไกการบริหารจัดการที่ดีของภาคธุรกิจมาบวกกับความรู้และนวัตกรรมสังคม ซึ่งมีความยั่งยืนทางการเงินจากรายได้หลักที่มาจากสินค้าหรือบริการ โดยไม่ต้องพึ่งพาเงินบริจาค และนำผลกำไรที่เกิดขึ้นไปลงทุนซ้ำเพื่อขยายผลกระทบทางสังคมที่เกิดขึ้น (สำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ, 2557 ก.)



รูป คำนิยมและรูปแบบของกิจการเพื่อสังคม

ที่มา: medium (2016)

นอกจากนี้ การกล่าวถึงนิยามและความหมายของคำว่า วิสาหกิจเพื่อสังคม ยังมีความทับซ้อนกับกิจการเพื่อสังคม หรือ ธุรกิจเพื่อสังคม ตามรูปแบบการดำเนินการที่หน่วยงานนั้น ๆ นำไปปรับใช้ ทั้งนี้ ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 มีการนิยามความหมายของ “กลุ่มกิจการเพื่อสังคม” ไว้หมายความว่า บุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล ชุมชน หรือนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายสินค้า หรือการบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักของ

กิจการ และได้รับการจัดตั้งเป็นกลุ่มกิจการเพื่อสังคมตามพระราชบัญญัตินี้ (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ.2562, น.33)

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2554 ให้ความหมาย “กิจการเพื่อสังคม” หมายความว่า การที่เอกชนซึ่งเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือชุมชน ได้ประกอบกิจการหรือดำเนินการโดยมีเป้าหมายอย่างชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้น เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก และมีรายได้จากการขาย การผลิตสินค้า หรือการให้บริการ ซึ่งมีได้มุ่งสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการ อีกทั้ง กิจการเพื่อสังคม ยังหมายรวมถึง องค์กรทางสังคมเป็นองค์กรที่ประกอบธุรกิจสินค้าและบริการหรือธุรกิจที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างผลกระทบทางสังคม (Social Impact) และเพื่อประโยชน์ของชุมชนริเริ่มโดยกลุ่มของประชาชนโดยใช้เงินทุนที่มีอยู่อย่างจำกัด สำหรับการบริหารงานที่เป็นอิสระโดยแบกรับความเสี่ยงทางการเงินจากการทำกิจกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งเรียกได้ว่ามีวัตถุประสงค์ทางสังคมเป็นหลัก และนำส่วนเกินที่ได้จากการทำธุรกิจไปลงทุนในชุมชนมากกว่าจะแสวงหากำไร โดยมีปัจจัยหลากหลายทั้งภาคสังคมและรูปแบบธุรกิจ โดยใช้กลยุทธ์ ทางการตลาดเป็นตัวผลักดันให้ องค์กรพัฒนาเพื่อเชื่อมโยงไปสู่การแก้ไข ปัญหาของสังคมได้ (Lewis et al ,2006; Social Enterprise Association, 2014; EMEs European Research Network, 1999)

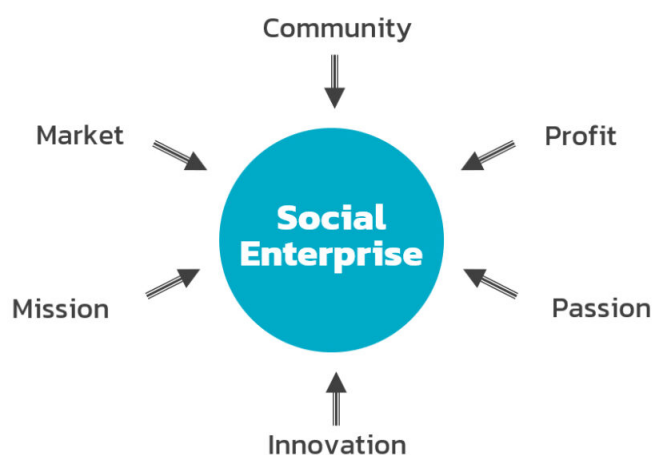
จากนิยามดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า “กิจการเพื่อสังคม” นั้นหมายถึง ธุรกิจที่ประกอบกิจการหรือดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจเหมือนธุรกิจทั่วไป แต่มีจุดมุ่งหมายหลักในการแก้ไขปัญหาทางสังคม โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อม มีการดำเนินการทางการเงิน อาจจะเป็นการทำธุรกิจด้านสินค้าหรือบริการ หรืออาจเป็นการระดมทุน ซึ่งการลงทุนเหล่านี้มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายการดำเนินงานเพื่อสังคมเป็นหลักมากกว่าที่จะเน้นเรื่องผลประโยชน์และกำไรที่จะได้รับ เป็นการดำเนินงานที่เปรียบเสมือนการมาเจอกันตรงกลางของความสมดุล ระหว่างองค์กรสาธารณกุศลที่สร้างประโยชน์แก่สังคม กับภาคธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างผลกำไรเป็นหลัก

นวัตกรรมทางสังคมและธุรกิจเพื่อสังคม

โดยนิยามแล้ว ‘นวัตกรรม’ หมายถึง ความใหม่ที่น่าไปสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการเพื่อประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตประจำวัน และเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม (สมนึก และคณะ, 2553) และ ‘นวัตกรรมสังคม (Social innovation)’ หมายถึง ความใหม่ทางเทคโนโลยี (ทักษะ ประสิทธิภาพ และความรู้) และกระบวนการทางสังคม (กฎ ปทัสถาน และวัฒนธรรม) ที่นำไปสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ และตัวแบบของการจัดการองค์กร และการขับเคลื่อนนโยบาย ที่มุ่งต่อการแก้ไขปัญหาของสังคมที่ไม่เคยได้รับการแก้ไขมาก่อน ทั้งนี้้องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา

(OECD) ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างประเทศที่ทำงานเพื่อสร้างนโยบายที่ดีขึ้นเพื่อชีวิตที่ดีขึ้นได้ให้นิยามของนวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) คือ การออกแบบและการนำวิธีการแก้ไขปัญหาใหม่ ๆ มาใช้งานทั้งในรูปแบบแนวคิด กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ หรือการเปลี่ยนแปลงขององค์กร ซึ่งท้ายที่สุดแล้วมีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงสวัสดิการและความเป็นอยู่ที่ดีของบุคคลและชุมชน (OECD, 2009) โดยนวัตกรรมทางสังคมอาจมีรูปแบบที่แตกต่างกัน นวัตกรรมทางสังคมสามารถอยู่ในรูปแบบของ 1) กระบวนการ 2) ผลิตภัณฑ์ 3) กลไกทางการตลาด 4) การปฏิบัติบทบาทและพฤติกรรม หรือ 5) กระบวนทัศน์และนโยบายใหม่ บ่อยครั้งอาจพบเห็นนวัตกรรมทางสังคมเหล่านี้ประกอบรวมเข้าด้วยกัน โดยต้องสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวก เนื่องจากนวัตกรรมทางสังคมนั้นตรงกันข้ามกับการประดิษฐ์หรือนวัตกรรมแบบดั้งเดิม กล่าวคือ นวัตกรรมทางสังคมไม่ได้ทำขึ้นเพื่อแสวงหาความรู้ใหม่หรือผลกำไรมหาศาล แต่ด้วยความตั้งใจที่จะปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้บรรลุความยุติธรรม ความเท่าเทียม และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในเชิงบวก

จากนิยามของนวัตกรรมข้างต้นจะสามารถสังเกตเห็นได้ว่าธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) ก็สามารถจัดเป็นนวัตกรรมประเภทกระบวนการได้เช่นกัน เนื่องจากธุรกิจเพื่อสังคมเองก็มีวัตถุประสงค์ในการสร้างสรรค์วิธีการแก้ไขปัญหาด้านสังคมเป็นหลักเช่นเดียวกับองค์กรไม่แสวงหากำไร แต่อาจมีการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดรายได้หล่อเลี้ยงองค์กรให้อยู่ได้และเกิดความต่อเนื่อง ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะเป็นการจัดการระหว่าง รายได้ที่เกิดขึ้น (profit) ชุมชน (people) และสิ่งแวดล้อม (planet) ให้มีความสมดุลกัน ด้วยเหตุนี้ธุรกิจเพื่อสังคมจึงเป็นนวัตกรรมทางสังคมรูปแบบหนึ่งที่จะสามารถเข้าช่วยแก้ไขปัญหาสังคมที่ยังไม่เคยได้รับการแก้ไขมาก่อน



รูป แนวคิดความเป็น Social Enterprise
ที่มา popicles (2021)

บทบาทของธุรกิจเพื่อสังคมในระบบเศรษฐกิจ

ภายใต้กรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 “พลิกโฉมประเทศไทยสู่ เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน” (Transformation to Hi-Value and Sustainable Thailand) โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ดำเนินการจัดทำแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 ให้เป็นแผนที่มีความชัดเจนในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาประเทศที่ต้องการมุ่งเน้น โดยเริ่มต้นจากการสังเคราะห์ วิเคราะห์แนวโน้ม พร้อมทั้งผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นทั้งภายในประเทศ ภูมิภาค และระดับโลก เพื่อประเมินความท้าทายและโอกาสในการพัฒนาประเทศไทยภายใต้บริบทเงื่อนไข ข้อจำกัดที่ประเทศไทยต้องเผชิญอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยพิจารณาองค์ประกอบของการพัฒนาประเทศในมิติด้านต่าง ๆ ที่มีความเชื่อมโยงหรือเป็นองค์ประกอบของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ระบุไว้ในยุทธศาสตร์ชาติอย่างรอบด้าน แผนพัฒนาฯ นี้มีจุดหมายการพัฒนาที่กำหนดขึ้นเป็นประเด็นที่มีลักษณะเชิงบูรณาการพัฒนา ซึ่งสามารถนำไปสู่การพัฒนาทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน ทำให้สามารถสนับสนุนเป้าหมายหลักได้มากกว่าหนึ่งข้อ โดยจุดหมายทั้ง 13 ประการแบ่งออกได้เป็น 4 มิติ

ขอบเขตของจุดหมายที่ 7 ภายใต้มิติสังคมแห่งโอกาสและความเสมอภาค (High Opportunity Society) เป็นส่วนหนุนเสริมให้วิสาหกิจเพื่อสังคมขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่องรวมถึงมีบทบาทมากขึ้นในการพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม อาทิ การสร้างการมีส่วนร่วมและกระจายผลประโยชน์จากการดำเนินธุรกิจไปสู่ชุมชน การสร้างงานในกลุ่มผู้ด้อยโอกาสและการพัฒนาสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



รูป 13 จุดหมายภายใต้กรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ที่มา: มูลนิธิวีวีวี (2021)

จริยธรรมและธรรมาภิบาลสำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม

จริยธรรมและธรรมาภิบาลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมนั้นไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญกับผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไปมากนัก ผู้ประกอบการทั้ง 2 รูปแบบธุรกิจต่างต้องมีจริยธรรมและธรรมาภิบาลขั้นพื้นฐานที่จะสามารถดำเนินธุรกิจเพื่อก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกและลดผลกระทบเชิงลบมากที่สุด โดยจริยธรรมในการประกอบอาชีพ หมายถึง กฎเกณฑ์ ข้อปฏิบัติในการประกอบอาชีพ เช่น ความซื่อสัตย์ สุจริต ความเป็นธรรม ความเชื่อถือได้ ความไว้วางใจ ความมีวินัย เป็นต้น ซึ่งจริยธรรมต่างๆ เหล่านี้เราต้องนำมาใช้ในการประกอบอาชีพ และจริยธรรมที่ผู้ประกอบการควรปฏิบัติขั้นพื้นฐานได้แก่ การมีวินัยในการประกอบอาชีพ ความซื่อสัตย์สุจริต ความรับผิดชอบในงานอาชีพ การมีจริยธรรมต่อสิ่งแวดล้อม ชยันหมั่นเพียร ชยันหมั่นเพียร ให้ข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง ดำเนินธุรกิจถูกกฎหมาย มีจรรยาบรรณต่ออาชีพ (Chell et al., 2016)

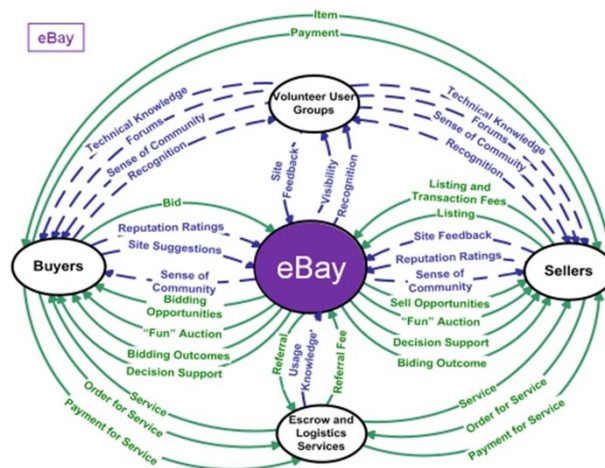
นิเวศวิทยาของธุรกิจเพื่อสังคม

Moore (1993) ได้อธิบายความหมายของคำว่าระบบนิเวศทางธุรกิจไว้ว่า อาจหมายถึงระบบนิเวศในรั้วขององค์กร กล่าวคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย ซัพพลายเออร์หลัก และอาจหมายรวมถึงองค์กรแบบขยาย กล่าวคือ ลูกค้า ลูกค้าของลูกค้า ซัพพลายเออร์ของซัพพลายเออร์หลัก นอกจากนี้ยังสามารถหมายรวมไปถึงกลุ่มที่สามารถสร้างผลกระทบสำคัญต่อธุรกิจหลักได้ เช่น สมาคมธุรกิจการค้า สหภาพแรงงาน นักลงทุน เป็นต้น

Peltoniemi and Vuori (2004) ระบุว่า ความซับซ้อนในระบบนิเวศทางธุรกิจนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องเริ่มต้นจากการเข้าใจพลวัตและการเปลี่ยนแปลงขององค์กรนั้น ๆ ก่อน แล้วจึงทำความเข้าใจความสัมพันธ์และลักษณะของการเชื่อมต่อกันในระบบนิเวศ โดยทำความเข้าใจการก่อตัว วิวัฒนาการ และภาวะการพึ่งพา (formation, evolution and interdependence) พัฒนจาก (1) ระยะที่องค์กรเริ่มมีการบริหารจัดการแบบพึ่งพาตนเองเมื่อเข้าสู่ระบบนิเวศในระยะเริ่มต้น (Self – organization) (2) ระยะที่องค์กรเกิดวิวัฒนาการในการเชื่อมต่อกับองค์กรอื่น ๆ เพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ (Emergence) (3) ระยะที่องค์กรสร้างวิวัฒนาการร่วมกับองค์กรอื่น ๆ เพื่อความอยู่รอดร่วมกันทางธุรกิจ (Co – Evolution) และ (4) ระยะที่องค์กรเกิดการปรับตัวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจ ซึ่งอาจทำได้โดยการปรับเปลี่ยนทิศทางของการพัฒนาปรับตัวตามสภาพแวดล้อม หรือปรับปรุงการวัดผลการปฏิบัติงาน

Moore (1993) แนะนำแนวทางในการพัฒนาแผนที่ระบบนิเวศโดยระบุการสร้างแผนที่แบบกลุ่มนั้นจะได้รับผลลัพธ์ที่มีความละเอียดมากกว่า ขั้นตอนในการพัฒนาแผนที่ระบบนิเวศมี 6 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

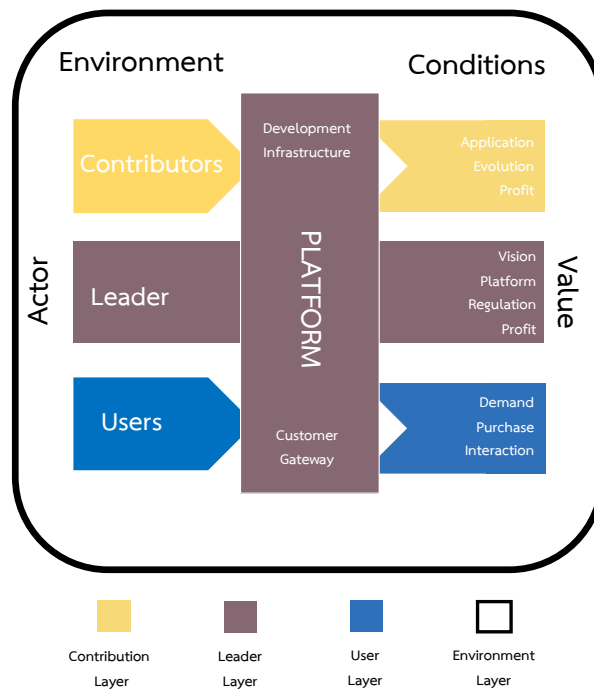
- 1) เริ่มต้นจากการระบุนโยบายขององค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของเรา เช่น เป็นผู้จำหน่าย เป็นผู้ออกกฎหมาย เป็นลูกค้า เป็นต้น
- 2) เพิ่มการอธิบายบทบาทขององค์กรนั้น ๆ อย่างละเอียด เช่น เป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์อะไร เป็นผู้ ออกกฎหมายใด เป็นลูกค้าประเภทใด
- 3) เริ่มสร้างแผนที่โดยการรวมกลุ่มองค์กรที่มีบทบาทเดียวกันไว้ด้วยกัน
- 4) อธิบายปฏิสัมพันธ์ระหว่างบทบาท เช่น ลูกค้าต้องติดต่อใครเพื่อได้รับผลิตภัณฑ์
- 5) เริ่มต้นการวิเคราะห์ระบบนิเวศโดยการตั้งคำถามต่าง ๆ เช่น องค์กรของคุณเล่นบทบาทใดบ้าง ในระบบนิเวศ องค์กรต่าง ๆ มีบทบาทในระบบนิเวศอย่างเท่าเทียมกันหรือไม่ องค์กรของคุณมี ภาวะพึ่งพิงองค์กรใดมากที่สุดในระบบนิเวศ เป็นต้น
- 6) นำแผนที่ที่พัฒนาไปใช้งาน เช่น ใช้ในการวางแผนเพื่อพัฒนาสายผลิตภัณฑ์ใหม่ ภาควิชาใหม่ หรือ วิเคราะห์หาโอกาสอื่น ๆ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร



รูป ตัวอย่างแผนที่ระบบนิเวศทางธุรกิจของ Ebay

(Allee, 2003 อ้างถึงใน Moore, 1993)

ทั้งนี้ แบบจำลองแนวคิดระบบนิเวศทางธุรกิจ ซึ่งเสนอโดย Baghbadorani and Harandi (2012) ประกอบด้วย 4 ชั้น (Layer) ดังแสดงไว้เป็นสี่ที่แตกต่างกัน 4 สีในภาพประกอบด้านล่างนี้ โดยแต่ละชั้นนั้นจะมีการระบุผู้เล่นหลักไว้ทางด้านซ้ายมือของแบบจำลอง และคุณค่าที่ผู้เล่นหลักนั้นสร้างไว้ทางขวามือของแบบจำลอง โดยที่แต่ละชั้นในแบบจำลองจะมีตำแหน่งและบทบาทหน้าที่ของผู้เล่นหลักที่แตกต่างกันระบุไว้



ภาพแบบจำลองแนวคิดระบบนิเวศทางธุรกิจ

ดัดแปลงจากโมเดลของ Baghbadorani and Harandi (2012)

1) ความเป็นผู้นำของระบบนิเวศ (Leadership)

ผู้นำในระบบนิเวศจะถูกระบุตำแหน่งไว้ที่ศูนย์กลางของแบบจำลอง กล่าวคือ ผู้นำ คือ “ผู้มีส่วนสนับสนุนศูนย์กลางของระบบนิเวศ (central contributor)” (Moore, 1993) และมีบทบาทหน้าที่เป็น “ศูนย์รวม (Hub)” ในระบบนิเวศ Zhu and Iansiti (2007) โดยคุณค่าหลักที่ผู้นำในระบบนิเวศทางธุรกิจนำเข้ามาสู่ระบบ คือ แพลตฟอร์มที่ให้พื้นที่แก่หลายภาคส่วนในการทำงานร่วมกันด้วยเครื่องมือและกรอบการดำเนินงานที่เหมาะสมกับการขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อประสิทธิภาพของธุรกิจนั้น Baghbadorani et al. (2012)

2) ผู้มีส่วนสนับสนุนของระบบนิเวศ (Contribution)

องค์กรทั่วไปจะทำหน้าที่เป็นผู้มีส่วนสนับสนุนของระบบนิเวศไม่มากนักน้อย ตั้งแต่หน้าที่ในการออกแบบ พัฒนาผลิตภัณฑ์ การดำเนินงาน การจัดจำหน่าย หรือ การจัดส่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งแต่ละองค์กรจะมีการพึ่งพากันเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจด้วย กลุ่มผู้มีส่วนสนับสนุนจึงทำหน้าที่เป็นทั้งผู้เล่นหลักที่ดำเนินธุรกิจตามกฎหมายและกรอบที่ผู้นำในระบบนิเวศพัฒนาไว้ ซึ่งในขณะเดียวกันก็เป็นผู้ขยายขีดความสามารถของระบบนิเวศไปพร้อมกัน (Moore, 1993) ซึ่งเป็นปกติที่จำนวนของผู้มีส่วน

สนับสนุนของระบบนิเวศทางธุรกิจจะมีจำนวนมากกว่าผู้เล่นในชั้นอื่น ๆ Baghbadorani et al. (2012)

3) ผู้ใช้งานของระบบนิเวศ (Users)

ผู้ใช้งานของระบบนิเวศ คือ ผู้ที่ซื้อสินค้าหรือบริการของธุรกิจจึงเป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุดในระบบนิเวศ เพราะหากขาดกลุ่มผู้ใช้งานของระบบนิเวศไป การสร้างระบบนิเวศที่แข็งแกร่งก็เลยไม่มีความหมาย ยิ่งมีลูกค้ามาก การใช้งานบนแพลตฟอร์มก็จะยิ่งสูงขึ้นด้วย ความคาดหวังของลูกค้าจึงเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างความสำเร็จของแพลตฟอร์ม เนื่องจากลูกค้าก็มีพฤติกรรมในการเลือกใช้แพลตฟอร์มที่มีจำนวนผู้ใช้งานสูง Zhu et al. (2007)

4) สิ่งแวดล้อมของระบบนิเวศ (Environment)

สิ่งแวดล้อมของระบบนิเวศมีบทบาทหลักในการสร้างเงื่อนไขในการดำเนินธุรกิจของระบบนิเวศ Baghbadorani et al. (2012) ได้ทำการจำแนกกลุ่มองค์กรที่มีส่วนในการสร้างสิ่งแวดล้อมของระบบนิเวศไว้ 6 กลุ่ม ได้แก่ (1) สิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic Environment) (2) สิ่งแวดล้อมทางเทคนิค (Technique Environment) (3) สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ (Natural Environment) (4) สิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and cultural Environment) (5) สิ่งแวดล้อมทางกฎหมายและนโยบาย (Law and Policy Environment) และ (6) สิ่งแวดล้อมทางเครดิต (Credit environment)

อย่างไรก็ตาม นิเวศวิทยาของธุรกิจเพื่อสังคม จะประกอบไปด้วยผู้เล่นหลักในระบบนิเวศ (Key Ecosystem Players) องค์กรหนึ่งสามารถเลือกได้ว่าตนเองจะเข้าไปอยู่ในนิเวศวิทยาของธุรกิจเพื่อสังคมได้ในมิติใดบ้าง ซึ่งผู้เล่นหลักในระบบนิเวศของธุรกิจเพื่อสังคม ได้แก่ (1) Entrepreneurs หมายถึงการที่องค์กรเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจเพื่อสังคมเอง โดยอาจมีการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือไม่ก็ได้ เช่น เป็นผู้สร้างผลิตภัณฑ์ เป็นตัวกลางในการซื้อขายผลิตภัณฑ์ เป็นซัพพลายเออร์ เป็นผู้จัดหาแรงงาน ฯลฯ (2) Special Intermediaries หมายถึงการที่องค์กรเป็นตัวกลางพิเศษเพื่อเชื่อมโยงให้เกิดกิจกรรมจำเพาะ เช่น เชื่อมโยงผู้ประกอบการเพื่อสังคมและนักลงทุน เชื่อมโยงให้พบกับผู้บ่มเพาะ หรือ หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งมีบทบาทหน้าที่ตามที่ผู้ประกอบการเพื่อสังคมต้องการการหนุนเสริม หรืออาจเป็นตัวกลางอาจช่วยเรื่องการรวบรวมข้อมูล เช่น เทคโนโลยี นวัตกรรม และข้อมูลต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้ว แต่อยู่อย่างกระจัดกระจายให้เป็นเอกภาพและง่ายต่อการค้นหา (3) Funders หรือ Impact Investors หมายถึงการที่องค์กรเป็นผู้สนับสนุนการเงินหรือการลงทุน เป็นผู้ให้ทุนสนับสนุน ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น จัดประกวดโครงการ SE ให้เงินทุนสนับสนุนตั้งต้นสำหรับ SE ใหม่ๆ ให้เงินทุนเพื่อการขยายผลแก่ SE ที่ดำเนินการสร้างผลลัพธ์ได้อย่างดีเด่นหรือสร้างกลไกในการลงทุนในพื้นที่ เช่น กระตุ้นให้เกิดการจัดซื้อจัดจ้างในพื้นที่ (จัดเวทีพบปะ) ช่วยทำ SE

Catalog ในพื้นที่และประชาสัมพันธ์ไปยังหน่วยงานต่าง ๆ หรือสำรวจนักลงทุนและความสนใจเพื่อประโยชน์ในการปรับตัวของผู้ประกอบการ (4) Academia หรือ Special Supports หมายถึงการที่องค์กรเป็นผู้สนับสนุนความรู้ โดยจัดทำหลักสูตรเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่น หลักสูตรระยะสั้น หลักสูตรปริญญาตรีหรือโท รายวิชาหรือการฝึกงาน เป็นต้น หรือองค์กรรับหน้าที่เป็นศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจเพื่อสังคม จัดให้มีโปรแกรมพี่เลี้ยง สนับสนุนด้านงานวิจัย สนับสนุนด้านสถานที่ หรือสนับสนุนด้านงบประมาณและเงินทุน (5) Infrastructure หมายถึงการที่องค์กรเป็นผู้สร้างโครงสร้างพื้นฐานหลักเพื่อให้ระบบนิเวศของวิสาหกิจเพื่อสังคมเติบโต แข็งแรง อย่างยั่งยืนมากยิ่งขึ้น เช่น กฎหมาย นโยบาย ธรรมเนียม ท้องถิ่น การรวมกลุ่มในท้องถิ่น หรือ การส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้การทำงานในพื้นที่ทำงานมีความราบรื่นมากยิ่งขึ้น

(ตัวอย่าง)

แนวทางการประเมินผลผ่านการทดสอบย่อย (quiz)

แนวทางการทดสอบย่อยหรือเก็บคะแนนเพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมและความสนใจต่อเนื้อหาการเรียนการสอนประจำสัปดาห์ที่ 2 เรื่องความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม เมื่อบรรยายแล้วเสร็จไม่มีกิจกรรมแต่เป็นการถามคำถามเพื่อนำไปประเมินผลว่าภายหลังจากเสร็จสิ้นการเรียน ผู้เรียนมีองค์ความรู้ต่อความรู้ทั่วไปธุรกิจเพื่อสังคมมากน้อยเพียงใด อย่างไรก็ตามแนวทางในการประเมินผลผ่านการทดสอบย่อยเป็นเพียงตัวอย่าง ผู้สอนสามารถปรับใช้ได้ตามดุลยพินิจที่เหมาะสมกับผู้เรียนด้วยตนเอง โดยมีทางเลือกเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้สอนสามารถประเมินผลการมีส่วนร่วมและความสนใจต่อเนื้อหาของผู้เรียนได้อีกหนึ่งรูปแบบคือ แบบสะท้อนคิด ซึ่งจะกล่าวต่อไป โดยแนวทางการถามคำถามเพื่อประเมินผลมีดังนี้

คำถาม	คะแนน	แนวทางการให้คะแนน
1) แนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคม มีที่มาอย่างไร	3	คำถามเพื่อเน้นความเข้าใจหรือทบทวนเนื้อหาตามทฤษฎี โดยคำตอบควรมีองค์ประกอบว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมมีจุดเริ่มต้นโดยกลุ่มแรงงานชาวบ้าน ผู้ประกอบการ และคนในสังคมที่ประสบกับปัญหาและผลกระทบที่เกิดจากการพัฒนาเศรษฐกิจและการใช้ระบบการค้าที่ใช้ทุนแข่งขันกัน เนื่องจากเป็นปัญหาที่มี

คำถาม	คะแนน	แนวทางการให้คะแนน
		ผลกระทบในวงกว้างต่อหลาย ๆ ประเทศ จึงทำให้แนวคิดกิจการเพื่อสังคมถูกนำมาปรับใช้เพื่อแก้ปัญหาทางสังคมหลากหลาย
2) แบบจำลองแนวคิดระบบนิเวศทางที่ประกอบด้วย 4 ชั้น มีอะไรบ้างและมีบทบาทอย่างไร	3	คำถามเพื่อเน้นความเข้าใจหรือทบทวนเนื้อหาตามทฤษฎี โดยคำตอบควรมีองค์ประกอบดังนี้ 1) ความเป็นผู้นำของระบบนิเวศ คือ “ผู้มีส่วนสนับสนุนศูนย์กลางของระบบนิเวศ” และมีบทบาทหน้าที่เป็น “ศูนย์รวม” ในระบบนิเวศ 2) ผู้มีส่วนสนับสนุนของระบบนิเวศ ทำหน้าที่เป็นทั้งผู้เล่นหลักที่ดำเนินธุรกิจตามกฎระเบียบและกรอบที่ผู้นำในระบบนิเวศพัฒนาไว้ ซึ่งในขณะเดียวกันก็เป็นผู้ขยายขีดความสามารถของระบบนิเวศไปพร้อมกัน 3) ผู้ใช้งานของระบบนิเวศ คือ ผู้ที่ซื้อสินค้าหรือบริการของธุรกิจจึงเป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุดในระบบนิเวศ เพราะหากขาดกลุ่มผู้ใช้งานของระบบนิเวศไป การสร้างระบบนิเวศที่แข็งแกร่งก็จะเป็นไปไม่ได้ 4) สิ่งแวดล้อมของระบบนิเวศมีบทบาทหลักในการสร้างเงื่อนไขในการดำเนินธุรกิจของระบบนิเวศ
3) ให้ผู้เรียนเป็นผู้ยกตัวอย่างกรณีศึกษาตามโจทย์ “ธุรกิจใดที่ฉันทำแล้วเป็นธุรกิจเพื่อสังคม” โดยยกตัวอย่างหรือคิดธุรกิจเพื่อสังคมด้วยตนเอง	3	คำถามเพื่อเน้นการวิเคราะห์แนวคำตอบจากการเรียนของผู้เรียน กรณีธุรกิจเพื่อสังคมที่ผู้เรียนยกตัวอย่างมาต้องมีองค์ประกอบดังนี้ 1) มีเป้าหมายเพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคม 2) ไม่มุ่งแสวงหาผลกำไรเพียงอย่าง

คำถาม	คะแนน	แนวทางการให้คะแนน
		เดียว และ 3) ไม่สร้างผลกระทบทางลบให้สังคม

*เมื่อคำนวณคะแนนแล้วเสร็จควรนำคะแนนที่ผู้เรียนได้มาหาร 3 เพื่อให้สัปดาห์นี้ผู้เรียนได้คะแนนการทดสอบย่อยประจำสัปดาห์ที่ 2 จำนวน 3 คะแนน หรือผู้สอนสามารถพิจารณาเป็นข้อละ 1 คะแนนหากไม่ต้องการนำอาหารเพิ่มเติม ในกรณีที่ผู้เรียนมีจำนวนมาก ให้ผู้สอนเป็นผู้พิจารณาแนวทางการให้คะแนนเพื่อให้สะดวกต่อผู้สอนมากที่สุด

(ตัวอย่าง)

แนวทางการประเมินผลผ่านแบบสะท้อนคิด (Reflection)

แนวทางการประเมินผลผู้เรียนผ่านแบบสะท้อนคิดมีขึ้นเพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมและความสนใจต่อเนื้อหาการเรียนการสอนประจำสัปดาห์ที่ 2 เรื่องความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้ผู้สอนที่นอกเหนือไปจากการทดสอบย่อย โดยเมื่อบรรยายแล้วเสร็จควรจัดการประเมินผลผ่านแบบสะท้อนคิดเพื่อนำไปประเมินผลว่าภายหลังจากเสร็จสิ้นการเรียนรู้ว่า ผู้เรียนมีองค์ความรู้ต่อความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคมมากน้อยเพียงใด อย่างไรก็ตามแนวทางการประเมินผลผ่านการทดสอบย่อยเป็นเพียงตัวอย่าง ผู้สอนสามารถปรับใช้ได้ตามดุลยพินิจที่เหมาะสมกับผู้เรียนด้วยตนเอง โดยวัตถุประสงค์ของแบบสะท้อนคิดมุ่งหวังจะช่วยให้ผู้เรียนได้เกิดนำความรู้ทางทฤษฎีที่ได้เรียนมาสู่แนวทางการปฏิบัติได้ ขั้นตอนของแบบสะท้อนคิดเริ่มจากให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มกันตามดุลยพินิจของผู้สอนและกำหนดโจทย์เพื่อการฝึกปฏิบัติ ดังนี้

โจทย์เพื่อการปฏิบัติในแบบสะท้อนคิด	แนวทางการประเมินผลผู้เรียน
เมื่อผู้เรียนแบ่งกลุ่มแล้วเสร็จ ให้ฝึกปฏิบัติผ่านโจทย์ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม โดยให้ร่วมกันคิดและออกแบบตามโจทย์ “เราจะทำอย่างไรให้ร้านข้าวต้มโต้รุ่งกลายเป็นธุรกิจเพื่อสังคม”	ผู้สอนควรพิจารณาการประเมินผลผู้เรียนผ่านคำตอบจากการฝึกปฏิบัติ ดังนี้ ร้านข้าวต้มโต้รุ่งที่ผู้เรียนพัฒนาให้กลายเป็นร้านข้าวต้มในรูปแบบธุรกิจเพื่อสังคมควรมีองค์ประกอบคือ ร้านข้าวต้มโต้รุ่งควร 1) มีเป้าหมายเพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคมในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ฯลฯ เพียงแต่ผู้เรียนต้องอธิบายให้ชัดเจนถึงรูปแบบที่เลือกจะแก้ปัญหา 2) ไม่มุ่งแสวงหาผลกำไรเพียงอย่างเดียว

	ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจทั่วไป และ 3) ไม่สร้างผลกระทบทางลบให้สังคม เมื่อผู้เรียนพัฒนาร้านข้าวต้มได้รุ่มให้กลายเป็นธุรกิจเพื่อสังคมครบองค์ประกอบดังกล่าว ในสัปดาห์นี้ผู้เรียนต้องได้คะแนนประเมินผลเป็นจำนวน 3 คะแนน ผู้สอนสามารถพิจารณาให้องค์ประกอบ 3 อย่างของธุรกิจเพื่อสังคมให้เป็นข้อละ 1 คะแนน อย่างไรก็ตามให้ผู้สอนเป็นผู้พิจารณาแนวทางการให้คะแนนเพื่อให้สะดวกต่อผู้สอนมากที่สุด
--	---

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การมีส่วนร่วมรายบุคคล” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สื่อและแหล่งเรียนรู้

set socialimpact. (13 กุมภาพันธ์ 2564). ศิญาณี หิรัญสาลี: *Ep1 SET SE101 Online Offering ความรู้เบื้องต้นการลงทุนทางสังคมและธุรกิจเพื่อสังคม* [video]. YouTube.
<https://www.youtube.com/watch?v=D3qN9F77Aco&t=486s>

เอกสารอ้างอิง

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562, ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่ม 136 ตอนที่ 67 ก (22 พฤษภาคม 2562): 32-56.

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พัทธ์ฒจ วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทน์ฉาย และประกอบ คุปรัตน์. (2553). นวัตกรรม ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. วารสารบริหารธุรกิจ, คณะ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 33 (128): 49-65

สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ. (2557 ก). ความหมาย และคุณลักษณะของ SE. สืบค้นจาก <http://www.tseo.or.th/about/social-enterprise/means>

Baghbadorani, M. F. and Harandi, A. (2012). A Conceptual model for business ecosystem and implications for future research. International Proceedings of Economics Development and Research 52(17), 82-86.

Chell, E., Spence, L. J., Perrini, F., & Harris, J. D. (2016). Social entrepreneurship and business ethics: Does social equal ethical?. Journal of business ethics, 133(4), 619-625.

Feng Zhu and Marco Iansiti. (2007). Dynamics of platform competition: Exploring the role of installed base. Division of Research, Harvard Business School.

J.F Moore. (1993). Partnering resources. Harvard Business Review.

OECD (2009) Transforming innovation to address social challenge. Retrieved from <https://www.oecd.org/regional/leed/social-innovation.html>

Peltoniemi, M. and Vuori, E. (2004). Business ecosystem as the new approach to complex adaptive business environments. Cambridge: Academicpress.

เอกสารประกอบการอ่านเพิ่มเติม

ชวลิต โรจนานนท์. (๒๕๕๘). วิสาหกิจเพื่อสังคม (*Social Enterprise*) คืออะไร. โครงการ: ศึกษาโดยไม่หยุดนิ่งของสำนักนโยบายพัฒนาระบบการเงินภาคประชาชน.

- บริติช เคานซิล. (๒๕๕๘). กิจการเพื่อสังคมในสหราชอาณาจักร การพัฒนาสู่ภาคกิจการเพื่อสังคม. สืบค้นจาก https://www.britishcouncil.or.th/sites/default/files/kicchkaarephuuesangkhmainshraac_haanaacchakr_final.pdf
- ประพิน นุชเปี่ยม, ตัญญุทธศรี ประทีปพรณรงค์ และ บงกช เจนจรัสสกุล. (๒๕๖๑) วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย: ข้อเสนอแนะบางประการต่อร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม. สำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดิน, ฉ.๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๑): ๑๐๙-๑๔๑.
- ยงยุทธ เพียนศรี. (๒๕๕๙). “กิจการเพื่อสังคม” (*Social Enterprise*) ในพื้นที่นิคมสร้างตนเอง. สืบค้นจาก http://61.19.50.68/doc_pr/20160826171337.pdf
- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (๒๕๕๘). การศึกษารอบแนวคิดเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย. วารสารสมาคมนักวิจัย. ๒๐(๒), ๑-๑๘.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรปฏิบัติหน้าที่สำนักเลขาธิการแห่งชาติ (๒๕๕๘). สถาปนาวิสาหกิจเพื่อสังคม. สืบค้นจาก https://library2.parliament.go.th/giventake/content_nrcinf/nrc2557-pr04.pdf
- สำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ. (๒๕๕๗ ก). ความหมาย และคุณลักษณะของ SE. สืบค้นจาก <http://www.tseo.or.th/about/social-enterprise/means>
- หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. (๒๕๖๓). ความแตกต่างระหว่าง SB SE และ CSR. สืบค้นจาก <http://www.ubi.dusit.ac.th/>
- British Council. (2014). UK: *The Center for Social Enterprises of the World*. Retrieved from <http://www.britishcouncil.or.th/programmes/society/social-entrepreneurs/social-enterprise-uk>
- British Council. (2020). *The state of social enterprise in Thailand*. Retrieved from https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/state_of_social_enterprise_in_thailand_2020_final_web.pdf
- Defourny, J. & Nyssens, M. (2006). *Social Enterprise*. First published: Routledge. New York: United State.
- Mali, K. (2014). Social Enterprise in Thailand. *Journal of Economics and Management Strategy*, 1(2), 104-112.

สัปดาห์ที่ 3:
รูปแบบโมเดลธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาล้างคม

สัปดาห์ที่ 3: รูปแบบโมเดลธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม

ชื่อเนื้อหาประจำสัปดาห์

รูปแบบโมเดลธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) มีความรู้และความเข้าใจในแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการด้านการประกอบการเพื่อสังคม
- 2) สามารถนำความรู้และเครื่องมือทางการประกอบการเพื่อสังคมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต หรือการประกอบอาชีพได้
- 3) สามารถสืบค้น ประเมินข้อมูลจากหลายแหล่งและมีประสิทธิภาพด้วยตนเองเพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการใช้งานตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ
- 4) มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพผู้ประกอบการทางสังคม

กิจกรรมการเรียนการสอน

หัวข้อ	จำนวนนาทีที่ใช้สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและการประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
การจดทะเบียนรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจเพื่อสังคม	30	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน	สไลด์ประกอบการบรรยาย
โมเดลธุรกิจ จุดอ่อน จุดแข็ง ของโมเดลที่หลากหลาย	30	การบรรยายและการให้กรณีศึกษาโดยร่วมกันถอดบทเรียน	สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน	สไลด์ประกอบการบรรยาย
กรณีศึกษาธุรกิจเพื่อสังคมแต่ละโมเดลทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ	30	การบรรยายและการให้กรณีศึกษา “โมเดลธุรกิจเพื่อสังคมรอดและร่วง”	ทดสอบย่อย (quiz)/ แบบสะท้อนคิด (Reflection)	สไลด์ประกอบการบรรยาย

หัวข้อ	จำนวนนาที่ ที่ใช้สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและการ ประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
ความท้าทายของการเป็น ผู้ประกอบการเพื่อสังคม ในประเทศไทย	30	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ประกอบการ บรรยาย

งานมอบหมาย

การนำเสนองานกลุ่มเรื่อง “ออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม” นำเสนอสัปดาห์ที่ 8

(ระบุคำอธิบายเพิ่มเติมไว้หลัง “(ตัวอย่าง) แนวทางการประเมินผลผ่านการสะท้อนคิด (Reflection)”))

เนื้อหาการบรรยาย

เนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงรูปแบบโมเดลธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม ซึ่งประกอบไปด้วย การจดทะเบียนรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจเพื่อสังคม โมเดลธุรกิจ จุดอ่อน จุดแข็ง ของโมเดลที่หลากหลาย กรณีศึกษา ธุรกิจเพื่อสังคมแต่ละโมเดลทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ ความท้าทายของการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมในประเทศไทย

การจดทะเบียนรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจเพื่อสังคม

การจดทะเบียนรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจเพื่อสังคม (SE) ถือเป็นการรวมกลุ่มที่มีพลวัต เพื่อตอบสนองความต้องการที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลง รวมถึงหาแนวทางแก้ไขปัญหาสังคมและพัฒนาสังคมอยู่ตลอดเวลา โดยรูปแบบต่าง ๆ ของการจดทะเบียนสามารถจำแนกประเภทได้ดังนี้

- 1) สหกรณ์ คือ “องค์กรอิสระที่รวมตัวกันด้วยความสมัครใจ เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างแรงบันดาลใจทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมร่วมกันผ่านองค์กร ปลูกจิตสำนึกความเป็นเจ้าของร่วมและควบคุมองค์กรตามระบอบประชาธิปไตย” (ICA 1995; ILO 2002 Promotion of Cooperatives Recommendation 193, Section I, Paragraph 2) นิยามสำคัญของการจัดตั้งสหกรณ์ คือ ร่วมกันสร้างเกราะป้องกันการถูกเอาเปรียบอย่างมากจากรัฐ ส่งเสริมอิสระและการมีส่วนร่วมโดยสมัครใจของสมาชิกเพื่อสร้างเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยสหกรณ์สามารถจำแนกได้หลายประเภท เช่น สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์ออมทรัพย์และสินเชื่อ สหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์แรงงาน สหกรณ์การเคหะ และสหกรณ์สำหรับผู้บริโภค เป็นต้น

- 2) องค์กรที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน คือ องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการ และตอบสนองความต้องการทางสังคม แบ่งปันความเสี่ยงและจัดสรรทรัพยากรร่วมกัน ในมิติต่างๆ เช่น การดูแลสุขภาพ, ยา, การสนับสนุนด้านวัตถุสำหรับครอบครัวที่เสียชีวิต, การร่วมสนับสนุนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นตามประเพณีของชุมชน, การช่วยกันเก็บเกี่ยวผลผลิต, การช่วยเหลือพึ่งพากันในการทำประมง ฯลฯ
- 3) สมาคมและองค์กรชุมชน คือ การรวมกลุ่มเพื่อดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่รับประกันโดยกลุ่มสังคมนั้นๆ มีเป้าหมายเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจหรือสร้างและรักษาพันธะเชื่อมโยงทางสังคม วิธีการจัดตั้งและการดำเนินงานของสมาคมและองค์กรชุมชนค่อนข้างมีความยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนตามบริบทของสังคม และเป็นพื้นฐานสำหรับการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมรูปแบบใหม่
- 4) วิสาหกิจเพื่อสังคม คือ “องค์กรที่แสวงหาแนวทางแก้ปัญหาทางธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว” (Thompson & Doherty, 2006) เป็นแนวคิดการรวมกลุ่มทางสังคมเกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการเปลี่ยนแปลงสภาพนโยบายทางสังคมเดิมที่ไม่ได้รับการตอบสนอง อย่างเช่น การจ้างงาน เพื่อลดการกีดกันทางสังคม (Defourny & Nyssens, 2006) กิจกรรมทางเศรษฐกิจรูปแบบนี้ผสมผสานความสามารถในการทำกำไรและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมไปพร้อมกัน โดยมักจะมีลักษณะการกำกับดูแลและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย เช่น การรวบรวมผู้ใช้ ผู้ก่อตั้ง ผู้ให้ทุน หน่วยงานท้องถิ่น ฯลฯ ซึ่งเหล่านี้จะเป็นผู้รับประกันวัตถุประสงค์ทางสังคมขององค์กร
- 5) มูลนิธิ คือองค์กรที่ดำเนินกิจกรรมสาธารณประโยชน์หรือเพื่อการกุศล สามารถจำแนกเป็น 2 ประเภท (Gijssels & Develtere, 2006) คือ มูลนิธิสาธารณประโยชน์หรือมูลนิธิการกุศล มีเป้าหมายไม่แสวงหาผลกำไรที่มุ่งเน้นให้บริการผลประโยชน์ของชุมชน กับ มูลนิธิเอกชน ที่มีลักษณะการจัดการเป็นส่วนตัวแต่มีจุดประสงค์คือไม่แสวงหาผลกำไรเช่นกัน ข้อพิจารณาที่สำคัญของมูลนิธิเอกชน ในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบเศรษฐกิจเพื่อสังคมและความเป็นปึกแผ่น คือ ต้องไม่จัดตั้งและดำเนินการเพื่อแอบแฝงทางการตลาด หลีกเลี่ยงภาษี และอื่นๆ ที่ไม่ใช่ผลประโยชน์สาธารณะ

โมเดลธุรกิจ จุดอ่อน จุดแข็ง ของโมเดลที่หลากหลาย

โดยทั่วไปแล้วในโมเดลธุรกิจเพื่อสังคมจะมีจุดแข็งในการดำเนินธุรกิจ ดังต่อไปนี้ (1) วัฒนธรรมองค์กรของธุรกิจเพื่อสังคมมักมีความแข็งแกร่งและมีความคิดสร้างสรรค์ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เป็นจุดแข็งที่ทำให้ธุรกิจเพื่อสังคมสามารถเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ (2) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความรู้ที่ไม่เหมือนใคร โดยความไม่

เหมือนใครนี่ยังเป็นจุดแข็งที่ทำให้ธุรกิจเพื่อสังคมมีจุดขายที่แตกต่างจากธุรกิจข้างเคียงในตลาดอื่น ๆ (3) ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจและประสิทธิผลทางสังคมที่ยอดเยี่ยม เนื่องด้วยธุรกิจเพื่อสังคมมีการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสังคมจึงทำให้เกิดประสิทธิผลทางสังคมที่ยอดเยี่ยมด้วย (4) การบริการลูกค้าที่สร้างลูกค้าประจำ (5) ความสามารถในการขยายขนาดอย่างยั่งยืน เนื่องด้วยธุรกิจเพื่อสังคมมักเติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (6) ความสามารถในการปรับตัวสูง เนื่องจากตัวตั้งต้นของธุรกิจเพื่อสังคมมีตัวแปรทางสังคมเป็นตัวตั้ง เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงธุรกิจทางสังคมจึงมักปรับตัวได้อย่างดี (7) การกระจายสินค้าหรือบริการที่ดี และ (8) ความเป็นผู้นำที่แข็งแกร่งและเด็ดขาด

ส่วนโมเดลธุรกิจอื่น ๆ ที่ไม่ประสบความสำเร็จมักจะมีจุดอ่อนในการดำเนินธุรกิจดังต่อไปนี้ (1) วัฒนธรรมองค์กรที่อ่อนแอและกระจัดกระจาย ไม่มีวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นระเบียบทำให้ผู้ทำงานไม่มีประสิทธิภาพในการทำงาน (2) ขาดความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ มีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่มีความหลากหลาย (3) ประสิทธิภาพต่ำและของเสียสูง (4) การบริการลูกค้าแย่ และไม่สามารถดึงลูกค้าเอาไว้ได้ (5) การเติบโตที่ไม่มีการควบคุมและไม่ได้วางแผน (6) ออกสู่ตลาดช้ากว่าคู่แข่ง (7) ไม่มีการกระจายความเสี่ยง และ (8) ข้อจำกัดของความเป็นผู้นำ เช่น การขาดความตระหนักในตนเอง

กรณีศึกษาธุรกิจเพื่อสังคมแต่ละโมเดลทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ

กรณีศึกษาธุรกิจเพื่อสังคมจากในประเทศ (ขอขอบคุณข้อมูลจาก SET Social Impact)

1) ฮาร์ทิส (Heartist)

ลักษณะธุรกิจ: HEARTIST กระเป๋าจากผ้าวิเศษ คือกระเป๋าที่ได้จากผ้าที่ใช้ในการทอบำบัดของน้อง ๆ ที่บกพร่องทางสมอง ผสมผสานกับผ้าทอมือธรรมชาติของกลุ่มแม่บ้านบ้านบัวงาม

กลุ่มผลลัพธ์: เด็กพิเศษส่วนใหญ่ ไม่สามารถเข้าเรียนต่อระดับมหาวิทยาลัยได้ เนื่องจากการพัฒนาทางด้านต่างๆไม่พร้อม โดยเฉพาะอารมณ์และการเข้าสังคม หลายครอบครัวผู้เป็นพ่อหรือแม่ต้องออกจากงานมาเพื่อดูแลลูก ทำให้รายได้ที่มีลดน้อยลง แต่สิ่งที่ครอบครัวแสวงหาอันดับแรกไม่ใช่เงิน แต่คือการช่วยบำบัดให้น้องมีพัฒนาการที่ดีขึ้น จึงเกิดการรวมตัวกันของครอบครัวที่มีลูกพิเศษ แล้วใช้การทอผ้าบำบัดในการช่วยให้น้องมีพัฒนาการทางด้านอารมณ์และสังคมที่ดีขึ้น แต่การที่คนหาเลี้ยงครอบครัวหรือเพียงคนเดียว พร้อมกับน้องหลายคนยังต้องมีค่าใช้จ่ายในการพบแพทย์ ที่ต้องไปพบอย่างสม่ำเสมอ นานวันเข้า รายได้ ที่เหมือนจะไม่ใช่วิชาหลักก็กลับกลายเป็นปัญหา

ผลลัพธ์ทางสังคม: การทอผ้าบาติก คือ การฝึกให้น้องมีสมาธิ มั่นคง อยู่กับร่องกับรอยมากขึ้น ซึ่งการทอจะมีผลผลิตคือผ้า ที่มีเอกลักษณ์สวยงามไม่เหมือนใคร จากนั้นเราก็นำผ้าทอมาสร้างสรรค์เป็นกระเป๋าที่มีใบเดียวในโลก



รูป ผลิตภัณฑ์ของ HEARTIST

ที่มา: The Cloud (2018)

2) Local Alike

ลักษณะธุรกิจ: (1) ส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น โดยใช้การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชน (2) ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน (3) ส่งเสริมการอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น (4) ลดการย้ายถิ่นฐานจากชนบทเข้าสู่เมือง โดยการสร้างงาน (5) ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างกันและสร้างทางเลือกให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างลึกซึ้ง

กลุ่มผลลัพธ์: บริษัท โลเคิล อไลค์ จำกัด (Local Alike Co.,Ltd) มีวัตถุประสงค์ (1) ส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น โดยใช้การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชน (2) ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน (3) ส่งเสริมการอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น (4) ลดการย้ายถิ่นฐานจากชนบทเข้าสู่เมือง โดยการสร้างงาน (5) ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างกันและสร้างทางเลือกให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมพื้นถิ่นอย่างลึกซึ้ง โดยบริษัทฯ มีเป้าหมายการดำเนินงาน เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชน โดยจัดทำเว็บไซต์ www.localalike.com ที่เป็นช่องทางในการสร้างการเข้าถึง ประชาสัมพันธ์และเชื่อมชุมชนกับ

นักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ให้เกิดการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ร่วมกันอย่างแท้จริง

ผลลัพธ์ทางสังคม: ในปี 2555 โลเคิล อไลค์ รวมตัวกันเพื่อสร้างสรรค์ ออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism Platform) ที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกชนิดของ"ประสบการณ์"และ"ชุมชน" ที่สนใจ โดยค้นหาผ่านฐานข้อมูลชุมชน ที่สามารถอ่านรายละเอียด แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ชมวิดีโอแนะนำชุมชนก่อนตัดสินใจ เลือกเดินทาง เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดเทคโนโลยีที่เหมาะสมและสร้างความน่าเชื่อถือผ่านเว็บไซต์ www.localalike.com ซึ่งตอบโจทย์เรื่องการเชื่อมต่อ ชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยมีสินค้า/บริการ ประกอบด้วย (1) บริการจองโปรแกรมท่องเที่ยวของชุมชน ผ่านเว็บไซต์ www.localalike.com ปัจจุบันมีการให้บริการ 3 รูปแบบ ได้แก่ โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน (Village Tours) โปรแกรมการท่องเที่ยวแบบ 1 วัน (Day Tours) และโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบครึ่งวัน (Activity Based Tourism) (2) บริการออกแบบและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว สถานศึกษา ฯลฯ (3) บริการให้คำปรึกษาด้านการออกแบบและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนสำหรับบุคคลและองค์กร



รูป การท่องเที่ยวของ Local Alike

ที่มา: Local Alike (2022)

3) Young Happy

ลักษณะธุรกิจ: บริษัท ไอเพย์ อีท ฟอร์เวิร์ด จำกัด ได้ดำเนินกิจการภายใต้ชื่อว่า "ยังแฮปปี้ YOUNGHAPPY" ยังแฮปปี้ YOUNGHAPPY คือแอปพลิเคชันซึ่งเป็นผู้ช่วยส่วนบุคคลให้กับผู้สูงอายุ เราให้บริการ จัดกิจกรรม รวมถึงคัดเลือกและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ

กลุ่มผลิตภัณฑ์: บริษัท ไอเพย์ อีท ฟอร์เวิร์ด จำกัด ซึ่งเป็นธุรกิจเพื่อสังคม จึงแนวคิดในการสร้าง YOUNGHAPPY: ระบบเชื่อมโยงบริการผู้สูงอายุให้ใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่าและพึ่งพาตัวเองได้ด้วย solution high touch to high tech และยังเป็นแอปพลิเคชันเดียวในประเทศไทยที่เชื่อมโยงบริการ สร้างกิจกรรม และให้สวัสดิการกับผู้สูงอายุ โดยพนักงานที่ให้บริการเป็นผู้สูงอายุในช่วงวัยเดียวกันกับผู้รับบริการ จึงเป็น one stop service for elderly ที่อาศัยเทคโนโลยีที่ทำให้คุณภาพการใช้ชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น การบริการของ YOUNGHAPPY โปรแกรมเมอร์ได้พัฒนาแอปพลิเคชันขึ้นมาและแจกจ่ายให้ทุกคนสามารถดาวน์โหลดไปใช้งานได้ฟรี ตลอดเวลา และทุกสถานที่ โดยมีฟังก์ชันการทำงานต่าง ๆ

ผลลัพธ์ทางสังคม: ยังแอปนี้ YOUNGHAPPY ช่วยแก้ปัญหาผู้สูงอายุผ่านการสร้างสรรค์สังคมผู้สูงอายุออนไลน์ สร้างคอนเทนต์ให้ความรู้ รวมถึงการจัดกิจกรรม และงานอีเวนท์ให้กับผู้สูงอายุเพื่อให้พวกเขามีความภูมิใจแห่งตน (Self esteem) สร้างมิตรภาพระหว่างผู้สูงอายุ และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น



รูป แอปพลิเคชันการบริการของ YOUNGHAPPY

ที่มา: NIA (2021)

4) Green Style

ลักษณะธุรกิจ: บริษัท กรีน สไตล์ จำกัด มุ่งลดโลกร้อนอย่างเป็นรูปธรรมด้วยความเชี่ยวชาญ ในฐานะที่ปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งได้รับรองให้เป็นผู้ตรวจประเมินสำนักงานสีเขียว (Green Office) และที่ปรึกษาการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ให้องค์กร (CFO) เป็นที่ปรึกษา และ ผู้ทวนสอบ การลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย (Thailand Voluntary Emission Reduction - TVER) การจัดทำโครงการสนับสนุนกิจกรรมลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Low Emission Support Scheme - LESS) และ การส่งเสริมให้องค์กรเป็น องค์กรที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Carbon Neutral Organization) การจัดสัมมนา และอีเวนท์ ทั้งแบบลดโลกร้อน (Eco Event) และแบบปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Carbon Neutral

Event) เรายังเป็นแหล่งรวบรวมของใช้ในสำนักงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งได้ช่วยทั้งชุมชนและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

กลุ่มผลลัพธ์: ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบไม่เพียงแต่ในประเทศไทย แต่ยังส่งผลต่อทุกสิ่งบนโลก เช่น ปัญหาภาวะโลกร้อนในปัจจุบัน ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตทุกชนิดบนโลกใบนี้ จากกลุ่มคนที่มีความตั้งใจ มุ่งมั่น และทำงานในองค์กรพัฒนาเอกชนด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่า 10 ปี จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการแก้ไขปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งหากต้องการให้เกิดผลอย่างชัดเจน ต้องให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งจากที่ทั่วโลกตระหนักถึงเรื่องนี้จึงสอดคล้องกับ เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ปี 2015 ที่มุ่งเป้าแก้ไขทั้งหมด 17 ประเด็น โดยทาง กรีน สไตล์ ได้มุ่งเน้นแก้ไขในประเด็นที่ 12 คือ การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน และ ประเด็นที่ 13 คือ การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงกับสภาพภูมิอากาศ โดยการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลในการดำเนินชีวิตและการทำงานอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมบนพื้นฐานความรู้ที่ถูกต้อง และสนับสนุนให้ทุกคนดำเนินชีวิตอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ผลลัพธ์ทางสังคม: (1) บริการฝึกอบรมและเป็นที่ปรึกษา และผู้ทวนสอบด้านสิ่งแวดล้อม ให้บุคคลทำงานและดำเนินชีวิตอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม บนพื้นฐานของข้อมูล ความรู้ และนำไปปฏิบัติได้จริงในองค์กร เพื่อให้เกิดความเข้าใจและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างต่อเนื่อง รวมถึงให้บริการคำนวณปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กรและผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและลดโลกร้อนได้อย่างเป็นรูปธรรม (2) รวบรวม และส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นที่นิยมแพร่หลายมากขึ้นอย่างมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐกิจ อุตสาหกรรม ภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน และบุคคลทั่วไป



รูป ที่ปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งได้รับรองให้เป็นผู้ตรวจประเมินสำนักงานสีเขียว (Green Office)

ที่มา: SET Social Impact (2018)

กรณีศึกษาธุรกิจเพื่อสังคมจากต่างประเทศ

1) Toms Shoes

รองเท้า TOMS เกิดขึ้นในปี 2006 โดย เบลค (Blake Mycoskie) เมื่อครั้งที่เบลคเดินทางไปท่องเที่ยวที่อเมริกาใต้และไปเรียนโบโลที่อาร์เจนติน่า ที่นั่นเขาได้พบกับ 2 สิ่งซึ่งเปลี่ยนชีวิตเขาไปตลอดกาล นั่นคือรองเท้า Alpargata และเด็ก ๆ ที่ไม่มีรองเท้าใส่เด็ก ๆ ยากจนที่ต้องวิ่งเล่นและไปโรงเรียนด้วยเท้าเปล่า ทำให้เบลคเกิดแรงบันดาลใจอย่างแรงกล้า ที่จะทำธุรกิจซึ่งสามารถแบ่งปันรองเท้าให้กับเด็ก ๆ ได้ เขาจึงพุ่งไปหาคนที่ท้องถิ่นให้สอนเขาทำรองเท้า Alpargata รองเท้าผ้าใบท้องถิ่นของอาร์เจนติน่า ที่มีประวัติความเป็นมาตั้งแต่ช่วงปี 1830 ผลิตภัณฑ์ในหมู่แรงงานที่ต้องการรองเท้าทนทาน ราคาถูก และเบาสบาย (Arisa, 2012)

เบลคเรียนรู้การทำรองเท้าผ้าใบที่วาจนซ่าของ แล้วแบกกระสอบซึ่งเต็มไปด้วยรองเท้ากลับอเมริกา บุคตลาดด้วยรองเท้า Alpargata ที่มีดีไซน์ ภายใต้แบรนด์ TOMS พ่วงไปกับคำมั่นสัญญาว่า “รองเท้าทุกคู่ที่คุณซื้อไป เราจะบริจาครองเท้าอีกคู่ให้กับเด็กที่ขาดแคลน” กับโมเดล One for One โดยกลุ่มเป้าหมายเริ่มแรกของรองเท้า TOMS คือนักเรียนผู้เรียนที่เหมาะสมกับรองเท้าผ้าใบราคาถูก และยังเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เบลคมุ่งจะสร้างแรงบันดาลใจเรื่องการเปลี่ยนแปลงสังคมให้อีกด้วย (Arisa, 2012)



รูป “รองเท้าทุกคู่ที่คุณซื้อไป เราจะบริจาครองเท้าอีกคู่ให้กับเด็กที่ขาดแคลน”

ที่มา: Ourgoodbrands (2021)

2) Kiva

Kiva เป็นเว็บไซต์จากซานฟรานซิสโก สหรัฐอเมริกา ที่ก่อตั้งโดยอดีตคู่สามีภรรยา แมตต์ แฟลนนารี (Matt Flannery) และเจสสิก้า แจ็กลีย์ (Jessica Jackley) (เป็นภาษาสวาฮีลี แปลว่า ‘เป็นหนึ่งเดียว’) ที่เว็บไซต์เราจะสามารถเห็นเรื่องราวของผู้ประกอบการจากทุกมุมโลก เช่น เกษตรกรจากคอสตาริกาที่ต้องการเงินกู้เพื่อซื้อปัจจัยการเกษตรเพื่อทำสวนพริกไทย กลุ่มสตรีจากกัมพูชาที่ต้องการเงินกู้เพื่อเลี้ยงหมูใคร ๆ ก็สามารถให้เงินกู้กับพวกเขาได้ผ่านเว็บไซต์ของ Kiva ในจำนวน 25 เหรียญสหรัฐ โดยจ่ายผ่านบัตรเครดิตหรือบัญชี PayPal เงินที่ให้กู้จะถูกนำไปรวมกับเงินจาก ‘เจ้าหนี้’ คนอื่น ๆ ที่เลือกให้กู้แก่ ‘ลูกหนี้’ คนเดียวกัน เมื่อ Kiva รวบรวมเงินเป็นก้อนจนครบจำนวนที่ลูกหนี้ต้องการ (หากลูกหนี้ต้องการเงิน 500 เหรียญ ก็จะต้องระดมเงินจากเจ้าหนี้คนละ 25 เหรียญ รวม 20 คน) เงินจะถูกส่งผ่านไปยัง ‘ตัวแทน’ ของ Kiva ในท้องถิ่น เช่น สถาบันไมโครไฟแนนซ์ กิจการเพื่อสังคม สถานศึกษาหรือมูลนิธิที่ทำงานกับผู้ที่มีรายได้น้อย (ภัทรพร ยาร์บะระ, 2560)



รูป เว็บไซต์ Kiva

ที่มา: Kiva (2022)

ความท้าทายของการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมในประเทศไทย

ในปัจจุบันประเทศไทยยังคงมีประเด็นความท้าทายการพัฒนาในหลายมิติทั้งในมิติเศรษฐกิจที่โครงสร้างเศรษฐกิจยังไม่สามารถขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมอย่างเต็มที่ ประสิทธิภาพการผลิตของภาคบริการและภาคเกษตรยังอยู่ในระดับต่ำ คุณภาพและสมรรถนะของแรงงานยังไม่สอดคล้องกับความต้องการขับเคลื่อนการพัฒนาของประเทศ มิติทางสังคมเรื่องการยกระดับรายได้ของประชาชน การแก้ปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำ การพัฒนาคุณภาพการให้บริการ และการขยายโอกาสในการเข้าถึงระบบบริการสาธารณะยังคงมีช่องว่างที่สามารถพัฒนาต่อไปได้ มิติสิ่งแวดล้อมที่การฟื้นฟู รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมยังเป็นประเด็นสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน มิติของการบริหารจัดการภาครัฐที่ยัง

ขาดความต่อเนื่องและความยืดหยุ่นในการตอบสนองความต้องการในการแก้ปัญหาของประชาชน ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจึงต้องพบกับความท้าทายในหลากหลายมิติข้างต้นระหว่างการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม

นอกจากนี้ ยังมีสถานการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่มีสัดส่วนประชากรวัยแรงงานลดลงและประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด ความท้าทายใหม่ ๆ ซึ่งมาจากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทั้งด้านความมั่นคงและเศรษฐกิจ การเชื่อมโยงกันอย่างซับซ้อนจากการรวมกลุ่มภายในภูมิภาคและการเปิดเสรีด้านต่าง ๆ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความเสื่อมโทรมของระบบนิเวศ ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดความท้าทายในการพัฒนาประเทศทั้งในมิติความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจึงต้องมีความตื่นตัวในการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมของตนเองอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์และสภาพสังคมของประเทศไทย

(ตัวอย่าง)

แนวทางการประเมินผลผ่านการทดสอบย่อย (quiz)

แนวทางการทดสอบย่อยหรือเก็บคะแนนเพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมและความสนใจต่อเนื้อหาการเรียนการสอนประจำสัปดาห์ที่ 3 เรื่องรูปแบบโมเดลธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม เมื่อบรรยายแล้วเสร็จไม่มีกิจกรรมแต่เป็นการถามคำถามเพื่อนำไปประเมินผลว่าภายหลังจากเสร็จสิ้นการเรียน ผู้เรียนมีองค์ความรู้ต่อรูปแบบโมเดลธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมมากน้อยเพียงใด อย่างไรก็ตามแนวทางการประเมินผลผ่านการทดสอบย่อยเป็นเพียงตัวอย่าง ผู้สอนสามารถปรับใช้ได้ตามดุลยพินิจที่เหมาะสมกับผู้เรียนด้วยตนเอง โดยมีทางเลือกเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้สอนสามารถประเมินผลการมีส่วนร่วมและความสนใจต่อเนื้อหาของผู้เรียนได้อีกหนึ่งรูปแบบคือ แบบสะท้อนคิด ซึ่งจะกล่าวต่อไป โดยแนวทางการถามคำถามมีดังนี้

คำถาม	คะแนน	แนวทางการให้คะแนน
1) จุดอ่อนของโมเดลธุรกิจเพื่อสังคมที่ไม่ประสบความสำเร็จที่มีร่วมกันมีอะไรบ้าง	1	คำถามเพื่อเน้นความเข้าใจหรือทบทวนเนื้อหาตามทฤษฎี โดยคำตอบควรมีองค์ประกอบดังนี้ 1) วัฒนธรรมองค์กรที่อ่อนแอและกระจายกระจาย ไม่มีวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นระเบียบทำให้ผู้ทำงานไม่มีประสิทธิภาพในการทำงาน 2) ขาดความ

คำถาม	คะแนน	แนวทางการให้คะแนน
		แตกต่างของผลิตภัณฑ์ มีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่มี ความหลากหลาย 3) ประสิทธิภาพต่ำและของเสียสูง 4) การบริการลูกค้าแย่ และไม่สามารถดึงลูกค้าเอาไว้ได้ 5) การเติบโตที่ไม่มีการควบคุมและไม่ได้วางแผน 6) ออกสู่ตลาดช้ากว่าคู่แข่ง 7) ไม่มีการกระจายความเสี่ยง และ (8) ข้อจำกัดของความเป็นผู้นำ เช่น การขาดความตระหนักในตนเอง
2) ให้ผู้เรียนเลือกกรณีศึกษาธุรกิจเพื่อสังคมแต่ละโมเดลทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ และบอกข้อดีของกรณีศึกษาที่เลือกมา	2	คำถามเพื่อเน้นการวิเคราะห์แนวคำตอบจากการเรียนของผู้เรียน โดยกรณีศึกษาที่เลือกมาจะมีข้อดีหรือจุดเด่นของแต่ละอย่างชัดเจน เพียงแต่ผู้เรียนต้องจับใจความสำคัญและสรุปให้ตรงตามที่คุณสอนบรรยาย

*เมื่อคำนวณคะแนนแล้วเสร็จควรในสัปดาห์นี้ผู้เรียนควรได้คะแนนการทดสอบย่อยประจำสัปดาห์ที่ 3 จำนวน

3 คะแนน

(ตัวอย่าง)

แนวทางการประเมินผลผ่านแบบสะท้อนคิด (Reflection)

แนวทางการประเมินผลผู้เรียนผ่านแบบสะท้อนคิดมีขึ้นเพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมและความสนใจต่อเนื้อหาการเรียนการสอนประจำสัปดาห์ที่ 3 เรื่องรูปแบบโมเดลธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม ซึ่งเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้ผู้สอนที่นอกเหนือไปจากการทดสอบย่อย โดยเมื่อบรรยายแล้วเสร็จควรจัดการประเมินผลผ่านแบบสะท้อนคิดเพื่อนำไปประเมินผลว่าภายหลังจากเสร็จสิ้นการเรียนว่า ผู้เรียนมีองค์ความรู้มากขึ้นเพียงใด อย่างไรก็ตามแนวทางการประเมินผลผ่านการทดสอบย่อยเป็นเพียงตัวอย่าง ผู้สอนสามารถปรับใช้ได้ตามดุลยพินิจที่เหมาะสมกับผู้เรียนด้วยตนเอง โดยวัตถุประสงค์ของแบบสะท้อนคิดมุ่งหวังจะช่วยให้ผู้เรียนได้เกิดนำความรู้ทางทฤษฎีที่ได้เรียนมาสู่แนวทางการปฏิบัติได้ ขั้นตอนของแบบสะท้อนคิดเริ่มจากให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มกันหรือเป็นรายบุคคลตามดุลยพินิจของผู้สอนและกำหนดโจทย์เพื่อการฝึกปฏิบัติ ดังนี้

โจทย์เพื่อการปฏิบัติในแบบสะท้อนคิด	แนวทางการประเมินผลผู้เรียน
ให้ฝึกปฏิบัติผ่านโจทย์ที่เกี่ยวข้องกับการฝึกวิเคราะห์จากกรณีศึกษา โดยให้ผู้เรียนเลือกกรณีศึกษาธุรกิจเพื่อสังคมแต่ละโมเดลอาจเป็นทั้งจากในประเทศและต่างประเทศที่ได้เรียนไปมาหนึ่งธุรกิจและฝึกวิเคราะห์โดยให้บอกข้อดีและข้อเสียของกรณีศึกษาที่เลือกมาอย่างละเอียด	ผู้สอนควรพิจารณาการประเมินผลผู้เรียนผ่านคำตอบจากการฝึกวิเคราะห์ ดังนี้ โจทย์เพื่อเน้นการวิเคราะห์แนวคำตอบจากการเรียนของผู้เรียน โดยผู้สอนสามารถดูจากกรณีศึกษาที่ผู้เรียนเลือกมาจะมีข้อดีหรือจุดเด่น ข้อเสียของแต่ละอย่างชัดเจนเพียงแต่ผู้เรียนต้องจับใจความสำคัญและสรุปให้ตรงตามที่ผู้สอนบรรยาย ในสัปดาห์นี้ผู้เรียนต้องได้คะแนนประเมินผลเป็นจำนวน 3 คะแนน ผู้สอนสามารถพิจารณาให้องค์ประกอบ 3 อย่างให้เป็นข้อละ 1 คะแนน มีทั้งข้อดี ข้อเสีย และการวิเคราะห์ อย่างไรก็ตามให้ผู้สอนเป็นผู้พิจารณาแนวทางการให้คะแนนเพื่อให้สอดคล้องกับผู้สอนมากที่สุด

นำเสนองานกลุ่มเรื่อง “ออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม” (นำเสนอสัปดาห์ที่ 8)

คำชี้แจง

จากที่ผู้เรียนได้เรียนเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคมและรูปแบบธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหา รวมถึงเนื้อหาต่อจากสัปดาห์นี้ที่จะได้เรียนเรื่องการส่งเสริมผู้ประกอบการทางสังคมกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กระบวนการคิดเชิงระบบเพื่อการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม และเครื่องมือการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคมและการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมสำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม ให้ผู้เรียนจับกลุ่มไม่เกิน 7 กลุ่ม หรือขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้สอนโดยออกแบบให้เหมาะสมกับจำนวนผู้เรียน เมื่อจับกลุ่มแล้วเสร็จผู้เรียนต้องร่วมกันวิเคราะห์และดำเนินงานที่ได้รับมอบหมายคือ การออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม โดยมีองค์ประกอบ ดังนี้ ต้องอธิบายให้เข้าใจว่าเหตุใดกลุ่มผู้เรียนจึงเลือกธุรกิจนี้มาขับเคลื่อนเป็นธุรกิจเพื่อสังคม มีที่มาและรูปแบบอย่างไร ช่วยแก้ไขปัญหาใดให้สังคม ช่วยส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยได้อย่างไร และธุรกิจเพื่อสังคมที่ออกแบบมาต้องประกอบด้วยการพัฒนาโดยแนวคิดเชิงออกแบบร่วมด้วยโดยต้องมี

เป้าหมายหลักคือการมุ่งแก้ไขปัญหาทางสังคมแต่ในขณะเดียวกันก็ยังสามารถดำเนินการทางธุรกิจต่อได้อธิบายทุกหัวข้อโดยละเอียด

แนวทางการประเมินผล

เมื่อผู้เรียนนำเสนอเรื่อง “ออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม” พิจารณาการให้ประเมินผลหรือการให้คะแนนผ่านการนำเสนอทั้งสิ้น 15 คะแนน โดยให้คะแนนผ่านการนำเสนอ 10 คะแนนและให้คะแนนผ่านการที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกลุ่มอื่น ๆ ที่นำเสนอ 5 คะแนน คะแนนการนำเสนอ พิจารณาจากเนื้อหาครบถ้วนตามที่ได้รับมอบหมาย ผู้เรียนในกลุ่มมีความกระตือรือร้นและเตรียมพร้อมต่อการนำเสนอ การออกแบบการนำเสนอสอดคล้องกับโจทย์ที่ได้รับมอบหมาย และคะแนนการมีส่วนร่วมคือ ผู้เรียนกลุ่มที่ไม่ได้นำเสนอต้องมีส่วนร่วมผ่านการถามคำถามกลุ่มอื่นหรือให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มที่นำเสนออยู่ อย่างน้อยทุกกลุ่มต้องได้รับคำถามหรือข้อเสนอแนะ (เกณฑ์การให้คะแนนอย่างละเอียดอยู่ในสัปดาห์ที่ 8)

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การมีส่วนร่วมรายบุคคล” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สื่อและแหล่งเรียนรู้

set socialimpact. (13 กุมภาพันธ์ 2564). ศิญาณี หิรัญสาลี: Ep1 SET SE101 Online Offering ความรู้เบื้องต้นการลงทุนทางสังคมและธุรกิจเพื่อสังคม [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=D3qN9F77Aco&t=486s>

set socialimpact. (25 กุมภาพันธ์ 2565). กิตติศักดิ์ โชติพิณชเรษฐ: Ep7: SET SE101 Online Offering ss2 How to จัดทะเบียนนิติบุคคล [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=exJ8okA-g8c&t=1049s>

SET SE101: Online Offering Season2

set socialimpact. (22 มกราคม 2565). จิรโรจน์ พจนาราวพันธุ์: Ep2: SET SE101 Online Offering Season 2 - Circular Fashion กับ SC Grand [video]. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=fguPgUZB818>

set socialimpact. (23 มกราคม 2565). รสรี ชันจวน: Ep3: SET SE101 Online Offering Season 2 - Mega Trend สังคมผู้สูงอายุกับ Go MAMMA [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=sP8HJWvy6K8>

set socialimpact. (5 กุมภาพันธ์ 2565). ชูศักดิ์ จันทยานนท์: Ep5: SET SE101 Online Offering Season2 - สร้างคุณค่า สร้างรายได้ ให้เด็กพิเศษกับ Art Story by Autistic Thai [video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=yF-T-VkzEP4>

set socialimpact. (6 กุมภาพันธ์ 2565). มิรา เวฬุภาค: Ep6: SET SE101 Online Offering Season2 - พ่อแม่ยุคใหม่...ให้ลูกมีทักษะชีวิตกับ Flock Learning [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=tzM5ZAfSRRI>

set socialimpact. (27 กุมภาพันธ์ 2565). จริญญาพร เลิศสพกุล: Ep9: SET SE101 Online Offering Season 2 - สร้างมิตรกับสิ่งแวดล้อม กับ กรีน สไตล์ [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=eIMhRzsSWHo>

set socialimpact. (26 กุมภาพันธ์ 2565). สุทัศน์ รงรอง: Ep8: SET SE101 Online Offering Season 2 - นวัตกรรมความยั่งยืน กับ DOINTHAI [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=E6baPRAKS1s>

SET SE101: Online Offering Season1

set socialimpact. (14 กุมภาพันธ์ 2564). รัชรากรณ์ ชันฉีระวัฒน์: Ep2 SET SE101 Online Offering รู้จักกับผู้อยู่เบื้องหลัง ในการพัฒนาชุมชน Community Development [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=rEsyx02OokY>

set socialimpact. (28 กุมภาพันธ์ 2564). โชคชัย หลาบหนองแสง: Ep4 SET SE101 Online Offering I รู้จักกับผู้ขับเคลื่อนชุมชน [video]. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=0St7bnV-_CI

set socialimpact. (14 มีนาคม 2562) ธนัน รัตนโชติ: Ep6 SET SE101 Online Offering I รู้จักกับ SE ผู้สูงอายุ [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=6wqX98VxCKA>

set socialimpact. (28 มีนาคม 2565). วริศรุตตา ไผ่สังข์: Ep8 SET SE101 Online Offering I นางฟ้าของผู้เปราะบาง [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=i813tc0xOwQ>

set socialimpact. Ep9 SET SE101 Online Offering I ผู้แปลงขยะเป็นทุน [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=XfjDmJdg8Z8>

set socialimpact. (29 มีนาคม 2564) โชคชัย หลีวิจิตร: Ep10 SETSE101 Online Offering I สร้างคุณค่าของมนุษย์ ผู้มีประสบการณ์ตรงกับโรคจิตเวช [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=c6ROsqTyX-k>

set socialimpact. (11 เมษายน 2564). วิญญู ศรีศุภโชค: Ep11 SET SE101 Online Offering I ผู้สร้างโอกาสให้เด็กไทย ด้วยการสอนภาษาอังกฤษ [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=rOVjrlLi2Cw>

เอกสารอ้างอิง

Arisa (2012). TOMS รองเท้าเปลี่ยนโลกของ Blake Mycoskie – CreativeMOVE. Creative Move.

<https://www.creativemove.com/design/toms-shoes/>

Defourny, J., & Nyssens, M. (2006). Defining social enterprise. *Social enterprise: At the crossroads of market, public policies and civil society*, 7, 3-27.

Gijssels, C., & Develtere, P. (2006). *Foundations in motion. Trends and evolutions in the foundation sector in Belgium between the years 2000 and 2005*. King Baudouin Foundation; Brussels.

SET Social Impact. (n.d.). SETSocialImpact.com สังคมยั่งยืน. . เศรษฐกิจยั่งยืน.

<https://www.setsocialimpact.com/ImpactCreator/?k=dG9tcw==&ddlBusinessType=>

Thompson, J., & Doherty, B. (2006). The diverse world of social enterprise: A collection of social enterprise stories. *International journal of social economics*, 33(5/6), 361-375.

ภัทรพร ยาร์บะระ. (2560). Kiva เงินกู้ข้ามโลกจากคนแปลกหน้าถึงคนแปลกหน้าเพื่อชีวิตที่ดีขึ้น. THE STANDARD. <https://thestandard.co/unconventional-business-kiva/>

เอกสารประกอบการอ่านเพิ่มเติม

Borzaga, Salvatori, Bodini. (2017). *Social and Solidarity Economy. Social and Solidarity Economy and the Future of Work*, (pp.1-49). Retrieved from https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_emp/emp_ent/coop/documents/publication/wcms_573160.pdf

Di Meglio, Diop. (2010). *SOCIAL AND SOLIDARITY ECONOMY ACADEMY. Social and Solidarity Economy: Building a Common Understanding*, (pp.1-100). Retrieved from https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/publication/wcms_546398.pdf

Korea Social Enterprise Promotion Agency. (2021). *Korea Social Economy*. Retrieved From https://www.socialenterprise.or.kr/_engsocial/?m_cd=0401&seq_no=246039

Murphy, (2014). *SOCIAL AND SOLIDARITY ECONOMY ACADEMY. Challenging the Crisis: promoting citizens' engagement in a time of uncertainty*, (pp.1-16). Retrieved from https://base.socioeco.org/docs/guide_to_sse.pdf

National Reform Steering Assembly. (2015). *Social Enterprise*. Bangkok: The Secretariat of the Senate.

SE Thailand (2019). *ASEAN+3 Conference on Social Enterprises "Advancing Social Enterprises for Realisation of SDGs in ASEAN"*. Retrieved from <https://www.sethailand.org/resource/asean3-conference-on-social-enterprises-2019/>

Utting. (2016). *Social and solidarity economy. Mainstreaming Social and Solidarity Economy: Opportunities and Risks for Policy Change*. (pp.1-17). Retrieved from <http://www.relati.org/documentos/ESS.NUUtting.pdf>

จตุพร จุ้ยใจงาม และ พรชัย เทพปัญญา. (๒๕๕๗). กิจการเพื่อสังคม แนวโน้มระบอบทุนนิยมสมัยใหม่ กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ. วารสารวิชาการ *Veridian E-Journal*. ๗ (๓), ๑-๑๔.

จตุรภรณ์ โชคภูเขียว. (๒๕๖๑).การสร้าง *Social Enterprise* ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล: กรณีประเทศเกาหลีใต้.

สืบค้นจาก <https://www.depa.or.th/th/article-view/social-enterprise>

สถาบันวิทยาการตลาดทุน (๒๕๕๗). ความท้าทายของตลาดทุนต่อการพัฒนากิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย.

ผู้เรียน. หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง สถาบันวิทยาลัยตลาดทุน รุ่นที่ ๑๘. สืบค้นจาก

<https://www.cma.in.th/cma/academicPaper/download/12>

The background of the page is a bright yellow color with a torn paper effect. The top edge is jagged and irregular, and the bottom edge also has a torn, uneven appearance. The central text is black and centered.

สัปดาห์ที่ 4:

การส่งเสริมผู้ประกอบการทางสังคมผ่านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

สัปดาห์ที่ 4: การส่งเสริมผู้ประกอบการทางสังคมผ่านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ชื่อเนื้อหาประจำสัปดาห์

การส่งเสริมผู้ประกอบการทางสังคมผ่านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) มีความรู้และความเข้าใจในแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการด้านการประกอบการเพื่อสังคม
- 2) สามารถนำความรู้และเครื่องมือทางการประกอบการเพื่อสังคมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต หรือการประกอบอาชีพได้
- 3) มีความเข้าใจในด้านกฎหมาย สามารถวิเคราะห์ พ.ร.บ. ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการเพื่อสังคมได้ ตลอดจนสามารถประเมินข้อมูลจากหลายแหล่งด้วยตนเอง เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการใช้งานตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ
- 4) มีมนุษยสัมพันธ์ดี สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รู้จักเลือกและใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับปัญหาและกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน

หัวข้อ	จำนวนนาที่ที่ใช้สอน	กิจกรรม หรือเทคนิคการสอน	การวัดผลและการประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562	บรรยาย 20 นาที่ อภิปราย 40 นาที่	การบรรยายการและการอภิปรายกลุ่มในกิจกรรม “ประโยชน์ของพ.ร.บ.ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ต่อภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคม”	สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน	สไลด์ประกอบการบรรยายและ Flip Chart
กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนธุรกิจและ	20	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน	สไลด์ประกอบการบรรยาย

หัวข้อ	จำนวนนาที่ ที่ใช้สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและการ ประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ สำหรับผู้ประกอบการ เพื่อสังคม				
กรณีศึกษากฎหมายที่ เกี่ยวข้องกับการจด ทะเบียนธุรกิจและสิทธิ ประโยชน์ต่าง ๆ สำหรับ ผู้ประกอบการเพื่อสังคม	30	การให้กรณีศึกษา	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ประกอบการ บรรยาย
แหล่งสนับสนุน ผู้ประกอบการทางสังคม ทั้งแหล่งเงินทุน และ แหล่งบ่มเพาะความรู้	10	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ประกอบการ บรรยาย

งานมอบหมาย

ศึกษาวิธีการในการจดทะเบียนธุรกิจเพิ่มเติมได้ที่

<https://www.setsocialimpact.com/Article/Detail/77667>

เนื้อหาการบรรยาย

เนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงการส่งเสริมผู้ประกอบการทางสังคมผ่านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบไปด้วย พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนธุรกิจ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ สำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม และแหล่งสนับสนุนผู้ประกอบการทางสังคม ทั้งแหล่งเงินทุน และแหล่งบ่มเพาะความรู้

พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการกิจการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม ให้การดำเนินกิจการขยายตัวมากขึ้น เพิ่มขีดความสามารถ

ในการแข่งขันทางการค้าทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ โดยกำหนดมาตรการในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ได้รับการจดทะเบียน และจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อให้ความช่วยเหลือและพัฒนา รวมทั้งประสานความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ในเนื้อความของ พ.ร.บ. ได้กำหนดถึงบทบาทของการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือธุรกิจเพื่อสังคมใน 4 มิติหลัก ดังต่อไปนี้

1) การบริหารและดำเนินการของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นหน่วยงานของรัฐที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไม่เป็นส่วนราชการและไม่เป็นรัฐวิสาหกิจตามกฎหมาย ว่าด้วยวิธีการงบประมาณหรือกฎหมายอื่นโดยสำนักงานมีฐานะเป็นนิติบุคคล และอยู่ในกำกับของนายกรัฐมนตรีมีหน้าที่รับผิดชอบในงานธุรการและงานวิชาการของคณะกรรมการส่งเสริม วิสาหกิจเพื่อสังคม ส่งเสริม สนับสนุน ให้ความช่วยเหลือ และพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมและกลุ่มกิจการเพื่อสังคม เพื่อให้มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ได้แก่ เสนอนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งชาติให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม และเสนอแนวทางในการส่งเสริม หรือสนับสนุนด้านสิทธิประโยชน์แก่วิสาหกิจเพื่อสังคม หรือบุคคลซึ่งให้การสนับสนุนกิจการของวิสาหกิจเพื่อสังคมต่อคณะกรรมการ จัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมเสนอต่อคณะกรรมการเพื่อให้ความเห็นชอบ ให้คำปรึกษาหรือความช่วยเหลือในการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคล จัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มกิจการเพื่อสังคมเพื่อให้สามารถพัฒนาเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ต่อไป รวมทั้งวิเคราะห์สภาพปัญหา สถานการณ์ อุปสรรค และความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศ และจัดทำรายงานเสนอต่อคณะกรรมการเพื่อเสนอคณะรัฐมนตรี เป็นต้น

ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมจะมีอำนาจในการถือกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินและดำเนินการใด ๆ อันเกี่ยวข้องกับอำนาจหน้าที่และภารกิจของสำนักงานในส่วนกองทุนและทรัพย์สินในการดำเนินกิจการของสำนักงาน จะประกอบด้วย (1) เงินอุดหนุนที่รัฐบาลจัดสรรให้ตามความเหมาะสมเป็นรายปี (2) เงินอุดหนุนจากภาคเอกชนหรือองค์กรอื่นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รัฐบาลต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศ และเงินหรือทรัพย์สินที่มีผู้บริจาคหรือมอบให้สำนักงาน ซึ่งการรับเงินหรือทรัพย์สินจะต้องไม่กระทำในลักษณะที่ทำให้สำนักงานขาดความเป็นอิสระหรือความเป็นกลาง (3) ค่าธรรมเนียม ค่าตอบแทน และค่าบริการ และ (4) ดอกผลของเงินหรือรายได้จากทรัพย์สินของสำนักงาน

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมจะมีผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นผู้บริหารงานของสำนักงานภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม มีหน้าที่บริหารกิจการของสำนักงานให้เป็นไปตามกฎหมาย วัตถุประสงค์ของสำนักงาน ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ นโยบาย และมติของคณะกรรมการ และเป็นผู้บังคับบัญชาเจ้าหน้าที่และลูกจ้างทุกตำแหน่ง รวมทั้งมีหน้าที่เสนอเป้าหมาย แผนงาน และโครงการต่อคณะกรรมการเพื่อให้การดำเนินงานของสำนักงานบรรลุวัตถุประสงค์ เสนอแผนการเงิน และงบประมาณประจำปีต่อคณะกรรมการ เสนอรายงานประจำปีเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ด้านต่าง ๆ อีกทั้งรายงานทางการเงินและการบัญชีต่อคณะกรรมการ รวมถึงเสนอความเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงกิจการและการดำเนินงานของสำนักงานให้มีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของสำนักงาน โดยผู้อำนวยการต้องรับผิดชอบต่อคณะกรรมการในการบริหารกิจการของสำนักงาน ในกรณีการดำเนินกิจการที่เกี่ยวกับบุคคลภายนอก ให้ผู้อำนวยการเป็นผู้แทนของสำนักงานซึ่งผู้อำนวยการจะมอบอำนาจให้บุคคลใดปฏิบัติงานเฉพาะอย่างแทนก็ได้ แต่ต้องเป็นไปตามระเบียบหรือข้อบังคับที่คณะกรรมการกำหนดนิติกรรมใดที่ผู้อำนวยการ หรือผู้รับมอบอำนาจจากผู้อำนวยการกระทำโดยฝ่าฝืนระเบียบหรือข้อบังคับที่คณะกรรมการกำหนด ย่อมไม่ผูกพันสำนักงาน เว้นแต่คณะกรรมการจะให้สัตยาบัน

2) กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม

กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นกองทุนที่จัดตั้งขึ้นในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม อันจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาเพื่อพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม โดยประกอบด้วย เงินสมทบและเงินเพิ่ม เงินค่าปรับทางปกครองตามพระราชบัญญัตินี้ เงินหรือทรัพย์สินที่มีผู้บริจาคหรือมอบให้แก่กองทุน ดอกผลและผลประโยชน์ที่เกิดจากกองทุน รวมทั้งเงินหรือทรัพย์สินอื่นที่ได้รับจากภาคเอกชนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รัฐบาลต่างประเทศ หรือองค์การระหว่างประเทศ เงินกองทุนให้ใช้จ่ายเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกองทุน ได้แก่ ให้วิสาหกิจเพื่อสังคมกู้ยืมสำหรับดำเนินการก่อตั้ง ปรับปรุง และพัฒนากิจการของวิสาหกิจเพื่อสังคม ให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุน ในการประกอบกิจการในระยะเริ่มแรกโดยมีกำหนดเวลาไม่เกินสองปี ซึ่งสามารถขยายกำหนดระยะเวลาได้รวมแล้วไม่เกินสี่ปี ให้ความช่วยเหลือส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานของรัฐ หรือองค์กรเอกชนเพื่อนำไปใช้ดำเนินงาน ตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ให้ความช่วยเหลือหรืออุดหนุน ร่วมทุน หรือดำเนินการใดร่วมกับ นิติบุคคลอื่น เกี่ยวกับการก่อตั้ง การขยายกิจการ การวิจัย การพัฒนาและการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มี

ประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ให้ความช่วยเหลืออื่นทางการเงินตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา รวมทั้งเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของกองทุนตามที่คณะกรรมการบริหารกองทุนกำหนด โดยการดำเนินการดังกล่าวจะต้องเป็นไปตามที่คณะกรรมการบริหารกองทุนกำหนดโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม

คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมมีอำนาจแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารกองทุน ประกอบด้วย ประธานกรรมการบริหารกองทุน ซึ่งแต่งตั้งจากกรรมการบริหารกองทุน ซึ่งแต่งตั้งจากผู้แทนกระทรวงการคลังคนหนึ่ง กรรมการบริหารกองทุนซึ่งแต่งตั้งจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนไม่เกินสี่คน โดยจะต้องเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม การเงินการธนาคาร การบริหารธุรกิจ หรือการลงทุน และผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นกรรมการบริหารกองทุนและเลขานุการ คณะกรรมการบริหารกองทุนมีหน้าที่และอำนาจ ได้แก่ กำหนดนโยบายและควบคุมดูแลการบริหารกองทุน พิจารณาจัดสรรเงินกองทุนเพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของกองทุน ออกระเบียบ เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการปฏิบัติการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ โดยมีการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสม ออกระเบียบเกี่ยวกับการรับเงิน การจ่ายเงิน การเก็บรักษาเงินกองทุน และการจัดหาผลประโยชน์ของกองทุน จัดทำรายงานการรับและการจ่ายเงินของกองทุนเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งปฏิบัติการอื่นใดตามที่พระราชบัญญัตินี้ บัญญัติให้เป็นหน้าที่และอำนาจของคณะกรรมการบริหารกองทุนหรือตามที่คณะกรรมการมอบหมายในการพิจารณาจัดสรรเงิน กองทุนให้คณะกรรมการบริหารกองทุน พิจารณาให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมที่คณะกรรมการให้ความเห็นชอบ

3) การจดทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคม (กลุ่มจดทะเบียน กับ กลุ่มจดทะเบียน)

กฎหมายกำหนดว่า กิจการที่จะจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมได้นั้น จะต้องมีความประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการ และต้องมีลักษณะเป็นการส่งเสริมการจ้างงานแก่บุคคลผู้สมควรได้รับการส่งเสริมเป็นพิเศษ เช่น เด็กและเยาวชน คนชรา ผู้พิการ หรือผู้ด้อยโอกาส การแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม หรือเพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่น และมีรายได้ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 50 มาจากการจำหน่ายสินค้าหรือการบริการ และนำผลกำไรไม่น้อยกว่า ร้อยละ 70 ไปใช้เพื่อสังคม และแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นเจ้าของกิจการ หรือผู้ถือหุ้นได้ไม่เกินร้อยละ 30 ของผลกำไรทั้งหมด มีการกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่เคยถูกเพิกถอนการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งไม่มีหุ้นส่วน กรรมการหรือผู้มีอำนาจจัดการ

แทนนิติบุคคล หรือผู้ถือหุ้นซึ่งถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป ซึ่งเคยเป็นหุ้นส่วนกรรมการหรือผู้มีอำนาจจัดการแทนนิติบุคคล หรือผู้ถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป ในกิจการที่เคยถูกเพิกถอนการจดทะเบียน ซึ่งจะเห็นได้ว่าเป็นการกำหนดคุณลักษณะของกิจการไว้เป็นการเฉพาะ นอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจโดยทั่วไป

การจดทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคมมี 2 ประเภท คือ (1) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่ประสงค์จะแบ่งปันกำไร ให้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น และ (2) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น และเมื่อจดทะเบียนแล้ววิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นจะใช้คำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ประกอบในชื่อกิจการตามใบสำคัญแสดงการรับจดทะเบียนดังกล่าวก็ได้ แต่หากบุคคลใดไม่ได้มีการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม ก็ไม่สามารถที่จะใช้คำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ประกอบเป็นชื่อในการดำเนินการเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายสินค้า การบริการได้ โดยผู้ที่ฝ่าฝืนจะถือว่ามีความผิดและต้องได้รับโทษปรับตามกฎหมาย เพื่อเป็นการป้องปรามมิให้มีการแอบอ้างใช้ชื่อวิสาหกิจเพื่อสังคมไปใช้ เพื่อประโยชน์ในทางธุรกิจ นอกจากนั้น กฎหมายยังกำหนดไว้อย่างชัดเจนว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมมีหน้าที่ต้องดำเนินการตามวัตถุประสงค์และหนังสือแสดงเจตนารมณ์การจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งปฏิบัติตามกฎหมาย และหากต่อไปภายหน้า มีความประสงค์จะเลิกการเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมจะต้องแจ้งเป็นหนังสือต่อนายทะเบียน และให้นายทะเบียนลบชื่อวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นออกจากทะเบียน

4) การจัดสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคม

ให้คณะกรรมการจัดให้มีการประชุมสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง โดยสมัชชาวิสาหกิจเพื่อสังคมอาจเสนอความเห็นต่อคณะกรรมการ เพื่อพิจารณาการกำหนดนโยบาย แนวทางส่งเสริมและพัฒนาการประกอบกิจการวิสาหกิจเพื่อสังคม และกลุ่มกิจการเพื่อสังคม การสร้างความร่วมมือและประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ องค์การระหว่างประเทศ และสถาบันการเงิน เพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมและกลุ่มกิจการเพื่อสังคม การกำหนดแผนการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งชาติ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องหรือมีผลกระทบต่อการประกอบกิจการวิสาหกิจเพื่อสังคมและกลุ่มกิจการเพื่อสังคม และการปฏิบัติการอื่นใดตามที่พระราชบัญญัตินี้ หรือกฎหมายอื่นบัญญัติให้เป็นหน้าที่และอำนาจของคณะกรรมการ หรือตามที่คณะรัฐมนตรีมอบหมาย

วิสาหกิจเพื่อสังคมและกลุ่มกิจการเพื่อสังคมใดจะเข้าร่วมประชุมสมัชชาให้ลงทะเบียนต่อสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมตามแบบ หลักเกณฑ์ และวิธีการที่สำนักงานกำหนด และนอกจากผู้ลงทะเบียน สำนักงานจะกำหนดให้เชิญบุคคล ผู้แทนหน่วยงานของรัฐหรือองค์กร

ภาคเอกชนตามที่เห็นสมควรมาร่วมประชุมด้วยก็ได้ ซึ่งโครงการกำหนดยุทธศาสตร์ นโยบาย และแผนการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งชาตินี้ อาจเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการกองทุน ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม การจดทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคม (กลุ่มจดทะเบียน กับ กลุ่มจดทะเบียน) และการจัดสมาชิกวิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นต้น



รูป สรุปรายละเอียด พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม - สวส. (2020)

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนธุรกิจ

การจดทะเบียนธุรกิจมีรายละเอียดอยู่ตามพระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 เป็นหลัก โดย การจดทะเบียนธุรกิจแบ่งออกเป็น (1) การจดทะเบียนพาณิชย์สำหรับบุคคลธรรมดา และ (2) การจดทะเบียน บริษัทสำหรับนิติบุคคล (Peakaccount, 2565) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 1) การจดทะเบียนพาณิชย์ (สำหรับบุคคลธรรมดา)
- 2) ผู้ที่เข้าข่ายจดทะเบียนพาณิชย์ ได้แก่ (1) บุคคลธรรมดา/นิติบุคคล ที่ค้าขายออนไลน์ หรือเป็นตัวแทนขาย ผ่าน website, ระบบร้านค้าออนไลน์, Facebook (2) บุคคลธรรมดา ที่มีอาชีพค้าขาย และมีหน้าร้านเป็นของตัวเอง
- 3) ทั้งนี้ การจดทะเบียนพาณิชย์เหมาะกับธุรกิจขนาดเล็กที่มีเจ้าของทำงานเพียงคนเดียว ขายสินค้าหรือบริการง่ายๆ ไม่ซับซ้อน โดยข้อดีของการจดทะเบียนลักษณะนี้คือ ผู้ประกอบการจะไม่มีภาระในการทำบัญชีหรือยื่นส่งงบ และมีอิสระในการดำเนินธุรกิจอย่างเต็มที่ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจอาจขาดความน่าเชื่อถือในระยะยาว หากพนักงานยาก ไม่สามารถเข้าถึงสินค้าจากธนาคาร รวม

ไปถึงยังทำให้เจ้าของธุรกิจต้องมีภาระหน้าที่ทางกฎหมาย ในการรับภาระหนี้สินของธุรกิจแบบไม่จำกัด

4) การจดทะเบียนบริษัท (สำหรับนิติบุคคล)

การจดทะเบียนลักษณะนี้เหมาะสำหรับธุรกิจที่เติบโตขึ้นมาระดับหนึ่ง หรือมีเจ้าของ/ผู้ลงทุนตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป โดยการจดทะเบียนบริษัทจะทำให้มี “บริษัท” มีสถานะเป็น “นิติบุคคล” ที่มีตัวตนตามกฎหมาย แยกต่างหากจากเจ้าของธุรกิจ เจ้าของบริษัทจึงเป็นอิสระจากการไล่เบี้ยหนี้สินของบริษัท(เจ้าของธุรกิจมีภาระการชำระค่าหุ้นให้ครบตามทุนที่จดทะเบียนบริษัทไว้เท่านั้น) อย่างไรก็ตาม บริษัทจะมีภาระหน้าที่แยกต่างหากจากเจ้าของ โดยบริษัทต้องจัดทำบัญชี, เสียภาษี, ยื่นประกันสังคมให้พนักงาน เป็นต้น

แม้การมีภาระหน้าที่ดังกล่าว จะทำให้ผู้ประกอบการรู้สึกยุ่งยาก แต่ข้อดีคือ อัตราภาษีเงินได้ของนิติบุคคลจะไม่เกิน 20% ของรายได้หักค่าใช้จ่าย (ซึ่งน้อยกว่าอัตราภาษีของบุคคลธรรมดาที่สูงสุดที่ 35%) ทั้งนี้ การจดทะเบียนนิติบุคคลสามารถทำได้ 3 แบบ ดังนี้

4.1) ห้างหุ้นส่วนสามัญ

การทำกิจการแบบห้างหุ้นส่วนจำกัดสามัญนั้น ใช้กับผู้ถือหุ้นตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยหุ้นส่วนทุกคนมีสิทธิจัดการกับกิจการ และแบ่งปันกำไรจากกิจการได้ แต่ก็ต้องร่วมกันรับผิดชอบหนี้สินของกิจการอย่างไม่จำกัด ทั้งนี้ ในกรณีที่ห้างหุ้นส่วนสามัญไม่ได้จดทะเบียน จะมีสภาพเป็นบุคคลธรรมดา

แต่หากจดทะเบียน จะมีสภาพเป็นนิติบุคคลที่เรียกว่า “ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล” โดยหุ้นส่วนทุกคนจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบหนี้สินของกิจการ แบบ “ไม่จำกัดจำนวน” แต่อาจตกลงให้หุ้นส่วนคนใดคนหนึ่งเป็นผู้จัดการห้างหุ้นส่วนได้

4.2) ห้างหุ้นส่วนจำกัด

ต้องมีผู้ถือหุ้นตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป และต้องทำการจดทะเบียนนิติบุคคล โดยความรับผิดชอบของหุ้นส่วน จะแบ่งเป็นแบบ “จำกัด” และแบบ “ไม่จำกัด” ความรับผิดชอบในหนี้สินของกิจการ (1) หุ้นส่วนผู้รับผิดชอบในหนี้สินแบบ “จำกัด”: จะรับผิดชอบในหนี้สินกิจการไม่เกินจำนวนเงินลงทุนของตน แต่หุ้นส่วนประเภทนี้ จะไม่มีสิทธิตัดสินใจในกิจการ แต่มีสิทธิที่จะสอบถามการดำเนินงานของกิจการได้ (2) หุ้นส่วนผู้รับผิดชอบในหนี้สินแบบ “ไม่จำกัด”: จะรับผิดชอบในหนี้สินทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากกิจการ โดยจะมีสิทธิตัดสินใจต่างๆ ในกิจการได้อย่างเต็มที่

4.3) บริษัทจำกัด

ต้องมีผู้ถือหุ้นตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป และต้องจดทะเบียนนิติบุคคล โดยผู้ถือหุ้นทุกคนจะรับผิดชอบในหนี้สินกิจการแบบ “จำกัด” กล่าวคือ ผู้ถือหุ้นมีภาระเพียงแค่ว่าจะต้องชำระเงินทุนตามค่าหุ้นที่ได้จดทะเบียนไว้เท่านั้น หากชำระครบแล้ว ผู้ถือหุ้นไม่ต้องรับผิดชอบในหนี้สินที่เกิดขึ้นในกิจการอีก ด้วยการจำกัดความรับผิดชอบนี้เองที่ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่นิยมจดทะเบียนแบบบริษัทจำกัด ทั้งนี้ การจดทะเบียนเป็นบริษัทนั้นส่งผลดี ทั้งต่อความน่าเชื่อถือ, การสร้างระบบการบริหาร, การมีระบบบัญชี และเอื้อต่อการระดมทุน รวมทั้งขอสินเชื่อจากธนาคารมากกว่าการจดทะเบียนแบบอื่น

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ สำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม

การจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือการจดทะเบียนเป็นกลุ่มกิจการเพื่อสังคมกับทางสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (สวส.) นั้น จะได้รับสิทธิประโยชน์ตามพ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 โดยการจดทะเบียนในแต่ละแบบจะมีความแตกต่างกันออกไป จากข้อมูลที่รวบรวมไว้โดย สวส. สามารถสรุปออกมาได้ดังนี้

สิทธิประโยชน์ของการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม มีรายละเอียดดังนี้ (SE Thailand, 2565)

- 1) การสนับสนุนด้านการเงินจากกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม
- 2) สิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร
 - 2.1) วิสาหกิจเพื่อสังคมประเภท ไม่ประสงค์แบ่งปันกำไรแก่ผู้ถือหุ้น จะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล
 - 2.2) บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ผู้บริจาคเงินหรือทรัพย์สิน หรือลงทุนในหุ้นสามัญของวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปหักรายจ่ายได้
- 3) สิทธิประโยชน์ตามมาตรการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุภาครัฐ
- 4) สิทธิประโยชน์ด้านการระดมทุน (วิสาหกิจเพื่อสังคมในรูปแบบบริษัทจำกัดสามารถออกและเสนอขายหุ้นต่อประชาชนได้ โดยไม่ต้องยื่นขออนุญาตและแบบแสดงรายการข้อมูลต่อ ก.ล.ต.)
- 5) รับการส่งเสริมด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม และเทคโนโลยี

ทั้งนี้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม และผู้สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม ตาม พ.ร.ฎ. ออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 735) พ.ศ. 2564 มีผลบังคับใช้อย่างเป็นทางการแล้ว เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2564 โดยกฎหมายได้รับรองมาตรการทางภาษีให้กับ 3 กลุ่ม (SE Thailand, 2565) ได้แก่

- 1) วิสาหกิจเพื่อสังคม (จดทะเบียนกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม – สวส.) สิทธิประโยชน์ทางภาษีที่วิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทไม่แบ่งปันกำไรจะได้รับคือ “การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล” หมายความว่า (1) หากกิจการมีกำไรในรอบปีบัญชี กิจการไม่ต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลเลย แต่ยังมีหน้าที่ต้องยื่นภาษีอยู่ และ (2) ประเภทภาษีที่ได้รับการยกเว้นคือ “ภาษีเงินได้นิติบุคคล” เท่านั้น สำหรับภาษีประเภทอื่น ๆ เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ไม่ได้รับการยกเว้นไปด้วย ผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มจึงยังมีหน้าที่ต้องเสียภาษีอยู่
- 2) ผู้สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม ทั้งบุคคลธรรมดา และนิติบุคคล โดยกรณีที่ผู้สนับสนุนเป็นบุคคลธรรมดาจะสามารถหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยสามารถหักลดหย่อนได้สูงสุดไม่เกิน 1 แสนบาท ในรอบปีภาษีหนึ่ง ๆ ส่วนกรณีผู้สนับสนุนเป็นนิติบุคคลจะสามารถหักลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคล ตามจำนวนเงินลงทุนในรอบปีภาษีนั้น ๆ หากนิติบุคคลสนับสนุนด้วยการบริจาคเงินหรือทรัพย์สินผ่านระบบ E-donation ให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคม จะสามารถหักลดหย่อนภาษีได้สูงสุดไม่เกิน 2% ของกำไรสุทธิ โดยคำนวณรวมกับเงินบริจาคเพื่อการสาธารณประโยชน์อื่น ๆ ด้วย
- 3) ผู้บริจาคเข้ากองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ทั้งบุคคลธรรมดา และนิติบุคคล โดยบุคคลธรรมดา สามารถหักลดหย่อนภาษีเงินได้ เท่าเงินบริจาคที่จ่ายจริง แต่เมื่อรวมกับเงินบริจาคอื่น ๆ ที่หักลดหย่อนได้เท่าที่จ่ายจริงแล้ว ไม่เกิน 10% ของเงินได้พึงประเมินหลังหักค่าใช้จ่ายและหักลดหย่อนอื่น ๆ และนิติบุคคล สามารถหักลดหย่อนภาษีได้สูงสุดไม่เกิน 2% ของกำไรสุทธิ โดยคำนวณรวมกับเงินบริจาคเพื่อการสาธารณประโยชน์อื่น ๆ ด้วย เช่นเดียวกับการบริจาคให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยตรง

นอกจากนี้สิทธิประโยชน์ของการจดทะเบียนกลุ่มกิจการเพื่อสังคม คือหลังจากการจดทะเบียนกลุ่มกิจการเพื่อสังคมแล้ว กลุ่มกิจการเพื่อสังคมจะได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (สวส.) เพื่อให้กลุ่มกิจการเพื่อสังคมสามารถพัฒนาเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ต่อไปในด้านต่าง ๆ ดังนี้ (SE Thailand, 2565)

- 1) ส่งเสริมความรู้ด้านการประกอบกิจการ
- 2) ส่งเสริมความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยี
- 3) ส่งเสริมความรู้ด้านการบริหารงานบุคคลเกี่ยวกับกระบวนการผลิต
- 4) ส่งเสริมความรู้ด้านการเงิน การบัญชี
- 5) ส่งเสริมความรู้ด้านการตลาด
- 6) ส่งเสริมความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ

แหล่งสนับสนุนผู้ประกอบการทางสังคม ทั้งแหล่งเงินทุน และแหล่งบ่มเพาะความรู้

ในประเทศไทยมีองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจำนวนมากที่ทำหน้าที่เป็นแหล่งสนับสนุนผู้ประกอบการทางสังคมและธุรกิจเพื่อสังคมทั้งในด้านแหล่งเงินทุน ยกตัวอย่างเช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) และ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) เป็นต้น โดยในแต่ละปีจะมีเงื่อนไขของการสนับสนุนเงินทุนที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละองค์กรสนับสนุน ผู้ประกอบการทางสังคมที่ต้องการการสนับสนุนเงินทุนสามารถศึกษารายละเอียดได้ที่ประกาศของแต่ละองค์กรตามช่องทางประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ หรือ เฟซบุ๊ก

นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนในฐานะแหล่งบ่มเพาะความรู้จากองค์กรต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Stock Exchange of Thailand: SET) และ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (สวส.) เป็นต้น หน่วยงานดังกล่าวมีการสนับสนุนองค์ความรู้ที่แตกต่างกันออกไป อาทิ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ได้มีการเปิดหลักสูตร SE101 ซึ่งเป็นคอร์สเรียนออนไลน์ไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อเรียนรู้ถึงธุรกิจเพื่อสังคมและวิธีการบริหารธุรกิจเพื่อสังคม อย่างไรก็ตาม รายละเอียดการเข้ารับการอบรมในหลักสูตรของแต่ละหน่วยงานจะแตกต่างกันออกไปตามข้อกำหนดของหน่วยงานนั้น ๆ

ใบกิจกรรมที่ 4.1

ชื่อกิจกรรม: การอภิปรายกลุ่มหัวข้อ “ประโยชน์ของพ.ร.บ.ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ต่อภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคม”

ระยะเวลา: 40 นาที

สาระสำคัญ:

พ.ร.บ.ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 นั้น มีสาระสำคัญเพื่อส่งเสริมให้มีการประกอบธุรกิจเพื่อแก้ปัญหาสังคมหรือพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม หรือเพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่น หรือ คำนึงประโยชน์แก่ สังคม ได้รับการส่งเสริมให้ขยายตัวมากขึ้นและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าทั้งภายในประเทศและระหว่าง ประเทศ โดยมีการประสานความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์สู่ความสำเร็จ ดังนั้น ภาคส่วนต่าง ๆ เองจึงจำเป็นต้องเห็นประโยชน์ของตนที่อยู่ในพ.ร.บ. ฉบับนี้ เพื่อดึงดูดความต้องการในการทำงานร่วมกัน

วัตถุประสงค์ของการเรียนรู้:

- 1) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ประโยชน์ของพ.ร.บ.ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ที่มีต่อภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคม
- 2) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงบทบาทของตนในฐานะประชาชนทั่วไปภายใต้พ.ร.บ. ฯ ได้

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม:

ขั้นตอน	ระยะเวลา
3) ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มเป็น 4 กลุ่ม ตามความสนใจของผู้เรียน (หรืออาจใช้กลุ่มเดิมจากที่เคยได้จัดไว้ในสัปดาห์ที่ 1 อย่างไรก็ตามการแบ่งกลุ่มขึ้นอยู่กับจำนวนผู้เรียนในห้องเรียนโดยแต่ละครูแบ่งให้ได้ 4 กลุ่มตามหัวข้อที่มอบหมายให้)	5 นาที
4) สมาชิกกลุ่มทั้ง 4 ร่วมกันระดมสมองเพื่อวิเคราะห์ประโยชน์ของ พ.ร.บ.ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ที่มีต่อภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคม ตามมุมมองที่ได้รับมอบหมาย ดังต่อไปนี้ ○ กลุ่มที่ 1 – มุมมองของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ○ กลุ่มที่ 2 – มุมมองของหน่วยงานภาครัฐ ○ กลุ่มที่ 3 – มุมมองขององค์กรธุรกิจ ○ กลุ่มที่ 4 – มุมมองของบุคคลทั่วไป ทุกกลุ่มทำการสรุปบทวิเคราะห์ลงบน Flip Chart	10 นาที

ขั้นตอน	ระยะเวลา
5) แต่ละกลุ่มนำเสนอบทวิเคราะห์ของกลุ่มตนและร่วมแลกเปลี่ยนกับกลุ่มอื่น (กลุ่มละ 5 นาที)	20 นาที
6) สรุปกิจกรรม	5 นาที

การประเมินผลกิจกรรม:

ผู้สอนประเมินผลความเข้าใจในสาระสำคัญของ พ.ร.บ. ที่มีเป้าหมายหลักในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่จดทะเบียน และกลุ่มกิจการเพื่อสังคมที่ทำการจดทะเบียนกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม นอกจากนี้ยังประเมินความเข้าใจจากมุมมองของภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคมอื่น ๆ รวมถึงความสามารถในการเชื่อมโยงตนเองเข้ากับพ.ร.บ. ฯ ฉบับนี้ของผู้เรียน

การสรุปกิจกรรม:

การมีกฎหมาย เช่น พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น ไม่ใช่เป็นไปเพียงเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของผู้ประกอบการเพื่อสังคมเท่านั้น แต่ยังมีประโยชน์ด้านอื่น ๆ ต่อภาคส่วนต่าง ๆ ของสังคม ดังนั้น เพื่อให้สังคมได้รับประโยชน์อย่างสูงสุดตามสาระสำคัญของพ.ร.บ. ทุกภาคส่วนจึงควรจะต้องมีความเข้าใจในเนื้อหาของกฎหมาย และสามารถมองเห็นช่องทางในการเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเพื่อส่งเสริม สนับสนุนผู้ประกอบการเพื่อสังคมได้ พร้อมกันกับได้รับประโยชน์ของตนอย่างยุติธรรมด้วย

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การมีส่วนร่วมรายบุคคล” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

เลขที่	ชื่อ - สกุล	รายการ					
		รับผิดชอบงาน ที่ได้รับมอบหมาย (2 คะแนน)	รับฟัง ความคิดเห็น ของผู้อื่น (2 คะแนน)	นำเสนอผลงาน ที่น่าสนใจ (2 คะแนน)	มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ (2 คะแนน)	ทำงานเสร็จ ตามเวลาที่กำหนด (2 คะแนน)	รวม (10)

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การอภิปรายกลุ่ม” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สื่อและแหล่งเรียนรู้

SET. (n.d.). *SE101 Online Offering*. <https://www.setsocialimpact.com/Article/Detail/77258>

set socialimpact. (21 มกราคม 2565). นภา เศรษฐกร: *Ep1: SET SE101 Online Offering Season 2 - เจาะลึกฟ.ร.บ.วิสาหกิจเพื่อสังคม* [video]. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=QJwM5r1zqvc>

set socialimpact. (4 กุมภาพันธ์ 2565). อัครราชย์ บุญญาศิริ: *Ep4: SET SE101 Online Offering ss2 ประโยชน์ทางภาษีของ Social Enterprise* [video]. Youtube.

<https://www.youtube.com/watch?v=8oOeHcn45z0>

set socialimpact. (25 กุมภาพันธ์ 2565). กิตติศักดิ์ โชติพนิชเศรษฐ์: *Ep7: SET SE101 Online Offering ss2 How to จัดทะเบียนนิติบุคคล* [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=exJ8okA-g8c&t=1049s>

เอกสารอ้างอิง

Peakaccount. (2565). การจดทะเบียนธุรกิจ มีกี่ประเภท และจดทะเบียนอย่างไร. PEAK Blog.

<https://peakaccount.com/blog/จดทะเบียนธุรกิจ/>

SE Thailand. (2565). สรุปสาระสำคัญกฎหมายรับรองสิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมและผู้สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม. <https://www.sethailand.org/resource/tax-benefit-for-se-2022/>

SE Thailand. (2565). สิทธิประโยชน์ของการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม และการจัดตั้งเป็นกลุ่มกิจการเพื่อสังคม กับ สวส. <https://www.sethailand.org/resource/benefit-se-osep/>

เอกสารประกอบการอ่านเพิ่มเติม

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. ๒๕๖๒, ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่ม ๑๓๖ ตอนที่ ๖๗ ก (๒๒ พฤษภาคม ๒๕๖๒): ๓๒-๕๖.

พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (๒๕๖๒). CSV กับ SE เหมือนหรือแตกต่างกัน. สืบค้นจาก

<https://www.smartsme.co.th/content/224891>

ภัทรพร ยาร์บระ. (๒๕๖๓). ทำเพื่อสังคมก็ล้มได้ รวมเหตุผลที่ทำกิจการเพื่อสังคมล้มครืน. สืบค้นจาก

<https://thestandard.co/social-enterprise/>

สำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ กระทรวงการคลัง (๒๕๖๒). *พันธบัตรเพื่อสังคม: นวัตกรรมทางการเงิน เพื่อการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน*. สืบค้นจาก <https://www.pdmo.go.th>

สำนักงานเลขาธิการสภาปฏิรูปแห่งชาติ. (๒๕๕๗). *วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) และ (ร่าง)*

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม. สืบค้นจาก

https://library2.parliament.go.th/giventake/content_nrc2557/d020958-01.pdf

Natalia A., Belén S. and Elaine T. (2017) *Government Support to the Social Enterprise Sector:*

Comparative Review of Policy Frameworks and Tools. Retrieved

from https://www.innovationpolicyplatform.org/www.innovationpolicyplatform.org/system/files/SE%20Policy%20Note_Jun20/index.pdf

Thompson, J. and B. Doherty (2006), “The Diverse World of Social Enterprise: A Collection of Social Enterprise Stories”, *International Journal of Social Economics*, Vol. 33, Nos. 5/6, pp. 361-375.

The background of the page is a bright yellow color with a torn paper effect. The top edge is jagged and irregular, and the bottom edge also has a torn, layered appearance. The text is centered in the middle of the white space between the yellow sections.

สัปดาห์ที่ 5:
กระบวนการคิดเชิงระบบเพื่อการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม

สัปดาห์ที่ 5: กระบวนการคิดเชิงระบบเพื่อการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม

ชื่อเนื้อหาประจำสัปดาห์

กระบวนการคิดเชิงระบบเพื่อการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) สามารถอธิบายแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการด้านการประกอบการเพื่อสังคม
- 2) สามารถนำเสนองานที่มีการบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาการ
- 3) มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาชีพ ที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจและแก้ปัญหาทางสังคม รวมถึงสถานการณ์ทั่วไป
- 4) มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมงาน

กิจกรรมการเรียนการสอน

หัวข้อ	จำนวนนาทีที่ใช้สอน	กิจกรรม หรือเทคนิคการสอน	การวัดผลและการประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
ที่มาและหลักการของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)	20	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน	สไลด์ประกอบการบรรยาย
กรณีศึกษาตัวอย่างโครงการที่ประสบความสำเร็จจากการใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ	40	การให้กรณีศึกษา	ทดสอบย่อย (quiz)/ การสะท้อนคิด (Reflection)	สไลด์ประกอบการบรรยาย
ที่มาและหลักการของกระบวนการสุนทรีย	20	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน	สไลด์ประกอบการบรรยาย

หัวข้อ	จำนวนนาที่ ที่ใช้สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและการ ประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
สาธกศาสตร์ (Appreciative Inquiry)				
กรณีศึกษาตัวอย่าง โครงการที่ประสบ ความสำเร็จจากการใช้ กระบวนการสุนทรีย สาธกศาสตร์	40	การให้กรณีศึกษา	ทดสอบย่อย (quiz)	

งานมอบหมาย

ไม่มี

เนื้อหาการบรรยาย

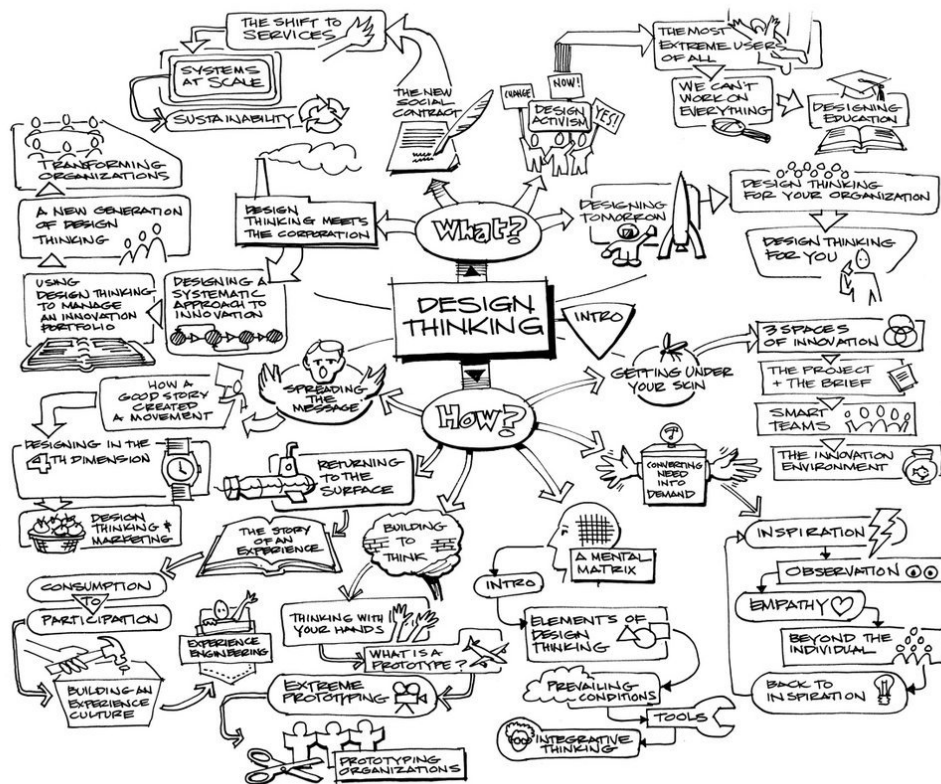
เนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงกระบวนการคิดเชิงระบบเพื่อการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งประกอบไปด้วย กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และกระบวนการสุนทรียสาธกศาสตร์ (Appreciative Inquiry) เนื้อหาในบทนี้จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจถึงวิธีการใช้งานกระบวนการคิดเชิงออกแบบ และกระบวนการสุนทรียสาธกศาสตร์ เพื่อการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม

กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

กระบวนการคิดเชิงออกแบบนั้นมีจุดเน้นคือการออกแบบที่มีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง ส่งเสริมการทำงานบนพื้นฐานของความเข้าใจมากกว่าความสงสัย มีระเบียบแบบแผน เครื่องมือ และขั้นตอนอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิธีการรวบรวมข้อมูลเชิงลึก (Insight) จากกลุ่มเป้าหมายเพื่อเป็นต้นทุนในการพัฒนา

กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นโมเดลที่คิดค้น Tim Brown และ Barry Katz จากองค์กร IDEO บริษัทที่ปรึกษาด้านการขับเคลื่อนนวัตกรรม ภายหลังถูกนำไปใช้ในหลากหลายวงการและเป็นที่นิยมแพร่หลายในทั่วโลก ในฐานะโมเดลที่ช่วยพัฒนาให้เกิดการแก้ไขปัญหาเชิงนวัตกรรม กระบวนการคิดเชิงออกแบบได้รับการพัฒนานับสนุนให้นำไปใช้ในการแก้ไขปัญหาทางสังคม โดย จัดทำเป็น “Human-Centered Design (HCD) toolkit” ซึ่งได้รับการสนับสนุนทุนจาก

Bill และ Melinda Gates Foundation ซึ่งเป็นชุดความรู้ที่นำเอาหลักในการออกแบบเพื่อตอบสนองผู้ใช้งานทั่วไป มาสู่การออกแบบเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมมากขึ้น



รูป แผนภาพความคิดของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ โดย Tim Brown และ Barry Katz

ที่มา: California College of the Arts (2019)

กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นกระบวนการคิดที่ใช้การทำความเข้าใจในปัญหาต่าง ๆ อย่างลึกซึ้ง โดยเอาผู้ใช้เป็นศูนย์กลางและนำเอาความคิดสร้างสรรค์และมุมมองที่หลากหลายมาสร้างแนวทางการแก้ไขอย่างยั่งยืน และนำเอาแนวทางที่เกิดขึ้นทางความคิดมาทดสอบและพัฒนา เพื่อให้ได้แนวทางหรือนวัตกรรมที่ตอบโจทย์กับผู้ใช้และสถานการณ์นั้น ๆ โดยมีขั้นตอนหลักทั้งสิ้น 5 ขั้นตอนหลัก โดยแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- 1) การทำความเข้าใจชุมชนอย่างลึกซึ้ง (Empathize) หรือการทำความเข้าใจ (Understanding) เพื่อศึกษาหาที่มาที่ไปของปัญหา (Insight) ภายในชุมชนโดยเป็นขั้นตอนที่เปิดกว้างในการรับฟังสิ่งต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในขั้นตอนต่อไป
- 2) การระบุประเด็นปัญหา (Define) เป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องจากการทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง คือเมื่อเราทราบที่มาที่ไปของปัญหาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว เราต้องกำหนดโจทย์ก่อนเพื่อกำหนดกรอบในการแก้ไขปัญหา โดยมีเครื่องมือที่สามารถนำมาใช้ในการระบุประเด็นปัญหาได้เป็นอย่างดีคือ เครื่องมือต้นไม้เจ้าปัญหา (Problem Tree) ซึ่งได้อธิบายไปในคู่มือฉบับนี้ข้างต้น หลังจากการใช้

เครื่องมือต้นไม้แก้ปัญหา ขั้นตอนต่อไปคือการตั้งคำถาม “เราจะ ... ได้อย่างไร” (“How might we ...?”) หลังจากที่ได้ข้อมูลในขั้นตอนการทำความเข้าใจเชิงลึกแล้ว ขั้นตอนต่อมาเป็นการนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อให้ได้เป็นประเด็นปัญหาที่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้ใช้อย่างแท้จริง หรือที่เรียกว่าคำถามที่ถูกต้อง (the right question) ซึ่งในขั้นตอนนี้เป็นการขมวด และรวบรวมความคิด โดยมีโครงการคำถามเริ่มจากการถามสมาชิกในคณะทำงานว่า “เราจะ ... ได้อย่างไร” หรือ “How might we ...?” โดยเครื่องมือนี้จะช่วยจัดระบบความคิด ก่อนเริ่มระดมสมองในขั้นตอนต่อไป คำถาม How might we ...? ที่ดีนั้นจะต้องไม่มีลักษณะคำถามที่แคบเกินไป หรือกว้างเกินไป หากลักษณะคำถามแคบเกินไป จะเป็นการจำกัดความคิด และไต่เตหะระหว่างการระดมสมอง แต่หากลักษณะคำถามกว้างเกินไปจะทำให้กิจกรรมการระดมสมองมีความยากและไม่มีทิศทาง

- 3) การร่วมระดมความคิดอย่างสร้างสรรค์ (Ideate) เป็นการเปิดความคิดให้ออกจากกรอบความคิดเดิม ๆ โดยเครื่องมือ เช่น Post-It War โดยมีหลักการเพิ่มเติมคือหลักการ 10X (เห็นเอกซ์) เพื่อให้เกิดการระดมสมองได้แนวทางการแก้ไขปัญหามากหลายและการมองเห็นความเป็นไปได้จากการกรองความคิดเหล่านั้นมาสู่แนวทางการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นได้จริงและสอดคล้องกับศักยภาพของชุมชน

3.1) การคิดแบบ 10 เท่า (10X Ideas)

การคิดแบบ 10 เท่า คือ วิธีการคิดหรือรูปแบบการคิดของบริษัท Google กระบวนการคิดดังกล่าวคือการที่คิดว่าจะสามารถพัฒนาสิ่งที่กำลังทำให้เป็น 10 เท่าได้อย่างไร การกระทำดังกล่าวจะกระตุ้นให้คนในทีมคิดทุกอย่างในรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงเชิงปฏิวัติ (Revolutionary Change) ไม่ใช่รูปแบบการเปลี่ยนแปลงพัฒนา (Evolutionary Change)

ตัวอย่างการคิดแบบ 10x คือ หากต้องการพัฒนาอีเมลและคิดในรูปแบบดั้งเดิมที่ไม่ใช่ 10x จะเกิดแนวคิดว่าควรทำให้อีเมลทำงานเร็วขึ้นหรือควรพัฒนาประสิทธิภาพของอีเมล ในกรณีนี้คือมองปัญหาที่ประสิทธิภาพและการทำงานของอีเมล แต่ถ้าคิดในรูปแบบของ 10x จะมองปัญหาไปในอีกทิศทางหนึ่ง เช่น คิดถึงในอนาคตว่าจะไม่มีการใช้อีเมลในอีก 20 ปี ข้างหน้า ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับเครื่องแฟกซ์เอกสาร กล่าวคือระบบอีเมลอาจจะหายไปในอนาคตอันใกล้ หลักฐานที่เห็นได้อย่างชัดเจนเลย คือ เด็กในสมัยนี้ได้ใช้สื่ออื่น ๆ (Social Media) แทนที่จะใช้อีเมลในการส่งข้อมูล ดังนั้นด้วยเหตุผลเหล่านี้

และเหตุผลที่ว่า 10x คือสิ่งที่ Google กำลังทำ เราจะตระหนักได้ว่า Google กำลังทำอะไรบางอย่างเพื่อกำจัดระบบอีเมล (Gmail) เพื่อที่จะสร้างสิ่งใหม่ที่ดีกว่าเดิม

ผลลัพธ์ของการคิดแบบ 10x คือผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงอิสระและความสำเร็จในโลกที่การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาโดยเทคโนโลยี นอกจากนี้กระบวนการคิดดังกล่าวสามารถทำให้บริษัทเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง สามารถทำให้กล่าวข้ามอุปสรรคและข้อจำกัดที่มี

3.2) สงคราม Post-it (Post-It War)

สงคราม Post-It เป็นการทำกิจกรรมระดมสมอง หลักจากที่ได้ประเด็นปัญหาจากกิจกรรม How might we ...? แล้ว โดยในขั้นตอนนี้มุ่งเน้นให้ทีมวิศวกรได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ โดยมีหลักในการพิจารณา ดังนี้

3.2.1) ไอเดียดังกล่าวสอดคล้องกับสิ่งที่คนต้องการหรือไม่ และมีความต้องการจริง ๆ หรือไม่

3.2.2) ไอเดียดังกล่าวสอดคล้องกับจุดประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่

3.2.3) ไอเดียดังกล่าวสอดคล้องกับข้อกำหนดที่มีอยู่ในการกำหนดปัญหา (Problem Statement) หรือไม่

3.2.4) ไอเดียดังกล่าวตอบคำถามที่ตั้งไว้ใน “How might we...?” ได้อย่างดีหรือไม่

3.2.5) ไอเดียดังกล่าวนั้นแตกต่างจากสิ่งที่มีอยู่แล้ว และเพิ่มคุณค่าอะไรเพิ่มเติมหรือไม่

3.2.6) มีงบประมาณที่จะนำไอเดียดังกล่าวไปปฏิบัติจริงหรือไม่

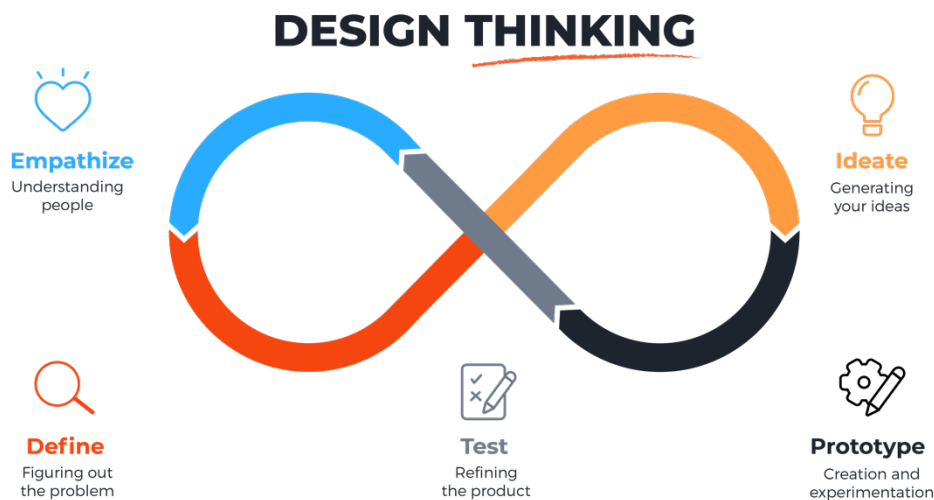
3.2.7) เทคโนโลยีนั้นเพียงพอที่จะทำให้ไอเดียดังกล่าวเกิดขึ้นจริงหรือไม่

3.2.8) มีทรัพยากรที่จะทำให้ไอเดียนี้เป็นจริงหรือไม่

3.2.9) สามารถได้รับการอนุมัติจากผู้ตัดสินใจให้ดำเนินการหรือไม่

4) ตัวอย่างการสร้างตัวต้นแบบ (Prototype) เป็นขั้นตอนที่นำความคิดที่เป็นไปได้จริงและสอดคล้องกับศักยภาพมาสร้างให้เกิดความเป็นรูปธรรมมากขึ้น เพื่อให้เกิดข้อคิดเห็นต่อต้นแบบและนำไปพัฒนาจนสามารถมั่นใจในการนำไปใช้จริงได้ โดยวิธีการต่าง ๆ เช่น Role Play, User Experienced เป็นต้น

5) การทดสอบ (Test) จากตัวต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาจนเกิดความมั่นใจที่จะนำไปทดลองการใช้งานจริง ๆ เพื่อให้เกิดคุณค่าและประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด



รูป 5 ขั้นตอนทำงานของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ

ที่มา: maqe (2020)

กระบวนการสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry)

สุนทรียศาสตร์ หรือ Appreciative Inquiry หรือนิยมเรียกโดยย่อว่า AI ในภาษาอังกฤษ Appreciative Inquiry เกิดจาก Appreciative หมายถึง การชื่นชมในความดีงาม Inquiry หมายถึง การแสวงหา ดังนั้นแล้ว Appreciative Inquiry จึงหมายถึงการแสวงหาความน่าชื่นชมในสิ่งดีงาม ส่วนในภาษาไทยใช้คำว่า "สุนทรียศาสตร์" มาจากคำว่า สุนทรีย์ หมายถึง ความสุนทรหรือความดีงาม และศาสตร์ หมายถึง การยกตัวอย่างให้เห็นชัด

สุนทรียศาสตร์ คือ เป็นกระบวนการในการค้นหาศักยภาพที่มีอยู่ผ่านการตั้งคำถามเชิงบวกอย่างเป็นระบบ และนำศักยภาพมาใช้ในการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ เช่น การสร้างวิสัยทัศน์หรือการมองภาพอนาคตร่วมกัน จากนั้นจะนำไปสู่แนวทางปฏิบัติร่วมกันเพื่อไปสู่เป้าหมาย แนวทางสุนทรียศาสตร์เหมาะสำหรับการสร้างทางเลือกเชิงสร้างสรรค์ วิธีการใหม่ที่จะยกระดับการแก้ปัญหา และการจัดการความรู้ สุนทรียศาสตร์มีหลักการที่อยู่บนความเชื่อว่า มนุษย์สามารถเป็นผู้กำหนดชะตากรรมของตนเอง โดยอาศัยการเติบโตจากประสบการณ์ในอดีต บนพื้นฐานของการคิดบวก อารมณ์เชิงบวก และการเปลี่ยนแปลงจากการตั้งคำถาม กระบวนการในการทำสุนทรียศาสตร์ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) Discovery หรือการค้นหาประสบการณ์ที่ดีที่สุด เรื่องราวที่ดี แรงบันดาลใจจากการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น หรือการทำงานร่วมกัน เช่น ที่ผ่านมา คณะทำงานทำอะไรสำเร็จมาแล้วบ้าง ผลงานใดที่ประทับใจ แล้วปัจจัยอะไรที่ทำให้ประเด็นนั้นสำเร็จได้ ใช้ระยะเวลาเท่าไร เกิดผลลัพธ์อะไร หลังจากความสำเร็จบ้าง เพื่อนำความสำเร็จนี้ไปทำซ้ำ ต่อยอดให้เกิดความสำเร็จในประเด็นอื่นๆ ได้อีกครั้ง

- 2) Dream ให้ผู้เข้าร่วมร่วมกันตั้งความหวัง ความฝัน ที่อยากให้เกิดขึ้น อยากให้เป็นจริงในชุมชน โดยก้าวข้ามขอบเขตที่เคยมีอยู่ เช่น ในประเด็นการแยกขยะ อยากให้คณะทำงานและชาวบ้านตั้งความฝันให้เห็นภาพร่วมกันว่า ชุมชนของเราในอีก5ปี จะเป็นชุมชนที่ไร้ขยะ หรือสามารถใช้รีไซเคิลขยะพลาสติกได้100%
 - 3) Design เป็นการออกแบบขั้นตอนหรือกระบวนการทำงานให้เป็นไปตามความฝันที่เราตั้งเป้าหมายร่วมกัน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เช่น คณะทำงานควรมีหน่วยงานใดบ้าง ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญจากภาคส่วนใดบ้าง ควรตั้งทรัพยากรส่วนใดมาใช้บ้าง ควรมีขั้นตอนในการทำงาน การแบ่งหน้าที่กันอย่างไรบ้าง เป็นต้น
 - 4) Destiny หรือการทำให้เป็นจริง เป็นการหารือร่วมกันว่าจะทำอะไรให้เป้าหมายนี้สำเร็จตามที่เรำฝัน ผ่านการหารือร่วมกัน บนพื้นฐานของการทำข้อตกลงกับภาคีต่างๆ หากจุดเชื่อมโยงร่วมกันว่าหน่วยงานใดหรือภาคส่วนใดสามารถช่วยรับผิดชอบหรือมีบทบาทในการส่งเสริมเรื่องใดได้บ้าง
- ใน 3 ประเด็นหลัก บุคคล ระยะเวลา และงบประมาณ

สุนทรียสาธกเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้เกิดการกระตุ้นถึงการตระหนักในศักยภาพในระดับบุคคล และทำให้ทราบถึงศักยภาพในระดับกลุ่ม จนไปถึงภาพความหวัง ความฝัน หรือวิสัยทัศน์ต่อประเด็นที่กลุ่มร่วมกันค้นหา พร้อมทั้งระบุแนวทางเบื้องต้นในการไปถึงเป้าหมายนั้น



รูป 4 ขั้นตอนของกระบวนการในการทำสุนทรียสาธก

ที่มา: researchgate (2017)

โครงการที่ประสบความสำเร็จจากการใช้กระบวนการคิดเชิงระบบ

1) Airbnb

Airbnb คือ ระบบการจองห้องพักในประเทศต่างๆ ผ่านโลกออนไลน์ โดยผู้ที่ต้องการจองห้องพัก สามารถติดต่อกับผู้ให้บริการที่พักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้โดยตรง ยกตัวอย่างเช่น หาก

มีห้องคอนโดวาง ซึ่งไม่ได้ถูกใช้ในการอยู่อาศัย มีใครเช่าอาศัยในระยะยาว เจ้าของคอนโดสามารถสมัครเพื่อเป็นโฮสใน Airbnb ได้ เมื่อมีผู้ที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมอื่น ๆ ในเมืองที่เป็นที่ตั้งของคอนโดนั้น และผู้จองห้องพักไม่ต้องการพักในโรงแรม ผู้จองห้องพักสามารถเข้ามาดูข้อมูลในเว็บไซต์ รวมทั้งแอปพลิเคชันของ Airbnb ได้ รวมถึงสามารถติดต่อพูดคุยกับเจ้าของห้องได้โดยตรง เพื่อกำหนดวันที่จะเข้ามาพักได้ด้วยตัวเอง (The Gen C, n.d.)

Airbnb ได้มีการใช้งานกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระบวนการทำตัวต้นแบบ Airbnb ได้สร้างวัฒนธรรมในการทดลองและล้มเหลวซ้ำ ๆ เพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันอย่างก้าวกระโดด นับได้ว่ากระบวนการคิดเชิงออกแบบเปลี่ยนให้ Airbnb จากการเริ่มต้นที่ล้มเหลวกลายเป็นธุรกิจพันล้านดอลลาร์ หรือยูนิคอร์น (Voltage Control, 2022)

2) Uber Eats

Uber Eats เป็นแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นจากการเป็นแอปพลิเคชันเพื่อการเดินทางสาธารณะจนกลายเป็นมีการบริการส่งอาหารในประเทศสหรัฐอเมริกา ในปัจจุบัน Uber Eats สามารถให้บริการในรูปแบบการโทรศัพท์แทนการโหลดแอปพลิเคชัน เพื่อให้สามารถให้บริการผู้สูงอายุในพื้นที่ที่ไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีหรือการโหลดแอปพลิเคชันได้ หากนึกถึงกรณีข้างเคียงที่ใกล้เคียงคือตัวอย่างของ Grab Food ในประเทศไทย

อดีตนักออกแบบในทีม UberEATS ได้อธิบายถึงวิธีที่พวกเขาเข้าถึงบริการจัดส่งอาหารด้วยการพัฒนาจากกระบวนการคิดเชิงออกแบบ ประเด็นสำคัญในการใช้งานกระบวนการคิดเชิงออกแบบคือกระบวนการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เข้าใจถึงตลาดที่แตกต่างกันทั้งหมดของแอปพลิเคชันและวิธีการที่ผลิตภัณฑ์ของแอปพลิเคชันจะสามารถเข้ากับสภาพพื้นที่ของแต่ละเมืองได้ Uber Eats มักจะลงศึกษาเพื่อทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายในสถานที่ที่ลูกค้าของแอปพลิเคชันอาศัยหรือทำงานอยู่ ผู้พัฒนาเผยว่า “การนั่งอยู่ในสำนักงานที่ซานฟรานซิสโกหรือนิวยอร์กไม่สามารถทำให้ผู้พัฒนาเข้าใจถึงประสบการณ์ผู้ใช้งานได้อย่างแท้จริง” (Voltage Control, 2022)

(ตัวอย่าง)

แนวทางการประเมินผลผ่านการทดสอบย่อย (quiz)

แนวทางการทดสอบย่อยหรือเก็บคะแนนเพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมและความสนใจต่อเนื้อหาการเรียนการสอนประจำสัปดาห์ที่ 5 เรื่องกระบวนการคิดเชิงระบบเพื่อการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม เมื่อบรรยายแล้วเสร็จไม่มีกิจกรรมแต่เป็นการถามคำถามเพื่อนำไปประเมินผลว่าภายหลังจากเสร็จสิ้นการเรียน ผู้เรียนมีองค์ความรู้ต่อกระบวนการคิดเชิงระบบเพื่อการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคมมากน้อยเพียงใด อย่างไรก็ตามแนวทางการประเมินผลผ่านการทดสอบย่อยเป็นเพียงตัวอย่าง ผู้สอนสามารถปรับใช้ได้ตามดุลยพินิจที่เหมาะสมกับผู้เรียนด้วยตนเอง โดยมีทางเลือกเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้สอนสามารถประเมินผลการมีส่วนร่วมและความสนใจต่อเนื้อหาของผู้เรียนได้อีกหนึ่งรูปแบบคือ แบบสะท้อนคิด ซึ่งจะกล่าวต่อไป โดยแนวทางการถามคำถามมีดังนี้

คำถาม	คะแนน	แนวทางการให้คะแนน
1) กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) คืออะไร และประกอบไปด้วยขั้นตอนอะไรบ้าง จงอธิบายอย่างละเอียด	1	คำถามเพื่อเน้นความเข้าใจหรือทบทวนเนื้อหาทฤษฎีจากกระบวนการคิดเชิงออกแบบ โดยคำตอบควรมีองค์ประกอบดังนี้ กระบวนการคิดที่ใช้การทำความเข้าใจในปัญหาต่าง ๆ อย่างลึกซึ้ง โดยเอาผู้ใช้เป็นศูนย์กลางและนำเอาความคิดสร้างสรรค์และมุมมองที่หลากหลายมาสร้างแนวทางการแก้ไขอย่างยั่งยืน และนำเอาแนวทางที่เกิดขึ้นทางความคิดมาทดสอบและพัฒนา เพื่อให้ได้แนวทางหรือนวัตกรรมที่ตอบโจทย์กับผู้ใช้และสถานการณ์นั้น ๆ โดยมีขั้นตอนหลัก 5 ขั้นตอนหลัก คือ 1) การทำความเข้าใจชุมชนอย่างลึกซึ้ง (Empathize) หรือการทำความเข้าใจ (Understanding) เพื่อศึกษาหาที่มาที่ไปของปัญหา (Insight) ภายในชุมชน โดยเป็นขั้นตอนที่เปิดกว้างในการรับฟังสิ่งต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในขั้นตอนต่อไป 2) การระบุประเด็นปัญหา (Define) คือ เมื่อเราทราบที่มาที่ไปของปัญหาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว เราต้องกำหนดโจทย์ก่อนเพื่อกำหนดกรอบในการแก้ไขปัญห 3) การร่วมระดมความคิดอย่างสร้างสรรค์ (Ideate) เป็นการเปิดความคิดให้ออกจาก

คำถาม	คะแนน	แนวทางการให้คะแนน
		กรอบความคิดเดิม ๆ เพื่อให้เกิดแนวทางการแก้ไขปัญหามากมายและการมองเห็นความเป็นไปได้จากการกรองความคิดเหล่านั้นมาสู่แนวทางการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นได้จริงและสอดคล้องกับศักยภาพของชุมชน 4) ตัวอย่างการสร้างตัวต้นแบบ (Prototype) เป็นขั้นตอนที่นำความคิดที่เป็นไปได้จริงและสอดคล้องกับศักยภาพมาสร้างให้เกิดความเป็นรูปธรรมมากขึ้น เพื่อให้เกิดข้อคิดเห็นต่อต้นแบบและนำไปพัฒนาจนสามารถมั่นใจในการนำไปใช้จริงได้ และ 5) การทดสอบ (Test) จากตัวต้นแบบที่ได้รับการพัฒนาจนเกิดความมั่นใจที่จะนำไปทดลองการใช้งานจริง ๆ เพื่อให้เกิดคุณค่าและประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
2) กระบวนการสุนทรียศาสตร์ (Appreciative Inquiry) คืออะไร และประกอบไปด้วยขั้นตอนอะไรบ้าง จงอธิบายอย่างละเอียด	1	คำถามเพื่อเน้นความเข้าใจหรือทบทวนเนื้อหาทฤษฎีจากกระบวนการสุนทรียศาสตร์ โดยคำตอบควรมีองค์ประกอบดังนี้ กระบวนการในการค้นหาศักยภาพที่มีอยู่ผ่านการตั้งคำถามเชิงบวกอย่างเป็นระบบ และนำศักยภาพมาใช้ในการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ สุนทรียศาสตร์หลักการที่อยู่บนความเชื่อว่า มนุษย์สามารถเป็นผู้กำหนดชะตากรรมของตนเอง โดยอาศัยการเติบโตจากประสบการณ์ในอดีต บนพื้นฐานของการคิดบวก อารมณ์เชิงบวก และการเปลี่ยนแปลงจากการตั้งคำถามกระบวนการในการทำสุนทรียศาสตร์ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) Discovery หรือการค้นหาประสบการณ์ที่ดีที่สุด เรื่องราวที่ดี แง่มุมที่ดีจากการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น หรือการทำงานร่วมกัน 2) Dream ให้ผู้เข้าร่วมร่วมกันตั้งความหวัง ความฝัน ที่อยากให้เกิดขึ้น อยากให้เป็นจริงในชุมชน โดยก้าวข้ามขอบเขตที่

คำถาม	คะแนน	แนวทางการให้คะแนน
		เคยมีอยู่ 3) Design เป็นการออกแบบขั้นตอนหรือกระบวนการทำงานให้เป็นไปตามความฝันที่เราตั้งเป้าหมายร่วมกัน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และ 4) Destiny หรือการทำให้เป็นจริง เป็นการหารือร่วมกันว่าจะทำอะไรให้เป้าหมายนี้สำเร็จตามที่เราฝัน ผ่านการหารือร่วมกัน บนพื้นฐานของการทำข้อตกลงกับภาคีต่าง ๆ

*เมื่อคำนวณคะแนนแล้วเสร็จควรในสัปดาห์นี้ผู้เรียนควรได้คะแนนการทดสอบย่อยประจำสัปดาห์ที่ 5 จำนวน 2 คะแนน

(ตัวอย่าง)

แนวทางการประเมินผลผ่านแบบสะท้อนคิด (Reflection)

แนวทางการประเมินผลผู้เรียนผ่านแบบสะท้อนคิดมีขึ้นเพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมและความสนใจต่อเนื้อหาการเรียนการสอนประจำสัปดาห์ที่ 5 เรื่องกระบวนการคิดเชิงระบบเพื่อการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้ผู้สอนที่นอกเหนือไปจากการทดสอบย่อย โดยเมื่อบรรยายแล้วเสร็จควรจัดการประเมินผลผ่านแบบสะท้อนคิดเพื่อนำไปประเมินผลว่าภายหลังจากเสร็จสิ้นการเรียนรู้ ผู้เรียนมีองค์ความรู้มากน้อยเพียงใด อย่างไรก็ตามแนวทางการประเมินผลผ่านการทดสอบย่อยเป็นเพียงตัวอย่าง ผู้สอนสามารถปรับใช้ได้ตามดุลยพินิจที่เหมาะสมกับผู้เรียนด้วยตนเอง โดยวัตถุประสงค์ของแบบสะท้อนคิดมุ่งหวังจะช่วยให้ผู้เรียนได้เกิดนำความรู้ทางทฤษฎีที่ได้เรียนมาสู่แนวทางการปฏิบัติได้ ขั้นตอนของแบบสะท้อนคิดเริ่มจากให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มกันหรือเป็นรายบุคคลตามดุลยพินิจของผู้สอนและกำหนดโจทย์เพื่อการฝึกปฏิบัติ ดังนี้

โจทย์เพื่อการปฏิบัติในแบบสะท้อนคิด	แนวทางการประเมินผลผู้เรียน
ให้ฝึกปฏิบัติผ่านโจทย์ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการคิดเชิงระบบเพื่อการออกแบบ โดยโจทย์คือ “ออกแบบชีวิตของผู้เรียน” โดยผู้เรียนต้องออกแบบชีวิตตนเองผ่านการใช้กระบวนการคิดเชิงระบบเพื่อการออกแบบครบทุกขั้นตอนเพื่อเป็นการฝึกปฏิบัติ	ผู้สอนควรพิจารณาการประเมินผลผู้เรียนผ่านคำตอบจากการฝึกปฏิบัติ ดังนี้ โจทย์เพื่อฝึกปฏิบัติผู้เรียนโดยให้ออกแบบชีวิตผู้เรียน โดยผู้สอนสามารถประเมินผลได้ผ่านการออกแบบชีวิตของผู้เรียนว่ามีที่ครบ 5 ขั้นตอนที่ได้บรรยายไปหรือไม่ ในสัปดาห์นี้ผู้เรียนต้องได้คะแนนประเมินผลเป็น

โจทย์เพื่อการปฏิบัติในแบบสะท้อนคิด	แนวทางการประเมินผลผู้เรียน
	จำนวน 2 คะแนน ผู้สอนสามารถพิจารณาว่าผู้เรียน ออกแบบชีวิตของตนได้ครบขั้นตอนการคิดเชิงระบบ เพื่อการออกแบบ อย่างไรก็ตามให้ผู้สอนเป็นผู้ พิจารณาแนวทางการให้คะแนนเพื่อให้สะดวกต่อ ผู้สอนมากที่สุด

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การมีส่วนร่วมรายบุคคล” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สื่อและแหล่งเรียนรู้

Live Platform. (ม.ป.ป.) คุณกวีวุฒิ เต็มภูวภัทร: *BMD1001 : Design Thinking*.

<https://www.live-platforms.com/courses/15>

เอกสารอ้างอิง

The Gen C. (n.d.). *Start Up* ทำเงิน “Airbnb จะเข้ามาเปลี่ยนแวดวงอสังหาอย่างไรบ้าง”.

<https://www.ananda.co.th/blog/thegenc/start-up-airbnb/>

Voltage Control. (2022, May 21). *8 Great Design Thinking Examples*.

<https://voltagecontrol.com/blog/8-great-design-thinking-examples/>

เอกสารประกอบการอ่านเพิ่มเติม

Brown, T., & Katz, B. (2009). *Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. New York: Harper Collins.

Rowe, P. G. (1987). *Design thinking*. MIT press.

สัปดาห์ที่ 6:
เครื่องมือการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคม
และการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม
สำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม

**สัปดาห์ที่ 6: เครื่องมือการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคม
และการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมสำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม**

ชื่อเนื้อหาประจำสัปดาห์

เครื่องมือการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคมและการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม
สำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) สามารถอธิบายในแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการด้านการประกอบการเพื่อสังคม
- 2) สามารถนำเสนองานที่มีการบูรณาการความรู้จากสหสาขาวิชาการ
- 3) มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาชีพ ที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ และแก้ปัญหาทางสังคม รวมถึงสถานการณ์ทั่วไป
- 4) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รู้จักเลือกและใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับปัญหาและกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน
- 5) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี

กิจกรรมการเรียนการสอน

หัวข้อ	จำนวน นาที่ที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
ความซับซ้อนของ ปัญหาสังคมและการ สร้างการเปลี่ยนแปลง ทางสังคมสำหรับ ผู้ประกอบการเพื่อ สังคม	10	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย

หัวข้อ	จำนวน นาทีที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
การวิเคราะห์ต้นไม้ ปัญหา (Problem tree analysis)	10	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย
การวิเคราะห์ความ ต้องการ (Empathy mapping)	10	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย
การวิเคราะห์การ เดินทางของกลุ่มผู้ ได้รับประโยชน์หลัก (Beneficiary journey mapping)	10	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย
กิจกรรมกลุ่ม	80	การอภิปราย กลุ่ม “ต้นไม้เจ้า ปัญหา”	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	Flip Chart

งานมอบหมาย

ไม่มี

เนื้อหาการบรรยาย

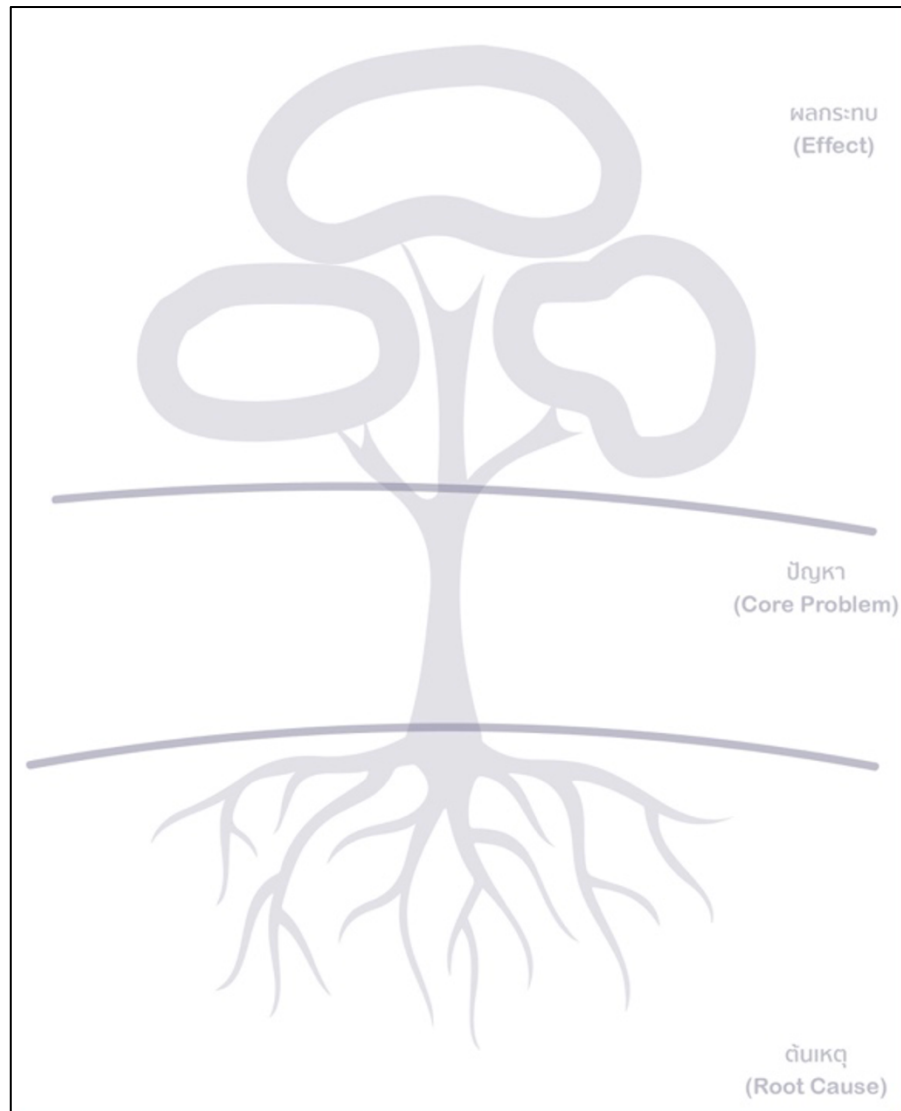
เนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงเครื่องมือการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคมและการสร้าง
การเปลี่ยนแปลงทางสังคมสำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม ซึ่งประกอบไปด้วย การวิเคราะห์ต้นไม้
ปัญหา (Problem tree analysis) การวิเคราะห์ความต้องการ (Empathy mapping) และการ
วิเคราะห์การเดินทางของกลุ่มผู้ได้รับประโยชน์หลัก (Beneficiary journey mapping) เนื้อหาในบท
นี้จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจถึงวิธีการใช้งานเครื่องมือดังกล่าวเพื่อสนับสนุนการประกอบธุรกิจเพื่อสังคม

การวิเคราะห์ต้นไม้ปัญหา (Problem tree analysis)

ต้นไม้เจ้าปัญหา คือ เครื่องมือที่จะช่วยกรอบให้เห็นความเชื่อมโยงของปัญหาต่าง ๆ โดยจะแสดงให้เห็นถึงสาเหตุและผลกระทบจากปัญหานั้น ทำโดยการวาดแผนภาพสาเหตุของปัญหา ปัญหาและผลลัพธ์ของปัญหาในรูปแบบต้นไม้ กล่าวคือ จะระบุสาเหตุ (Root cause) ไว้อย่างลึกที่สุดซึ่งก็คือรากของต้นไม้ ในขณะที่ตรงกลางของต้นไม้จะระบุถึงปัญหาหลัก (Core problem) และด้านบนสุดของต้นไม้จะระบุถึงผลกระทบที่เกิดจากปัญหา (Effect) โดยทั่วไปแล้ว ปัจจัยหลักของการวิเคราะห์ต้นไม้เจ้าปัญหา คือ การพิจารณาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้ร่วมทีมเพื่อที่จะตระหนักถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาจากการลงพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วย ปัญหาหลัก สาเหตุของปัญหา และผลกระทบของปัญหา การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกจะทำให้แต่ละคนตระหนักถึงความคิดเห็นของผู้ร่วมทีมต่อปัญหา สาเหตุของปัญหาและผลกระทบของปัญหา นอกจากนี้ การให้โอกาสดังกล่าวจะทำให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นจะทำให้ผู้ร่วมทีมรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของทีม โดยผลลัพธ์ของเครื่องมือ คือ จะได้ผลสรุปของปัญหาที่ต้องการแก้ไขร่วมกันของผู้ร่วมทีม ซึ่งปัญหาดังกล่าวจะเป็นปัญหาที่ทุกคนเห็นพ้องต้องกันว่าเป็นปัญหาที่ควรดำเนินการแก้ไข โดยขั้นตอนการใช้งานเครื่องมือมีดังต่อไปนี้

- 1) สัมภาษณ์ผู้ประสบปัญหา เนื่องจากปัญหาของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มจะมีความแตกต่างกันออกไปตามบริบทของที่อยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ดังนั้นการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ปัญหาที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายนั้นอาจจะต้องใช้เวลาในการพูดคุยเพื่อให้ได้ข้อสรุป การใช้ต้นไม้เจ้าปัญหาจะทำให้ทุกคนเห็นภาพเหมือนกัน ทุกคนสามารถเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนความคิดเห็นคนอื่น ๆ ได้ ในขณะเดียวกันการเขียนและแปลลงบนต้นไม้เจ้าปัญหานั้นจะทำให้หลุดประเด็น
- 2) ให้ผู้ใช้งานเครื่องมือสัมภาษณ์ถึงปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย โดยเริ่มจาก แกนกลางของปัญหา โดยขณะเริ่มดำเนินการอาจพบปัญหามากกว่าหนึ่งปัญหาก็ได้
- 3) ระบุแกนกลางของปัญหา เมื่อได้แกนกลางของปัญหาแล้วให้ระบุสาเหตุของปัญหาและผลกระทบจากปัญหา ซึ่งบางปัญหาสามารถมาจากสาเหตุเดียวกันได้
- 4) จากนั้นให้วิเคราะห์ร่วมกันว่าปัญหาที่แท้จริงคือปัญหาอะไร
- 5) หลังจากสามารถระบุประเด็นปัญหาของพื้นที่ได้แล้ว ให้ลองจัดอันดับว่าปัญหาใดควรเป็นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขที่สุด

ข้อแนะนำของการใช้งานเครื่องมือนี้คือ การระบุประเด็นปัญหาโดยใช้ต้นไม้เจ้าปัญหาควรเริ่มต้นจากการช่วยกันแสดงความคิดเห็นก่อน เมื่อสมาชิกเริ่มแสดงความคิดเห็นแล้วให้เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อให้สมาชิกคนอื่น ๆ ได้รับรู้ และสามารถมีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็นได้ รวมถึงในระหว่างที่ทุกคนกำลังแสดงความคิดเห็นเรื่องประเด็นปัญหาในชุมชน วิทยากรกระบวนการ อาจจะปล่อยให้สมาชิกหรือชุมชนได้ลงความคิดเห็นกันเอง แล้ววิทยากรกระบวนการทำหน้าที่สรุปประเด็นปัญหา ทำให้กระชับ จัดหมวดหมู่ เพื่อให้เข้าใจง่ายยิ่งขึ้น



รูป เครื่องมือ Problem tree analysis

การวิเคราะห์ความต้องการ (Empathy mapping)

เครื่องมือ Empathy Mapping เป็นเครื่องมือที่เหมาะสมกับการใช้เพื่อทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย โดยมีที่มาจากหนึ่งในกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นขั้นตอน

สำคัญที่สุดคือ ทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง ไม่ใช่แค่เข้าใจเพียงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย แต่เข้าใจเสมือนเป็นกลุ่มเป้าหมาย เข้าใจความรู้สึกนึกคิด ความคาดหวัง ผิดหวัง กังวลใจ และความต้องการที่ลึกซึ้งมากกว่าการบอกความต้องการ

เครื่องมือ Empathy Mapping สามารถใช้สำรวจหรือเข้าถึง Insight ของกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายตามความต้องการของผู้ใช้เครื่องมือ แม้เครื่องมือดังกล่าวจะถูกออกแบบมาเพื่อใช้ในการสร้างนวัตกรรม หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และธุรกิจ แต่สามารถนำมาปรับใช้ในการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายเพื่อเป้าหมายในการทำงานร่วมกันได้เช่นกัน โดยต้องเข้าใจในแต่ละส่วนของเครื่องมือที่แบ่งออกเป็น 7 ส่วน คือ Think, Feel, See, Say, Do, Hear, Pain และ Gain และนำทุกส่วนในเครื่องมือไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย

เครื่องมือ Empathy Mapping สามารถใช้งานได้โดยเมื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสำรวจข้อมูลเชิงลึกแล้วเสร็จ ให้นำกระดาษหรืออุปกรณ์ที่สามารถเก็บเครื่องมือ Empathy Mapping ซึ่งใช้ในการสำรวจ โดยการใช้เครื่องมือนี้จะต่างจากการสัมภาษณ์ หรือเก็บภาพถ่าย แต่ต้องใช้ประสาทสัมผัสทั้งหมดในการสำรวจ ไม่ใช่เพียงแค่ตั้งคำถามให้ครบตามแต่ละส่วน แต่ต้องสังเกตรอบ ๆ สำรวจในสิ่งทีนอกเหนือไปจากกลุ่มเป้าหมายให้คำตอบ แต่เข้าใจผ่านกลิ่น จังหวะ ท่าทาง และสีหน้าแววตา กล่าวคือ การมุ่งทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง ไม่สามารถทำได้เพียงแค่สัมภาษณ์ แต่ต้องอาศัยทุกวิถีทางในการเข้าใจแบบที่เขาคิด

หลังจากเข้าใจเทคนิคในการสำรวจกลุ่มเป้าหมาย วิธีการใช้เครื่องมือ Empathy Map Canvas คือ การสำรวจข้อมูลตามแต่ละส่วน ไม่จำเป็นต้องเรียงต่อกัน หรือถาม 1 และไปต่อที่ 2 เท่านั้น แต่สามารถตั้งคำถามให้เหมาะสมกับช่วงเวลาการตอบคำถามของกลุ่มเป้าหมาย และออกแบบคำถามเพื่อให้ตอบโจทย์ในแต่ละส่วนของเครื่องมือ มีรายละเอียดของทั้ง 7 ส่วน ดังนี้

- 1) Who are we empathizing with? คือ ใครคือกลุ่มเป้าหมายที่เรากำลังทำความเข้าใจหรือสำรวจ เขามีบทบาทหน้าที่อย่างไรในชุมชน และทำไมเราต้องสำรวจกลุ่มเป้าหมายคนนี้
- 2) What do they need? กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการสิ่งใด และต้องเป็นความต้องการที่แท้จริง
- 3) What do they see? กลุ่มเป้าหมายมองเห็นอะไร และเขาชอบมองอะไรอยู่ เข้าใจผ่านการมองเห็นของเขา
- 4) What do they say? คำพูด ประโยค ที่เขากล่าวถึงซ้ำไปซ้ำมา เป็นคำติดปากที่ช่วยให้เราเข้าใจความต้องการของเขาได้อย่างลึกซึ้ง

5) What do they do? เขาทำอะไรบ่อยครั้ง มีพฤติกรรมเช่นไร ท่าที่ ลักษณะการ แสดงออก

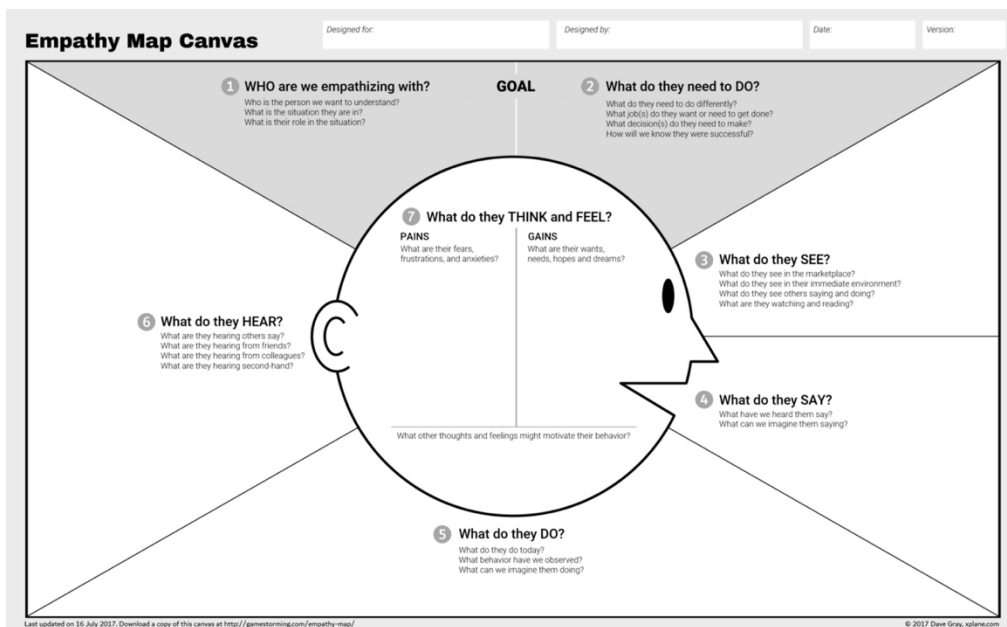
6) What do they hear? เขากล่าวถึงสิ่งที่เขาได้ยินคนอื่นพูดเช่นไร คนในชุมชน ฯลฯ

7) What do they think and feel? สิ่งที่เขาคิดและรู้สึก โดยแบ่งออกเป็นความเจ็บปวด และความสำนึก

7.1) Pains สำรวจสิ่งที่เป็นปัญหาอุปสรรค หรือความเจ็บปวดของกลุ่มเป้าหมาย

7.2) Gains สำรวจสิ่งที่เป็นความคาดหวัง หรือสิ่งที่ประสบความสำเร็จของกลุ่มเป้าหมาย

ข้อแนะนำในการใช้งานคือ การใช้เครื่องมือ Empathy Mapping ในการทำความเข้าใจชุมชน ต้องพยายามสื่อสารให้ได้มากที่สุด ลดการจดบันทึกทันทีที่ได้ยิน หรือเห็น เพราะจะทำให้เกิดบรรยากาศการเกรงกลัวต่อการให้ข้อมูล แต่ให้ผู้สำรวจทำความเข้าใจเครื่องมืออย่างเข้าใจก่อนจะลงสำรวจ และใช้การจดจำเพื่อมาจดบันทึกย้อนหลัง นอกจากนี้การตั้งคำถามในแต่ละส่วนของเครื่องมือไม่ควรถามตรง ๆ เช่น คุณมีความเจ็บปวดกับอะไรอยู่บ้าง ในชุมชนของคุณเจอปัญหาอะไร แต่เป็นการช่วยคุณเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเล่าออกมาด้วยตนเอง เพื่อความสบายใจและไม่โจมตี หรือแบ่งแยกระหว่างเราและเขา



รูป เครื่องมือ Empathy Mapping

ที่มา: Dave Gray, xplane.com (2017)

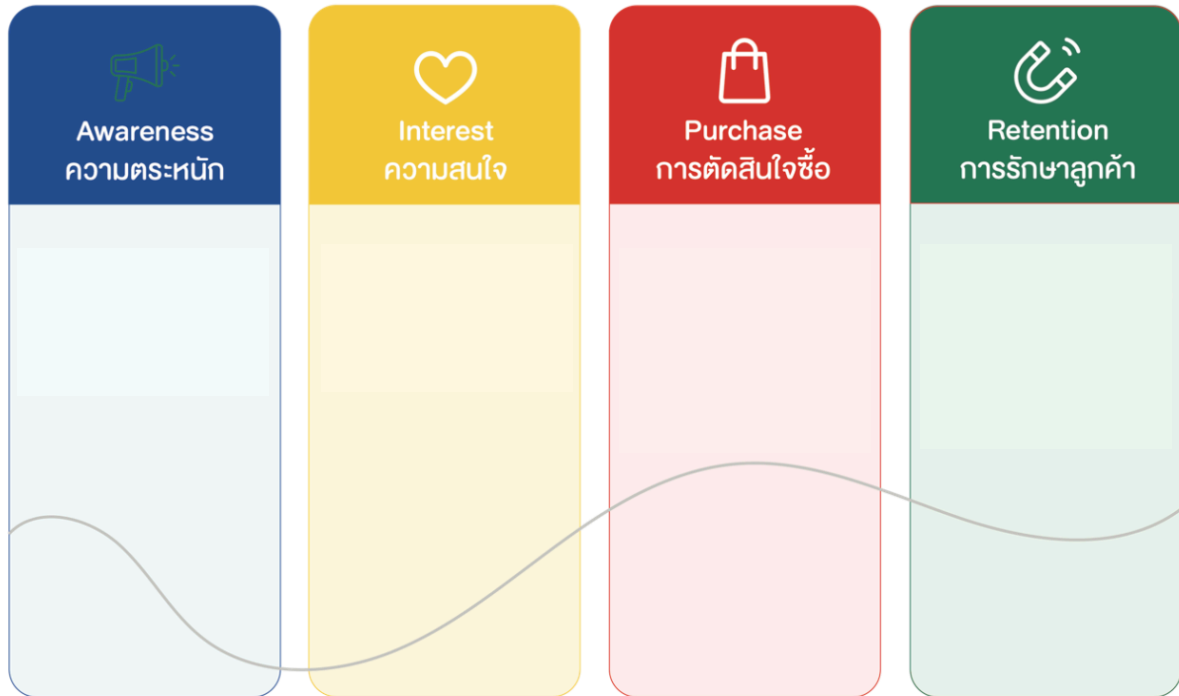
การวิเคราะห์การเดินทางของกลุ่มผู้ได้รับประโยชน์หลัก (Beneficiary journey mapping)

เครื่องมือนี้ได้ดัดแปลงมาจากการทำความเข้าใจลูกค้า เพื่อโน้มน้าวพฤติกรรมกรรมการบริโภคของลูกค้าได้ถูกช่วงเวลาและถูกวิธี เพื่อนำมาปรับใช้ในการทำความเข้าใจกลุ่มผู้ได้รับประโยชน์หลัก ซึ่งหมายถึงกลุ่มเป้าหมายของเรา สามารถนำเครื่องมือการเดินทางของลูกค้า (Customer Journey) มาปรับใช้ได้ โดยเครื่องมือดังกล่าวตามทฤษฎีแบบดั้งเดิม (Tradition Customer Journey) นั้น พื้นที่ส่วนหน้าหรืองานบริการส่วนหน้า (Stage) การซื้อของลูกค้าแบ่งออกได้เป็น 5 ขั้นตอนคือ Awareness, Interest, Intent, Evaluation และ Purchase สามารถนำมาใช้ในการติดตามเส้นทางการทำงาน หรือตัดสินใจรูปแบบอื่น ๆ เพื่อเข้าใจเส้นทางในการประสบปัญหาของกลุ่มเป้าหมายได้ โดยการเดินทางของลูกค้าจะบอกเล่าประสบการณ์ของลูกค้า เริ่มตั้งแต่การรับรู้ถึงการมีอยู่ของสินค้าสู่ขั้นตอนการซื้อขาย การทดลองใช้งาน ถึงการเกิดความภักดี (Royalty) ต่อสินค้า เป็นกระบวนการปฏิบัติสัมพันธ์และประสบการณ์ที่ลูกค้าจะมีต่อสินค้า

การดัดแปลงเครื่องมือที่ใช้ทำความเข้าใจลูกค้า มาใช้ทำการเข้าใจกลุ่มผู้ได้รับผลประโยชน์หลัก สามารถดัดแปลงโดยการจำลองสถานการณ์ร่วมกันว่า หากเป็นกลุ่มผู้ได้รับผลประโยชน์หลักที่ต้องการบรรลุเป้าหมายบางประการ ควรมีขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมใดบ้าง เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนของ Customer Journey ช่วยให้เข้าใจบริบทของกลุ่มผู้ได้รับผลประโยชน์หลัก ช่วยให้เข้าใจว่าวัตถุประสงค์การทำงานร่วมกับกลุ่มนั้น ทำอะไร ทำผ่านรูปแบบใด และจะสร้างความประทับใจต่อการทำงานร่วมกันอย่างไร ทำอย่างไรให้สร้างคุณค่าหรือประสิทธิภาพผ่านการทำความเข้าใจทางเดินของลูกค้า ขั้นตอนการเดินทางมีดังนี้

- 1) การรับรู้ (Awareness) คือ กลุ่มผู้ได้รับผลประโยชน์หลัก รับรู้ มองเห็น สินค้าหรือบริการตามพื้นที่ต่าง ๆ ลูกค้าสามารถจดจำสินค้าและบริการ ต้องสร้างการรับรู้ให้กลุ่มลูกค้าผ่านการออกแบบให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย
- 2) การสนใจ (Interest) การให้กลุ่มผู้ได้รับผลประโยชน์หลักเกิดความสนใจต่อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ สร้างความน่าสนใจให้อยากซื้อหรือใช้บริการ
- 3) การตัดสินใจซื้อ (Purchase) คือ การที่กลุ่มผู้ได้รับผลประโยชน์หลัก หรือกลุ่มเป้าหมายอยากซื้อสินค้าหรือบริการ การจัดวางพื้นที่เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจส่งผลอยากซื้อสินค้าและบริการ เช่น ออกแบบให้ง่ายต่อการเข้าถึง ออกแบบให้เหมาะสมต่อกลุ่มลูกค้า

- 4) การรักษาลูกค้า (Retention) คือ การออกแบบวิธีการเพื่อรักษากลุ่มลูกค้า โดยวิเคราะห์ว่าลูกค้าสนใจหรือให้ความสนใจ กลับมาซื้อสินค้าและบริการเพราะเหตุใด เพื่อนำมาปรับให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ากลับมาอุดหนุน



รูป เครื่องมือ Beneficiary journey mapping

ที่มา: คู่มือเครื่องมือเพื่อใช้ในการทำงานร่วมกับชุมชน (2565)

ใบกิจกรรมที่ 6.1

ชื่อกิจกรรม: การอภิปรายกลุ่มหัวข้อ “ปัญหาและความต้องการของชุมชน”

ระยะเวลา: 80 นาที

สาระสำคัญ:

การประยุกต์เอาเครื่องมือการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคมและการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมสำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคมไปใช้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ที่ได้รับ ให้ผู้เรียนสามารถมองเห็นการประเดิมปัญหาที่ต้องการออกแบบกลไกธุรกิจไปใช้เพื่อแก้ไขปัญหาสังคมได้อย่างชัดเจน

วัตถุประสงค์ของการเรียนรู้:

- 1) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจความซับซ้อนของปัญหาสังคม
- 2) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมโดยผู้ประกอบการเพื่อสังคม
- 3) เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคมและการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม:

ขั้นตอน	ระยะเวลา
1) ให้ผู้เรียนแบ่งกลุ่มเป็น 6 กลุ่ม ตามความสมัครใจของผู้เรียน	10 นาที
2) สมาชิกกลุ่มทั้ง 6 ร่วมกันระดมสมองเพื่อเลือกประยุกต์ใช้เครื่องมือที่ได้เรียนไปทั้ง 3 เครื่องมือ ในการวิเคราะห์ “ปัญหาและความต้องการของชุมชน” ทุกกลุ่มทำการสรุปทบทวนวิเคราะห์ลงบน Flip Chart	30 นาที
3) แต่ละกลุ่มนำเสนอทบทวนวิเคราะห์ของกลุ่มตนและร่วมแลกเปลี่ยนกับกลุ่มอื่น (กลุ่มละ 5 นาที)	30 นาที
4) สรุปกิจกรรมและชี้แจงการเตรียมความพร้อมในการนำเสนองานกลุ่มครั้งที่ 1 ในสัปดาห์ที่ 8 (ดูรายละเอียดการนำเสนอในสัปดาห์ที่ 8)	10 นาที

การประเมินผลกิจกรรม:

ผู้สอนประเมินผลความสามารถในการประยุกต์ใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคมและการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การนำเสนอที่ผ่านการวิเคราะห์

อย่างมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่ม รวมถึงการแลกเปลี่ยนประเด็นต่าง ๆ ระหว่างกลุ่มในเชิงของความถูกต้องในการใช้เครื่องมือและการมองความซับซ้อนของปัญหาสังคม

การสรุปกิจกรรม:

ปัญหาสังคมซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมจะต้องมีการวิเคราะห์และระบุประเด็นอย่างละเอียด ซึ่งอาจทำได้โดยยากเนื่องจากปัญหาสังคมนั้นมีธรรมชาติของปัญหาที่มีลักษณะซับซ้อนและแก้ไขได้ยาก เครื่องมือต่าง ๆ ที่ได้แลกเปลี่ยนกันในสัปดาห์นี้อาจจะถูกนำมาเลือกใช้ในการช่วยวิเคราะห์ความซับซ้อนรวมทั้งใช้เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ด้วย

กลุ่มที่ 1

อำเภอประจักษ์ศิลปาคม มีประชากรเด็กอายุ 0-12 ปี ถึงร้อยละ 25 และมีประชากรวัยรุ่นอายุ 13-18 ร้อยละ 10 จากข้อมูลสุขภาพพบว่า ะยะนี้มีการระบาดของโรคไข้เลือดออกทำให้เด็กและวัยรุ่นต้องเข้ารักษาตัวที่โรงพยาบาลจำนวนมาก คนในชุมชนขาดความตระหนักและความร่วมมือร่วมใจในการกำจัดลูกน้ำยุงลาย รวมถึงขาดอุปกรณ์ป้องกันตนเองและความรู้พื้นฐานในการรักษาตัวบุตรหลานด้วยตนเอง

กลุ่มที่ 2

อำเภอโพนพิสัย มีอัตราการเกิดอุบัติเหตุทางถนนสูงถึงสัปดาห์ละ 7-10 ครั้ง เนื่องจากมีจุดเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุจำนวนมาก โดยส่วนใหญ่เกิดจากถนนไม่เรียบเป็นหลุมเป็นบ่อ ไม่มีป้ายจราจรเตือน และมีจุดบอดในสายตาผู้ขับขี่จำนวนมาก คนในชุมชนที่ขับรถใช้ถนนก็มักไม่ปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัด บางรายไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎจราจรอย่างแท้จริง เนื่องจากไม่สามารถจำกฎระเบียบที่มีมากได้

กลุ่มที่ 3

อำเภอเขาพนม มีประชากรผู้สูงอายุร้อยละ 35 และมีผู้สูงอายุถึงร้อยละ 10 ที่มีความเสี่ยงในการเกิดภาวะติดบ้านและติดเตียง เนื่องจากปัญหาทางด้านเศรษฐกิจที่ไม่ดี มีความเชื่อว่า หากไม่ออกมาทำกิจกรรมนอกบ้าน ก็จะต้องเสียเงิน ทำให้สุขภาพทางกายและใจเริ่มถดถอยลงจากภาวะความเครียดในการไม่มีสังคมและรายได้ที่ไม่พอเพียง อีกทั้งในชุมชนยังมีพื้นที่ในการประกอบกิจกรรมทางกายที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุอยู่น้อยและห่างไกลจากบริเวณที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ

กลุ่มที่ 4

อำเภอจรัล เป็นชุมชนที่เน้นเรื่องการท่องเที่ยวชุมชน แต่ตั้งแต่สถานการณ์โควิด - 19 อุบัติขึ้น นักท่องเที่ยวจากทั้งในประเทศและต่างประเทศก็ขาดหายไปหมด ปัจจุบันชุมชนมีรายได้หลักจากการทำสวนทุเรียน จึงคิดอยากจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มาจากทุเรียนเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนแทน แต่ชุมชนขาดทั้งอุปกรณ์และองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถสร้างความโดดเด่นให้กับชุมชนของตนเองได้ ช่องทางการขายก็มียังจำกัด ปัจจุบันชุมชนพยายามเรียนรู้การใช้ช่องทางการขายออนไลน์แต่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จนัก

กลุ่มที่ 5

อำเภวาริรัมย์ เป็นชุมชนริมน้ำที่มีปัญหาเรื่องความสะอาดของแหล่งน้ำในชุมชน ซึ่งเกิดจากการทิ้งขยะและของเสียอื่น ๆ จากครัวเรือนลงสู่คลองเส้นหลักของชุมชน ทำให้เกิดน้ำเน่าเสีย มีกลิ่นเหม็น มีสีดำ คลองที่เคยเป็นหน้าบ้านของชุมชน ปัจจุบันเมื่อไม่มีการเดินทางโดยเรืออย่างสม่ำเสมอ หลายบ้านจึงเปลี่ยนทางเข้าออกไปสู่ถนนที่ตัดผ่านใหม่มา คลองจึงกลายเป็นหลังบ้านที่ทุกคนไม่ใช้งานและไม่ดูแลรักษาเหมือนเดิม ชุมชนที่เคยจับปลาในคลองไปขายได้ก็ต้องล้มเลิกการขายรายได้ดังกล่าวไป กลิ่นเหม็นทำให้บางบ้านย้ายออกไปตาม ๆ กัน บ้านร้างหลายหลังกลายเป็นแหล่งเสพและขายยาเสพติดของคนในละแวกชุมชน

กลุ่มที่ 6

อำเภอเอกราช มีประชากรผู้สูงอายุ 25% ของคนในชุมชน อีก 40% เป็นคนวัยกลางคน ในอดีตอำเภอนี้เป็นชุมชนเกษตรกรรม ชาวบ้านปลูกผักเลี้ยงปลาขายในพื้นที่ แต่หลังจากราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ ชาวบ้านวัยกลางคนก็ต้องรับงานใช้แรง ลูกหลานและคนวัยทำงานทยอยออกจากพื้นที่เพื่อเข้าไปเรียนหนังสือและหางานทำในตัวเมืองที่แม้จะได้ผลตอบแทนไม่ดีขึ้น แต่มากกว่าการทำเกษตรกรรมในปัจจุบัน ส่งผลให้ประชากรผู้สูงอายุขาดคนดูแลอย่างใกล้ชิด ประกอบกับสถานการณ์โควิดทำให้เกิดความเครียด ครอบครัวจำนวนหนึ่งต้องกักกันที่นอกระบบซึ่งมีดอกเบี้ยยที่ค่อนข้างสูง ในชุมชนมีผู้มีความรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์ แต่เพราะคนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ จึงไม่มีแรงทำการเกษตรมากนัก

กลุ่มที่ 7

อำเภอธวัชบุรี เป็นชุมชนแออัดที่ครัวเรือนมีรายได้น้อยไปจนถึงปานกลาง ในชุมชนมีปัญหาการติดตั้งไฟฟ้าสาธารณะที่ยังสว่างไม่ทั่วถึง ทำให้การสัญจรในเวลากลางคืนเป็นไปด้วยความยากลำบาก ช่วง 3 ปีก่อนมีคนนอกพื้นที่ใช้ปัญหาไฟฟ้าสาธารณะไม่ทั่วถึงดังกล่าวในการค้าขายยาเสพติด ทำให้ช่วงปีที่ผ่านมามียาเสพติดแพร่ระบาดเข้ามาในพื้นที่ เยาวชนจำนวนหนึ่งติดยามากขึ้น ก่อนที่

จำนวนจะเพิ่มมากขึ้นอีกหลังจากภาครัฐเปลี่ยนให้สามารถซื้อขายกัญชาได้อย่างเสรี การไม่มีกฎเกณฑ์
รองรับทำให้การซื้อขายกัญชาปรากฏขึ้นในโรงเรียนมัธยมศึกษาในพื้นที่

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การมีส่วนร่วมรายบุคคล” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การอภิปรายกลุ่ม” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สื่อและแหล่งเรียนรู้

SET. (n.d.). S04: การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ และความเสี่ยงด้านความยั่งยืน (Materiality and Sustainability Risk Analysis). <https://www.setsustainability.com/trainings/95/s04-e-learning->

เอกสารอ้างอิง

โครงการการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและกลไกเพื่อขับเคลื่อนกิจการเพื่อสังคม สำหรับมหาวิทยาลัย เพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่. (2565). คู่มือเครื่องมือเพื่อใช้ในการทำงานร่วมกับชุมชน. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (สกสว.).

เอกสารประกอบการอ่านเพิ่มเติม

Barreto-Dillon, L. (n.d.). Problem Tree Analysis. SSWM. Retrieved October 9, 2021, from [sswm.info/taxonomy/term/2647/ problem-tree-analysis](https://sswm.info/taxonomy/term/2647/problem-tree-analysis).

สัปดาห์ที่ 7:

ฝึกปฏิบัติการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง

สัปดาห์ที่ 7: ฝึกปฏิบัติการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง

ชื่อเนื้อหาประจำสัปดาห์

ฝึกปฏิบัติการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) สามารถนำความรู้และเครื่องมือทางการประกอบการเพื่อสังคมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตหรือการประกอบอาชีพได้
- 2) สามารถนำเสนองานที่มีการบูรณาการความรู้จากสหสาขาวิชาการ
- 3) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 4) มีจิตสำนึก และพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนอย่างมีคุณธรรม

กิจกรรมการเรียนการสอน

หัวข้อ	จำนวน นาทีที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Empathize)	25	การฝึกปฏิบัติ	ฝึกปฏิบัติการ ผ่าน “การ ออกแบบธุรกิจ เพื่อสังคมของ ตนเอง”	สไลด์ ประกอบการฝึก ปฏิบัติ
ระบุประเด็นปัญหาที่ ต้องการแก้ไข (Define)	25	การฝึกปฏิบัติ		สไลด์ ประกอบการฝึก ปฏิบัติ
ระดมสมองเพื่อสร้าง ธุรกิจเพื่อสังคม (Ideate)	25	การฝึกปฏิบัติ		สไลด์ ประกอบการฝึก ปฏิบัติ

หัวข้อ	จำนวน นาทีที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
การสร้างและทดสอบ ตัวต้นแบบ (Prototesting)	25	การฝึกปฏิบัติ		สไลด์ ประกอบการฝึก ปฏิบัติ
รายงานเดี่ยว อธิบายคำชี้แจง	20	รายงานเรื่อง “ธุรกิจเพื่อสังคม ในอีก 5 ปีของ ฉัน”	แบบฝึกหัดเดี่ยว	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย

งานมอบหมาย

รายงานเรื่อง “ธุรกิจเพื่อสังคมในอีก 5 ปีของฉัน” ส่งสัปดาห์ที่ 15

คำชี้แจง

จากที่ผู้เรียนได้ผ่านเนื้อหาการเรียนการสอนมาจำนวน 7 ครั้งที่ผ่านมาตั้งแต่การแนะนำรายวิชาและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับความยั่งยืน ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม รูปแบบโมเดลธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม การส่งเสริมผู้ประกอบการทางสังคมผ่านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กระบวนการคิดเชิงระบบเพื่อการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม เครื่องมือการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคมและการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมสำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม รวมถึงการฝึกปฏิบัติการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง จึงมอบหมายรายงานเดี่ยวในหัวข้อเรื่อง “ธุรกิจเพื่อสังคมในอีก 5 ปีของฉัน” โดยมีข้อกำหนดว่า รายงานที่นำเสนอต้องประกอบไปด้วยเนื้อหาครบทุกสัปดาห์ที่ได้เรียนผ่านมา ต้องอธิบายให้เข้าใจว่าเหตุใดจึงเลือกธุรกิจนี้มาขับเคลื่อนเป็นธุรกิจเพื่อสังคม มีที่มาและรูปแบบอย่างไร ช่วยแก้ไขปัญหาใดให้สังคม ช่วยส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยได้อย่างไร และธุรกิจเพื่อสังคมที่ออกแบบมาต้องประกอบด้วยการพัฒนาโดยแนวคิดเชิงออกแบบร่วมด้วยโดยต้องมีเป้าหมายหลักคือการมุ่งแก้ไขปัญหาทางสังคมแต่ในขณะเดียวกันก็ยังสามารถดำเนินการทางธุรกิจต่อไปได้ อธิบายทุกหัวข้อโดยละเอียด

แนวทางการประเมินผล

เมื่อผู้เรียนนำเสนอรายงานเรื่อง “ธุรกิจเพื่อสังคมในอีก 5 ปีของฉัน” เพื่อพิจารณาแนวทางการประเมินผลให้ได้ 10 คะแนน เนื้อหาที่นำเสนอควรประกอบด้วย การวิเคราะห์ต้องมีข้อวิเคราะห์ครบ

ทั้งนี้ตามที่กำหนดคือ เนื้อหาต้องประกอบไปด้วยเนื้อหาครบทุกสัปดาห์ที่ได้เรียนผ่านมา อธิบายให้เกิดความเข้าใจว่าเหตุใดจึงเลือกธุรกิจนี้มาขับเคลื่อนเป็นธุรกิจเพื่อสังคม มีที่มาและรูปแบบอย่างไร ช่วยแก้ไขปัญหาใดให้สังคม ช่วยส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยได้อย่างไร และธุรกิจเพื่อสังคมที่ออกแบบมาต้องประกอบด้วยการพัฒนาโดยแนวคิดเชิงออกแบบร่วมด้วยโดยต้องมีเป้าหมายหลักคือการมุ่งแก้ไขปัญหาทางสังคมแต่ในขณะเดียวกันก็ยังคงสามารถดำเนินการทางธุรกิจต่อไปได้ เมื่อวิเคราะห์ได้ครบทุกหัวข้อจึงเห็นสมควรประเมินผลให้ได้ 10 คะแนน

ใบกิจกรรมที่ 7.1

ชื่อกิจกรรม: การฝึกปฏิบัติ “การออกแบบธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง”

ระยะเวลา: 120 นาที

สาระสำคัญ:

กระบวนการคิดเชิงระบบและเครื่องมือการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคมจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเพื่อสังคม หากมีการฝึกปฏิบัติด้วยความเข้าใจและมีตัวอย่างให้เห็น การฝึกปฏิบัติการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคมของตนเองจึงเป็นการทดสอบความรู้ความเข้าใจของผู้เรียน พร้อมทั้งยังได้แลกเปลี่ยนและเรียนรู้เพิ่มเติมจากเพื่อนร่วมชั้นด้วย

วัตถุประสงค์ของการเรียนรู้:

- 1) เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะในการนำเอากระบวนการคิดเชิงระบบและเครื่องมือการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคมมาใช้เพื่อออกแบบธุรกิจเพื่อสังคมของตนเองได้
- 2) เพื่อให้ผู้เรียนได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเพื่อนร่วมชั้น

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม:

ขั้นตอน	ระยะเวลา
1) ผู้เรียนจับคู่กันเพื่อเริ่มทำกิจกรรม	5 นาที
2) ผู้เรียนสลับกันแลกเปลี่ยนปัญหาสังคมที่ต้องการลดผลกระทบและกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการลดผลกระทบดังกล่าว (คนละ 10 นาที)	20 นาที
3) ผู้เรียนหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาดังกล่าวที่ได้แลกเปลี่ยนกับคู่ของตน ศึกษาต้นเหตุของปัญหา ผลกระทบที่กลุ่มเป้าหมายได้รับ และการเปลี่ยนแปลงที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ	15 นาที

ขั้นตอน	ระยะเวลา
4) แต่ละคู่แลกเปลี่ยนประเด็นปัญหาที่เป็นเป้าหมายในการสร้างการเปลี่ยนแปลง (คนละ 5 นาที)	10 นาที
5) แต่ละคู่สลับกันระดมสมองเพื่อเสนอธุรกิจเพื่อสังคมที่สามารถลดผลกระทบจากปัญหาดังกล่าว (10 นาที/คน)	20 นาที
6) ผู้เรียนคัดเลือกแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมที่เหมาะสมกับการแก้ไขปัญหาหรือลดผลกระทบของปัญหาที่ตนเองตั้งเป้าหมายไว้	15 นาที
7) ผู้เรียนเตรียมความพร้อมเพื่อนำเสนอในรูปแบบ (Elevator Pitching) คนละ 30 วินาที เพื่อร่วมชั้นร่วมส่งเสียงสะท้อนผ่าน Google Sheet	30 นาที
8) สรุปกิจกรรม	5 นาที

การประเมินผลกิจกรรม:

ผู้สอนประเมินผลความสามารถในการประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงระบบและเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคมและการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม รวมถึงทักษะในการนำเสนองานเดี่ยวและการสัมภาษณ์เพื่อทดสอบความเข้าใจเพิ่มเติม

การสรุปกิจกรรม:

กระบวนการคิดเชิงระบบที่ได้ฝึกปฏิบัติในห้องเรียนนั้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบธุรกิจ ออกแบบแนวทางในการแก้ไขปัญหา หรือ การสร้างนวัตกรรมในชีวิตประจำวันได้ ดังนั้น ผลที่ได้จากการฝึกปฏิบัติจึงอาจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ไม่หยุดนิ่ง ผู้เรียนต้องฝึกปฏิบัติกระบวนการคิดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับพฤติกรรมความคิดของตนให้เป็นความคิดเชิงระบบได้

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การมีส่วนร่วมรายบุคคล” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สัปดาห์ที่ 8:
นำเสนอผลงานกลุ่มครั้งที่ 1

สัปดาห์ที่ 8: นำเสนองานกลุ่มครั้งที่ 1

ชื่อเนื้อหาประจำสัปดาห์

นำเสนองานกลุ่มครั้งที่ 1

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รู้จักเลือกและใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับปัญหาและกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน
- 2) มีจิตสำนึก และพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัวอย่างมีคุณธรรม
- 3) สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ
- 4) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี

กิจกรรมการเรียนรู้

หัวข้อ	จำนวน นาทีที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
นำเสนองานกลุ่มครั้งที่ 1	120	การนำเสนองาน กลุ่ม “ออกแบบ ธุรกิจเพื่อสังคม”	ประเมินคุณภาพ จากการพัฒนา โครงการกลุ่ม	สไลด์ ประกอบการ นำเสนอ

* หมายเหตุ: เวลาในการนำเสนอขึ้นอยู่กับจำนวนกลุ่มที่ผู้สอนกำหนด เช่น หากมี 6 กลุ่ม จะทำการนำเสนอกลุ่มละ 12 นาที และ ชักถามเพิ่มเติมอีก 8 นาที

งานมอบหมาย

การนำเสนองานกลุ่มเรื่อง “การพัฒนา SE BMC ธุรกิจเพื่อสังคม” โดยพัฒนาจากโครงการที่ได้นำเสนอไว้ในสัปดาห์ที่ 8 (นำเสนอสัปดาห์ที่ 15)

โครงการกลุ่มเรื่อง “การพัฒนา SE BMC ธุรกิจเพื่อสังคม” (นำเสนอสัปดาห์ที่ 15)

คำชี้แจง

จากที่ผู้เรียนได้นำเสนอธุรกิจเพื่อสังคมของแต่ละกลุ่มเป็นที่เรียบร้อยแล้ว หลังจากนั้นกลุ่มผู้เรียนต้องร่วมกันพัฒนาโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม (SE BMC) โดยจะได้เรียนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการทำโมเดลธุรกิจเพื่อสังคมในสัปดาห์ครั้งต่อไป ในการนำเสนอผลงานกลุ่มที่ได้รับมอบหมาย ให้กลุ่มผู้เรียนร่วมกันวิเคราะห์ SE BMC ของธุรกิจเพื่อสังคมที่นำเสนอในสัปดาห์ที่ 8 โดยมีข้อกำหนดว่าจะต้องวิเคราะห์ออกมาเป็น 12 ช่อง พร้อมทั้งเขียนอธิบายรายละเอียดแยกออกมาที่ละหัวข้อโดยละเอียด และสอดคล้องกับเนื้อหาที่เรียนผ่านมา ในการนำเสนอผู้เรียนต้องมีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ และนำเสนอพร้อมรูปเล่มรายงานที่มีเนื้อหาสมบูรณ์ที่ได้วิเคราะห์ SE BMC

รายงานประกอบด้วย

หน้าปกที่มีรายชื่อสมาชิก

หัวข้อที่ 1 รายละเอียดของธุรกิจเพื่อสังคมที่กลุ่มได้ดำเนินการทำ

หัวข้อที่ 2 ทดลองการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมและวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม
รวมด้วย

หัวข้อที่ 3 รูป SE BMC โดยแต่ละช่องมีเนื้อหาพอสังเขป

หัวข้อที่ 4 รายละเอียด SE BMC อย่างละเอียด

แนวทางการประเมินผล

เมื่อผู้เรียนนำส่งรายงานและนำเสนอโครงการเรื่อง “การพัฒนา SE BMC ธุรกิจเพื่อสังคม” พิจารณาการให้ประเมินผลหรือการให้คะแนนผ่านการนำเสนอและรายงาน โดยให้คะแนนผ่านการนำเสนอ 5 คะแนนและให้คะแนนผ่านการที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกลุ่มอื่น ๆ ที่นำเสนอ 5 คะแนน คะแนนการนำเสนอ พิจารณาจากเนื้อหาครบถ้วนตามที่ได้รับมอบหมาย เนื้อหาที่นำเสนอควรประกอบด้วย รายละเอียดของธุรกิจเพื่อสังคมที่กลุ่มได้ดำเนินการทำ ทดลองการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมและวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมรวมด้วย รูป SE BMC โดยแต่ละช่องมีเนื้อหาพอสังเขป และรายละเอียด SE BMC อย่างละเอียด (เกณฑ์การให้คะแนนอย่างรายละเอียดอยู่ในสัปดาห์ที่ 15)

แนวทางการประเมินผล	คะแนน
รูปเล่มรายงาน (10 คะแนน)	
หัวข้อที่ 1 รายละเอียดของธุรกิจเพื่อสังคมที่กลุ่มได้ดำเนินการทำ	2
หัวข้อที่ 2 ทดลองการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมและวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมร่วมด้วย	2
หัวข้อที่ 3 รูป SE BMC โดยแต่ละช่องมีเนื้อหาพอสังเขป	2
หัวข้อที่ 4 รายละเอียด SE BMC อย่างละเอียด	4
การนำเสนอ (5 คะแนน)	
ความน่าสนใจของเนื้อหา	2
รูปแบบการนำเสนอ	1
ความถูกต้องของเนื้อหา	1
เวลาการนำเสนอ	1
ผู้เรียนมีส่วนร่วมต่อการตั้งคำถามกับกลุ่มอื่น ๆ ที่นำเสนอ (5 คะแนน)	
1 กลุ่มไม่จำเป็นต้องถามคำถามทุกกลุ่ม แต่คำถามควรเกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่เรียนหรือเกี่ยวข้องกับเนื้อหาธุรกิจของกลุ่มที่นำเสนออยู่	
รวมทั้งสิ้น	20

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การมีส่วนร่วมรายบุคคล” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

The background of the page is a bright yellow color with a torn paper effect. The top edge is jagged and uneven, and the bottom edge also has a torn, irregular appearance. The text is centered in the middle of the page.

สัปดาห์ที่ 9:

การสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม
และการประเมินผลการดำเนินงานเพื่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ

สัปดาห์ที่ 9: การสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม
และการประเมินผลการดำเนินงานเพื่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ

ชื่อเนื้อหาประจำสัปดาห์

การสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการประเมินผลการดำเนินงานเพื่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาชีพ ที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ และแก้ปัญหาทางสังคม รวมถึงสถานการณ์ทั่วไป
- 2) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รู้จักเลือกและใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับปัญหาและกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน
- 3) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 4) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน

หัวข้อ	จำนวน นาที่ที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
การระบุทฤษฎีการ เปลี่ยนแปลง (Theory of Change)	60	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย
การสร้างการ เปลี่ยนแปลงทาง สังคมและการ	60	การอภิปรายกลุ่ม “ปัญหาและ อุปสรรคในการ	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	Flip Chart

หัวข้อ	จำนวน นาที่ที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
ประเมินผลการ ดำเนินงานเพื่อสังคม ในรูปแบบต่าง ๆ		สร้างการ เปลี่ยนแปลงทาง สังคม”		

งานมอบหมาย

ไม่มี

เนื้อหาการบรรยาย

เนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการประเมินผลการดำเนินงานเพื่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งประกอบไปด้วย การระบุทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change) เนื้อหาในบทนี้จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจถึงวิธีการระบุทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจเพื่อสังคมของตนเองได้

การระบุทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change)

Theory of Change เป็นเครื่องมือที่เอื้อให้คณะทำงาน สามารถสร้างกรอบการดำเนินงาน บนทฤษฎีของตนเองได้ Theory of Change ทำหน้าที่อธิบายความเชื่อมโยงระหว่าง “กลไกทำงานหลักของโครงการ” สู่ “เป้าหมายระยะยาว” โดยทำให้เห็นว่าเพื่อจะไปสู่จุดนั้นได้ จะต้องทำอะไรที่จะเกิดผลระยะสั้น ที่มีเหตุผลเชิงความสัมพันธ์ที่จะเชื่อได้ว่ามันมีโอกาสนำไปสู่เป้าหมายระยะยาวได้จริง ๆ เป็นการตอบคำถามผ่านการจำลองว่า โครงการนี้มีคุณค่าอันเป็นการ เปลี่ยนแปลงเชิงบวกอะไรให้กับสังคม บ้างเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับสังคม (เป้าหมายของโครงการที่วางไว้) โดยเริ่มจากการระดมการมีส่วนร่วมเพื่อ ระบุเป้าหมายระยะยาวที่วางไว้ พร้อมอธิบายกระบวนการสร้างความเปลี่ยนแปลงผ่านการระบุความเชื่อมโยงที่เป็นเหตุปัจจัยตามชั้นเวลา

วิธีใช้เครื่องมือ

ให้คณะทำงานตั้งเป้าหมายในระยะยาวร่วมกัน ว่าอยากเห็นผลลัพธ์ หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไรจากการทำงานนั้น คณะทำงานหนึ่งสามารถมีทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงได้หลากหลาย ไม่ได้จำกัดแค่หนึ่งทฤษฎีเท่านั้น การกำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง จะใช้รูปประโยคว่า

“ถ้า _____ แล้ว _____” เป็นตัวกำหนดทิศทางของผลลัพธ์ที่ต้องการ โดย (1) หลังคำว่า “ถ้า” จะเป็นกิจกรรมที่สามารถเกิดขึ้นได้จริง และเป็นสมมติฐาน ว่าหากทำสิ่งนั้นแล้ว จะเกิดผลลัพธ์ที่ต้องการ (2) หลังคำว่า “แล้ว” คือ ผลที่ต้องการให้เกิดขึ้น และต้องสามารถวัดผลได้จริง ไม่เป็นนามธรรมหรือใช้คำว่าเกินไป ในการตั้งทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง ให้ใช้กับเรื่องที่คณะทำงานอยากตั้งสมมติฐานแต่ยังไม่รู้ว่าผลลัพธ์จะเป็นอย่างไร ไม่ใช่ประเด็นที่รู้ผลลัพธ์กันอยู่แล้ว

ให้คณะทำงาน คิดถึงผลลัพธ์ที่ต้องการ โดยใส่ไว้หลัง คำว่า “แล้ว” ก่อน จากนั้นค่อยมาระดมสมองกัน หาวิธีการที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์นั้น แล้วเติมหลังคำว่า “ถ้า” จึงจะประกอบกันเป็นรูปประโยคสมบูรณ์ เช่น

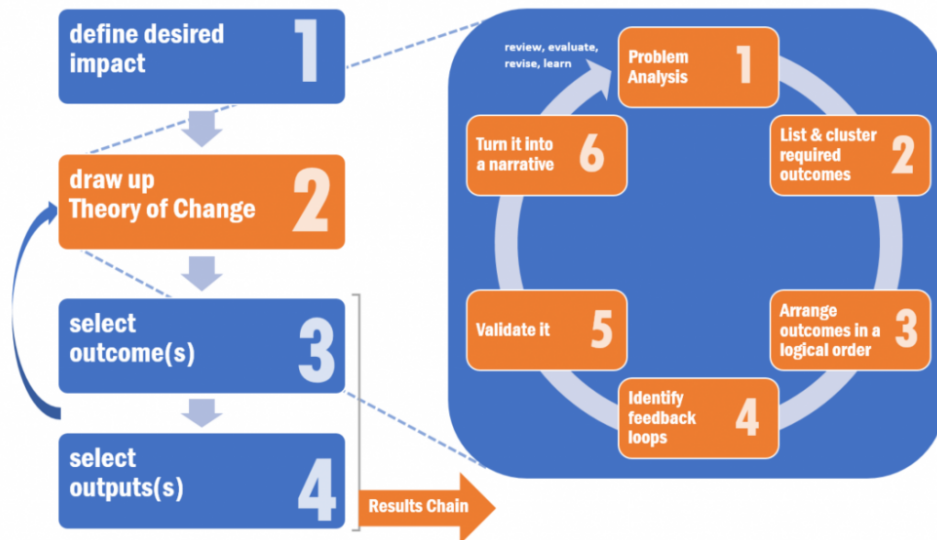
- “ถ้า” สมาชิกในชุมชนมีโอกาสในการทำกิจกรรมนันทนาการร่วมกันมากขึ้น “แล้ว” การผลักดันงานพัฒนาคุณภาพของคนในชุมชนตามแผนงาน สำเร็จลุล่วงได้รวดเร็วยิ่งขึ้น
- “ถ้า” ชุมชนมีการพัฒนาพื้นที่ส่องสว่างมากขึ้น “แล้ว” ปัญหาอาชญากรรมจะลดน้อยลง
- “ถ้า” ชุมชนมีการพัฒนาพื้นที่สาธารณะให้ใช้ ประโยชน์ได้หลากหลายขึ้น “แล้ว” ค่าใช้จ่ายใน การรักษาพยาบาลของคนในชุมชนจะลดลง
- “ถ้า” ชุมชนมีความสัมพันธ์อันดีและมีความ เข้มแข็งในการดำเนินกิจกรรมร่วมกัน “แล้ว” ความเสียหายจากภัยพิบัติต่าง ๆ จะน้อยลง

ทั้งนี้ในการใช้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง จะเน้นการเปลี่ยนแปลงเป็นหลัก ไม่ใช่เน้นการจัดปัญหา ให้มองการเปลี่ยนแปลงที่อยากให้เกิดขึ้นใน 1 – 5 ปี ให้มีการพัฒนาทีละน้อย ค่อยๆเป็น ค่อยๆไป ไม่ใช่มองไปที่วิธีแก้ปัญหาละเลย

Theory of Change

When and how to use it

Thomas Winderl, Ph.D., MBA
Consultant for Planning, Monitoring & Evaluation



รูป การใช้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง
ที่มา: Dr. Thomas Winderl (2020)

ใบกิจกรรมที่ 9.1

ชื่อกิจกรรม: การอภิปรายกลุ่ม “What if...? ถ้าเราเปลี่ยนแบบนี้ชีวิตจะเป็นยังไงนะ”

ระยะเวลา: 60 นาที

สาระสำคัญ:

การกำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงได้จะสามารถช่วยให้กำหนดทิศทางของผลลัพธ์ที่ต้องการ ตลอดจนเห็นภาพใหญ่ของโครงการที่คณะทำงานต้องการที่จะทำให้เกิดเจเนนมาก และฝึกฝนการกำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงที่ต้องคำนึงถึงกิจกรรมที่สามารถทำได้ในชีวิตจริง พิจารณากำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงที่มีแนวโน้มเกิดขึ้นได้จริงภายใต้ทรัพยากรเวลา คน เงิน ฯลฯ ที่จำกัดเพื่อให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมีแนวโน้มประสบความสำเร็จ แนวทางการกำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงจึงไม่ควรทำแต่เพียงผู้เดียวหรือหน่วยงานเดียว แต่ควรเป็นการร่วมกันกำหนดในชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ต้องเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจึงจะสามารถผลักดันการทำการกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก้ไขปัญหาในชุมชนได้ จึงเหมาะสมกับการร่วมคิดเห็นร่วมกันของผู้เรียนเพื่อฝึกปฏิบัติจริง

วัตถุประสงค์ของการเรียนรู้:

- 1) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ปัญหาและประยุกต์ใช้ทฤษฎีจากการเรียนทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง
- 2) เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์และประยุกต์จากการเรียนได้
- 3) เพื่อให้ผู้เรียนได้ร่วมแสดงความคิดเห็นร่วมกัน ถกเถียง และแลกเปลี่ยนร่วมกัน

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม:

ขั้นตอน	ระยะเวลา
1) ผู้เรียนแบ่งกลุ่มออกเป็น 7 กลุ่มเพื่อให้สอดคล้องกับโจทย์ปัญหาของชุมชนที่มอบหมายให้ 7 ชุมชน	5 นาที
2) ผู้เรียนวิเคราะห์ปัญหาของกรณีศึกษาที่ได้รับ จากนั้นเริ่มกำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง อย่างน้อย 5 ประการหรือ 5 “ถ้า...แล้ว...”	25 นาที
3) จับกลุ่มนำเสนอให้เพื่อนร่วมชั้นกลุ่มอื่น ๆ ฟัง ระยะเวลากลุ่มละ 3 นาที	25 นาที
4) สรุปกิจกรรม	5 นาที

การประเมินผลกิจกรรม:

ผู้สอนประเมินผลความสามารถในการประยุกต์ใช้ทฤษฎีของผู้เรียน โดยการพิจารณาว่าจากกรณีศึกษาที่ได้รับไป ผู้เรียนมีความเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างไร ตลอดจนพิจารณาว่าการใช้ “ถ้า...แล้ว...” ของผู้เรียนแสดงให้เห็นถึงการแก้ไขปัญหาที่ชุมชนมีหรือการเปลี่ยนแปลงอย่างไร และพิจารณาว่าการใช้ “ถ้า...แล้ว...” ผ่านกระบวนการออกแบบร่วมกันที่ไม่กำปั้นทุบดินและมีแนวโน้มทำได้จริงพร้อมให้คำแนะนำที่สอดคล้องกับการนำไปพัฒนาต่อได้จริง

การสรุปกิจกรรม:

ในการทำงานแต่ละครั้งโดยเฉพาะการมุ่งแก้ไขปัญหาทางสังคม ไม่ใช่ทุกครั้งที่เราจะทราบถึงผลลัพธ์ที่จะตามมาได้อย่างชัดเจนหรือกำหนดผลที่จะเกิดขึ้นได้ การเริ่มต้นจากการตั้งคำถามหลากหลาย เพื่อกำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงจึงสำคัญเพราะจะสามารถช่วยให้กำหนดทิศทางของผลลัพธ์ที่ต้องการ ตลอดจนเห็นภาพใหญ่ของโครงการที่คณะทำงานต้องการที่จะทำให้ชัดเจนมากขึ้น อย่างไรก็ตามการกำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงก็ต้องคิดถึงกิจกรรมที่สามารถทำได้ในชีวิตจริง การใช้ค่านิยมมากเกินไปอาจทำให้ไม่เห็นขั้นตอนในการสร้างเส้นทางไปสู่จุดมุ่งหมายเหล่านั้น จึงควรพิจารณากำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงที่มีแนวโน้มเกิดขึ้นได้จริงภายใต้ทรัพยากรเวลา คน เงิน ฯลฯ ที่จำกัดเพื่อให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมีแนวโน้มประสบความสำเร็จ แนวทางการกำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงจึงไม่ควรทำแต่เพียงผู้เดียวหรือหน่วยงานเดียว แต่ควรเป็นการร่วมกันกำหนดในชุมชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ต้องเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจึงจะสามารถผลักดันการทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก้ไขปัญหาในชุมชนได้

กลุ่มที่ 1

อำเภอ กอไก่ มีประชากรเด็กอายุ 0-12 ปี ถึงร้อยละ 25 และ มีประชากรวัยรุ่นอายุ 13-18 ร้อยละ 10 จากข้อมูลสุขภาพพบว่า ระยะนี้มีการระบาดของโรคไข้เลือดออกทำให้เด็กและวัยรุ่นต้องเข้ารับรักษาตัวที่โรงพยาบาลจำนวนมาก คนในชุมชนขาดความตระหนักและความร่วมมือร่วมใจในการกำจัดลูกน้ำยุงลาย รวมถึงขาดอุปกรณ์ป้องกันตนเองและความรู้พื้นฐานในการรักษาตัวบุตรหลานด้วยตนเอง

กลุ่มที่ 2

อำเภอ ขอไข่ มีอัตราการเกิดอุบัติเหตุทางถนนสูงถึงสัปดาห์ละ 7-10 ครั้ง เนื่องจากมีจุดเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุจำนวนมาก โดยส่วนใหญ่เกิดจากถนนไม่เรียบเป็นหลุมเป็นบ่อ ไม่มีป้ายจราจร

เดือน และมีจุดบอดในสายตาผู้ขับขี่จำนวนมาก คนในชุมชนที่ใช้รถใช้ถนนก็มักไม่ปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัด บางรายไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎจราจรอย่างแท้จริง เนื่องจากไม่สามารถจำกฎระเบียบที่มีมากได้

กลุ่มที่ 3

อำเภอ คอควาย มีประชากรผู้สูงอายุร้อยละ 35 และมีผู้สูงอายุถึงร้อยละ 10 ที่มีความเสี่ยงในการเกิดภาวะติดบ้านและติดเตียง เนื่องจากปัญหาทางด้านเศรษฐกิจที่ไม่ดี มีความเชื่อว่า หากไม่ออกมาทำกิจกรรมนอกบ้าน ก็จะต้องเสียเงิน ทำให้สุขภาพทางกายและใจเริ่มถดถอยลงจากภาวะความเครียดในการไม่มีสังคมและรายได้ที่ไม่พอเพียง อีกทั้งในชุมชนยังมีพื้นที่ในการประกอบกิจกรรมทางกายที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุอยู่น้อยและห่างไกลจากบริเวณที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ

กลุ่มที่ 4

อำเภอ งอแง เป็นชุมชนที่เน้นเรื่องการท่องเที่ยวชุมชน แต่ตั้งแต่สถานการณ์โควิด - 19 อุบัติขึ้น นักท่องเที่ยวจากทั้งในประเทศและต่างประเทศก็ขาดหายไปหมด ปัจจุบันชุมชนมีรายได้หลักจากการทำสวนทุเรียน จึงคิดอยากจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มาจากทุเรียนเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนแทน แต่ชุมชนขาดทั้งอุปกรณ์และองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถสร้างความโดดเด่นให้กับชุมชนของตนเองได้ ช่องทางการขายก็มียกจำกัด ปัจจุบันชุมชนพยายามเรียนรู้การใช้ช่องทางการขายออนไลน์แต่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จนัก

กลุ่มที่ 5

อำเภอ จอจาน เป็นชุมชนริมน้ำที่มีปัญหาเรื่องความสะอาดของแหล่งน้ำในชุมชน ซึ่งเกิดจากการทิ้งขยะและของเสียอื่น ๆ จากครัวเรือนลงสู่คลองเส้นหลักของชุมชน ทำให้เกิดน้ำเน่าเสีย มีกลิ่นเหม็น มีสีดำ คลองที่เคยเป็นหน้าบ้านของชุมชน ปัจจุบันเมื่อไม่มีการเดินทางโดยเรืออย่างสม่ำเสมอหลายบ้านจึงเปลี่ยนทางเข้าออกไปสู่ถนนที่ตัดผ่านใหม่มา คลองจึงกลายเป็นหลังบ้านที่ทุกคนไม่ใช้งานและไม่ดูแลรักษาเหมือนเดิม ชุมชนที่เคยจับปลาในคลองไปขายได้ก็ต้องล้มเลิกการหารายได้ดังกล่าวไป กลิ่นเหม็นทำให้บางบ้านย้ายออกไปตาม ๆ กัน บ้านร้างหลายหลังกลายเป็นแหล่งเสพและขายยาเสพติดของคนในละแวกชุมชน

กลุ่มที่ 6

อำเภอ ฉอฉิ่ง มีประชากรผู้สูงอายุ 25% ของคนในชุมชน อีก 40% เป็นคนวัยกลางคน ในอดีตอำเภอนี้เป็นชุมชนเกษตรกรรม ชาวบ้านปลูกผักเลี้ยงปลาขายในพื้นที่ แต่หลังจากราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ ชาวบ้านวัยกลางคนก็ต้องรับงานใช้แรง ลูกหลานและคนวัยทำงานทยอยออก

จากพื้นที่เพื่อเข้าไปเรียนหนังสือและหางานทำในตัวเมืองที่แม่จะได้ผลตอบแทนไม่ด้อยนัก แต่มากกว่าการทำเกษตรกรรมในปัจจุบัน ส่งผลให้ประชากรผู้สูงอายุขาดคนดูแลอย่างใกล้ชิด ประกอบกับสถานการณ์โควิดทำให้เกิดความเครียด ครอบครัวจำนวนหนึ่งต้องกั้นนั้นนอกระบบซึ่งมีดอกเบี้ยที่ค่อนข้างสูง ในชุมชนมีผู้มีความรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์ แต่เพราะคนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ จึงไม่มีแรงทำการเกษตรมากนัก

กลุ่มที่ 7

อำเภอ ขอนแก่น เป็นชุมชนแออัดที่ครัวเรือนมีรายได้น้อยไปจนถึงปานกลาง ในชุมชนมีปัญหาการติดตั้งไฟสาธารณะที่ยังสว่างไม่ทั่วถึง ทำให้การสัญจรในเวลากลางคืนเป็นไปด้วยความยากลำบาก ช่วง 3 ปีก่อนมีคนนอกพื้นที่ใช้ปัญหาไฟสาธารณะไม่ทั่วถึงดังกล่าวในการค้าขายยาเสพติด ทำให้ช่วงปีที่ผ่านมามียาเสพติดแพร่ระบาดเข้ามาในพื้นที่ เยาวชนจำนวนหนึ่งติดยามากขึ้น ก่อนที่จำนวนจะเพิ่มมากขึ้นอีกหลังจากภาครัฐเปลี่ยนให้สามารถซื้อขายกัญชาได้อย่างเสรี การไม่มีกฎหมายรองรับทำให้การซื้อขายกัญชาปรากฏขึ้นในโรงเรียนมัธยมศึกษาในพื้นที่

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การมีส่วนร่วมรายบุคคล” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การอภิปรายกลุ่ม” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

เอกสารอ้างอิง

Connell, J. P., & Kubisch, A. C. (1998). Applying a theory of change approach to the evaluation of comprehensive community initiatives: progress, prospects, and problems. *New approaches to evaluating community initiatives*, 2(15-44), 1-16.

The background of the page is a bright yellow color with a torn paper effect. The top edge is jagged and irregular, and the bottom edge also has a torn, layered appearance. The central text is black and centered.

สัปดาห์ที่ 10:
การประเมินผลลัพธ์ทางสังคม
(Social Impact Assessment; SIA)

สัปดาห์ที่ 10: การประเมินผลลัพธ์ทางสังคม
(Social Impact Assessment; SIA)

ชื่อเนื้อหาประจำสัปดาห์

การประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment; SIA)

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) มีความรู้และความเข้าใจในแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการด้านการประกอบการเพื่อสังคม
- 2) สามารถสืบค้น ประเมินข้อมูลจากหลายแหล่งและมีประสิทธิภาพด้วยตนเองเพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการใช้งานตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ
- 3) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รู้จักเลือกและใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับปัญหาและกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน
- 4) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี

กิจกรรมการเรียนการสอน

หัวข้อ	จำนวน นาทีที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
การกำหนดขอบเขต การประเมินผล	30	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย
การวิเคราะห์ผู้มีส่วน ได้ส่วนเสีย	30	การอภิปราย กลุ่ม “การสร้าง การมีส่วนร่วมกับ ผู้มีส่วนได้ส่วน เสียในธุรกิจเพื่อ สังคม”	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยายและ Flip Chart

หัวข้อ	จำนวน นาทีที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
การสร้างห่วงโซ่ ผลลัพธ์	60	SIA Board Game “Impact Finder”		สไลด์ ประกอบการ บรรยายและ เครื่องเล่นบอร์ด เกม

งานมอบหมาย

ไม่มี

เนื้อหาการบรรยาย

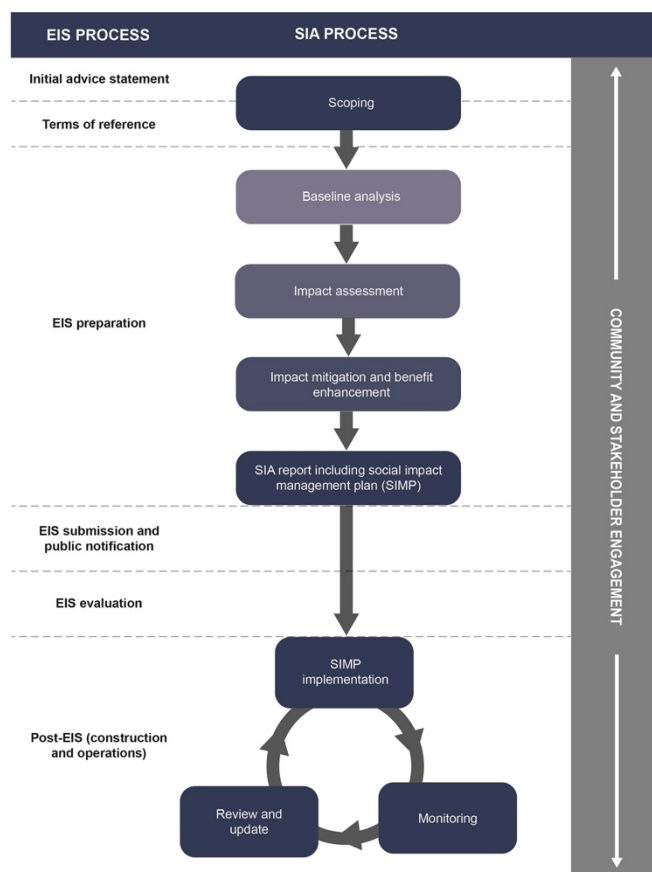
เนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment; SIA) ซึ่งประกอบไปด้วย การกำหนดขอบเขตการประเมินผล การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการสร้างห่วงโซ่ผลลัพธ์ เนื้อหาในบทนี้จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจถึงวิธีการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment; SIA) ที่สามารถนำมาใช้งานเพื่อประเมินผลลัพธ์จากการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมได้

การกำหนดขอบเขตการประเมินผล

การวิเคราะห์ SIA ต้องมีการกำหนดขอบเขตการวัดและประเมินผล เพื่อให้สามารถบริหารจัดการทรัพยากรตามข้อจำกัดด้านเวลางบประมาณ ศักยภาพองค์กรและบุคลากร ความพร้อมของข้อมูล และความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม ซึ่งจะมีขั้นตอนที่สำคัญที่จะสามารถกำหนดขอบเขตได้คือ การกำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง

โดยทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change) เป็นการจำลองว่าโครงการนั้นมอบคุณค่าอันเป็นการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกอะไรให้กับสังคมบ้าง ตามเป้าหมายของโครงการที่วางไว้ โดยอธิบายกระบวนการสร้างความเปลี่ยนแปลงผ่านการระบุความเชื่อมโยงที่เป็นเหตุปัจจัยตามชั้นเวลา เช่น ถ้า (กิจกรรม) แล้ว (ผลลัพธ์) เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงจะต้องชัดเจนและตรวจสอบได้ ความเป็นไปได้ในการประเมินจริง นอกจากนี้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงควรแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการดำเนินงานของโครงการภายในกรอบเวลาของการประเมินด้วย โดยที่การกำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการ



รูป ขั้นตอนการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม

ที่มา: Queensland Government (2021)

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การกำหนดขอบเขตและระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Establishing scope and identifying stakeholders) ถือเป็นขั้นตอนที่เป็นพื้นฐานสำคัญในการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment; SIA) โดยองค์กรจะต้องมีการบ่งชี้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อวิเคราะห์ว่าใครคือผู้ที่ได้รับประโยชน์หรือเสียประโยชน์จากการดำเนินงานโครงการ หลังจากนั้นจึงทำการวิเคราะห์หารูปแบบการดำเนินงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจนเกิดเป็นแนวทางที่เกิดประโยชน์และลดผลกระทบสูงสุด

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่เกิด “การเปลี่ยนแปลง” อะไรบางอย่างจากการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม ซึ่งอาจแตกต่างกันไปในแต่ละกิจการ เช่น

พนักงาน ลูกค้า ผู้ถือหุ้น นักลงทุน ภาครัฐ สื่อ ชุมชน หรือในบางกรณีอาจรวมถึงคู่แข่ง (สฤณี อาชวานันทกุล และภัทราพร แยมละออ 2557, 14)

ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่

- 1) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (Key Stakeholders) คือ ผู้ที่มีอิทธิพลสำคัญหรือมีส่วนสำคัญในการสร้างความสำเร็จของกิจกรรม เช่น ลูกค้า ผู้ส่งมอบ ที่มีส่วนได้ส่วนเสียสำคัญต่อการผลิต หรือตลอดจนการปรับปรุง
- 2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง (Primary Stakeholders) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรมโดยตรง ตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของโครงการ ซึ่งอาจได้รับผลกระทบทางบวกหรือทางลบ เช่น ประชาชนในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากโครงการ โดยสามารถแบ่งกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียตามเพศ รายได้ อาชีพ หรือกลุ่มผู้ใช้บริการ
- 3) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียชั้นรอง (Secondary Stakeholders) คือ บุคคล กลุ่ม องค์กร สถาบัน หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากการดำเนินงานขององค์กรโดยตรง ซึ่งสามารถแบ่งเป็นที่เกี่ยวข้องโดยเงินทุน อาทิ ผู้ถือหุ้น (บริษัทคู่สัญญาที่ได้รับสัมปทาน) หรือที่เกี่ยวข้องโดยเป็นหน่วยงานของผู้ดำเนินโครงการ อาทิ กระทรวง ทบวง กรม หรือที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานอื่นที่ไม่ใช่เจ้าของโครงการโดยตรงแต่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวข้อง เช่น รัฐบาล ระดับท้องถิ่น หรือผู้ที่ติดตามเรื่องนั้นมาโดยตลอด อาทิ บุคคลหรือ NGOs หรือสถาบันการศึกษาที่ทำวิจัยมาโดยเฉพาะ หรือกลุ่มที่ไม่เป็นทางการ อาทิ นักการเมืองท้องถิ่น ผู้นำชาวบ้าน ผู้นำอาวุโส ผู้นำทางศาสนา ฯลฯ

เกณฑ์ในการจำแนกยังสามารถแบ่งตามความเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนี้

- 1) ผลประโยชน์ (An Interest) คือ บุคคล หรือกลุ่มที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจ มีเรื่องของผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เช่น การตัดสินใจปิดโรงงานมีผลต่อชุมชนโดยรวม ฯลฯ
- 2) สิทธิ (Right) คือ สิทธิตามกฎหมายที่กลุ่มหรือบุคคลมีสิทธิเรียกร้อง อาทิ สิทธิในการได้รับค่าตอบแทนของลูกจ้าง ฯลฯ
- 3) ความเป็นเจ้าของ (Ownership) คือ บุคคลหรือกลุ่มที่เป็นเจ้าของทรัพย์สินหรือสินทรัพย์ตามกฎหมาย เช่น เจ้าของบริษัท เจ้าของกิจการ เป็นต้น

การสร้างห่วงโซ่ผลลัพธ์

ห่วงโซ่ผลลัพธ์ (Impact Value Chain) คือ การแจกแจงกิจกรรม (Activities) และผลผลิต (Output) ที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงที่เราานิยมไว้แล้วเกิดขึ้นเป็นความจริง (สฤณี อาชวานันทกุล และภัทราพร แยมละออ 2557, 34)

การสร้างห่วงโซ่ผลลัพธ์เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการทำให้เห็นองค์ประกอบของพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน และช่วยในการเลือกตัวชี้วัดทางสังคมที่เหมาะสมกับโครงการ โดยการใช้อกรอบแนวคิดของการสร้างห่วงโซ่ผลลัพธ์ (Impact Value Chain) ประกอบด้วย

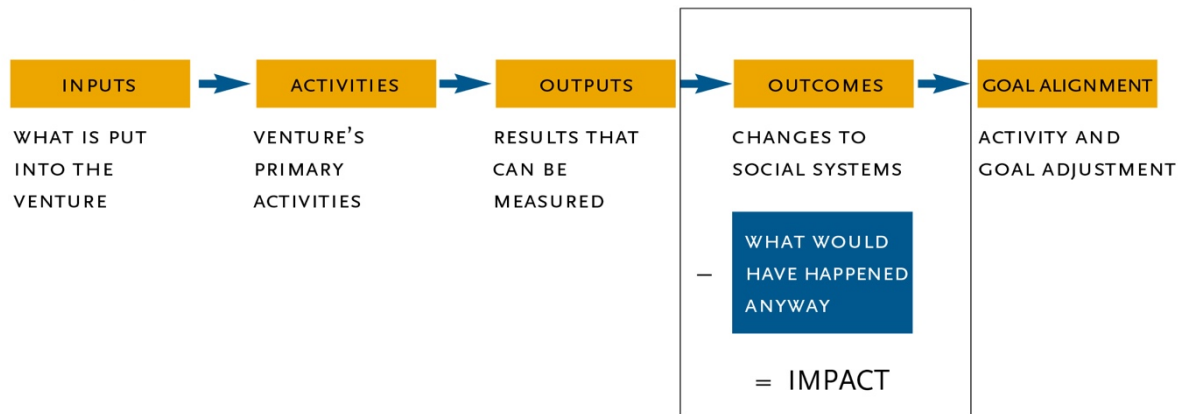
- 1) ปัจจัยนำเข้า (Input) คือ ทรัพยากรที่จำเป็นต้องใช้ในการจัดกิจกรรมของโครงการ เช่น เงินทุน ผู้เชี่ยวชาญ องค์ความรู้ต่าง ๆ เป็นต้น
- 2) กิจกรรม (Activities) คือ แผนการดำเนินการที่สำคัญของโครงการหรือองค์กร ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ
- 3) ผลผลิต (Outputs) คือ ผลจากการดำเนินกิจกรรมที่สามารถเก็บข้อมูลได้ทันที
- 4) ผลลัพธ์ (Outcomes) คือ ผลที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากการเกิดผลผลิตของกิจกรรมข้างต้น โดยผลลัพธ์อาจไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นทันที เนื่องจากเป็นผลจากการบรรลุผลผลิตข้างต้นมาก่อน

นอกจากปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวที่กล่าวมาในข้างต้นนั้น การวัดผลทางสังคมจำเป็นอย่างยิ่งที่จะมีการคาดการณ์ผลผลิตและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นว่าจะเป็นอย่างใด ซึ่งสิ่งที่เรานำมาพยากรณ์หรือคาดการณ์ผลลัพธ์ของการวัดผลทางสังคมนั้นคือ “กรณีฐาน (Base Case Scenario)” ซึ่งกรณีฐานมีทั้งหมด 4 แบบด้วยกัน ได้แก่

- 1) ผลกระทบที่คล้ายคลึงกัน (Attribution) กรณีของผลกระทบที่คล้ายคลึงกัน คือการที่องค์กรอื่น ๆ อาจมีส่วนสร้างผลกระทบที่คล้ายคลึงกันได้ ในบรรดาผลลัพธ์ทางสังคมทั้งหมดที่เกิดขึ้น ผลลัพธ์ส่วนใดเป็นส่วนที่เราสร้าง ส่วนใดเกิดจากองค์กรหรือหน่วยงานอื่น
- 2) ผลลัพธ์ส่วนเกิน (Dead Weight) กรณีของผลลัพธ์ส่วนเกินคือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นอยู่ดี ต่อให้ไม่มีองค์กร/บุคคลใดทำงานด้านนี้เช่น ภาวะเศรษฐกิจบูมทำให้คนหางานง่ายขึ้น ส่งผลต่อให้ “อัตราการว่างงานลดลง” ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะต้องนำมาหักออกจากตัวชี้วัดผลลัพธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้น2. ผลลัพธ์ส่วนเกิน (Dead Weight) กรณีของผลลัพธ์ส่วนเกินคือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นอยู่ดี ต่อให้ไม่มีองค์กร/บุคคลใดทำงานด้านนี้เช่น ภาวะเศรษฐกิจบูมทำให้คนหางานง่ายขึ้น ส่งผลต่อให้ “อัตราการว่างงานลดลง” ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะต้องนำมาหักออกจากตัวชี้วัดผลลัพธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้น

- 3) ผลลัพธ์แทนที่ (Displacement) คือผลลัพธ์ที่เกิดจากการทำงานรูปแบบเดียวกันแทนที่กับหน่วยอื่นที่ได้หยุดการดำเนินงานลงไป ทำให้มีผลกระทบอย่างต่อเนื่อง
- 4) อัตราส่วนลด (Drop Off) คือเมื่อทำกิจกรรม 1 ครั้งแล้วมีผลกระทบระยะยาวโดยผลกระทบนั้นอาจเกิดในระยะที่โครงการหรือเมื่อกิจกรรมได้จบลงไปแล้ว แต่จะเกิดขึ้นในอัตราส่วนที่ลดลง

IMPACT VALUE CHAIN



รูป กรอบแนวคิดของการสร้างห่วงโซ่ผลลัพธ์

ที่มา: getrevue (2020)

ใบกิจกรรมที่ 10.1

ชื่อกิจกรรม: SIA Board Game “Impact Finder”

ระยะเวลา: 60 นาที

สาระสำคัญ:

การนำการวิเคราะห์ SIA มาฝึกปฏิบัติ หากจะยกกรณีศึกษาอาจจะไม่เพียงพอต่อการสร้างความเข้าใจ จึงให้ผู้เรียนได้เรียนรู้การวิเคราะห์การประเมินผลลัพธ์ทางสังคมผ่านการเล่นบอร์ดเกม ในบอร์ดเกมได้ผ่านการกำหนดขอบเขตการวัดและประเมินผล เพื่อให้ผู้เล่นสามารถบริหารจัดการทรัพยากรตามข้อจำกัดด้านเวลางบประมาณ ศักยภาพองค์กรและบุคลากร ความพร้อมของข้อมูล และความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มที่ปรากฏผ่านการระบุหรือมีขั้นตอนที่สำคัญที่จะสามารถกำหนดขอบเขตได้คือ การกำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change) ในระหว่างการเล่นผู้เรียนจะเข้าใจว่า การกำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงจำเป็นต้องชัดเจนและตรวจสอบได้ ความเป็นไปได้ในการประเมินจริง นอกจากนี้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงควรแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการดำเนินงานของโครงการภายในกรอบเวลาของการประเมินด้วย โดยที่การกำหนดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงตามกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการ โดยทำความเข้าใจผ่านชุมชนที่ยกจำลองสถานการณ์มาให้ผู้เรียนได้ทดลองเล่น

วัตถุประสงค์ของการเรียนรู้:

- 1) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ปัญหาและประยุกต์ใช้ทฤษฎีจากการเรียนการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม
- 2) เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะการใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์และประยุกต์จากการเรียนห่วงโซ่ผลลัพธ์ได้
- 3) เพื่อให้ผู้เรียนได้ร่วมแสดงความคิดเห็นร่วมกัน ถกเถียง และแลกเปลี่ยนร่วมกัน สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม:

ขั้นตอน	ระยะเวลา
1) ผู้เรียนแบ่งกลุ่มออกเป็น 3 - 5 กลุ่ม และทำความเข้าใจกับบอร์ดเกม กฎกติกา อุปกรณ์ และวิธีเล่นที่จำเป็น รวมถึงแจกอุปกรณ์เล่นบอร์ดเกม (หากผู้เรียนมีจำนวนมากควรพิมพ์อุปกรณ์หรือเตรียมไว้หลายชุดเพื่อแบ่งให้เล่นได้หลายกลุ่ม)	5 นาที

ขั้นตอน	ระยะเวลา
2) อ่านโจทย์ “รู้จักชุมชนของเรา” ให้ผู้เรียนฟังพร้อมกันก่อนแยกกันเล่นเกมตามแต่ละกลุ่ม	5 นาที
3) ให้ผู้เรียนเล่นเกมตามกฎกติกาที่อธิบาย โดยผู้สอนสามารถดาวน์โหลดบอร์ดเกมเพื่อนำมาให้ผู้เรียนเล่นได้ดังนี้ https://bit.ly/3JqTrBS	45 นาที
4) สรุปกิจกรรม	5 นาที

IMPACT FINDER

กฎกติกา จำนวนผู้เล่น 3-5 คน

1. ตารางห่วงโซ่ผลลัพธ์
2. ไฟ Theory of Change
3. ไฟ Stakeholders

อุปกรณ์

4. ไฟทรัพยากร 4 แบบ คือ Input Activity Output Outcome และไฟ Discount ซึ่งเป็นไฟพิเศษ
5. เงิน
6. ลูกเต๋า 2 ลูก

วิธีเล่น

1. แจกไฟ Theory of Change ให้ผู้เล่นคนละ 3 ใบ ไฟ Stakeholders ให้ผู้เล่นคนละ 1 ใบ และเงิน 200G
2. ให้ผู้เล่นเลือกไฟ Theory of Change ที่มีว่าจะเก็บไว้ทั้งหมด 3 ใบ หรือทิ้งไฟ แต่ต้องเหลือไว้อย่างน้อย 1 ใบ หรือขอไฟเพิ่มแต่ห้ามทิ้งไฟในมือ
3. ประมูลไฟ Stakeholders ทุกใบจนหมด ให้ผู้ที่เสนอราคาสูงสุดได้ไฟนั้นไป
4. แจกไฟทรัพยากรให้ผู้เล่นคนละ 5 ใบ ที่เหลือเก็บไว้เป็นกองจั่ว
5. กอຍลูกเต๋ามาเพื่อหาลำดับผู้เล่น
6. แต่ละรอบให้ผู้เล่นจั่วไฟทรัพยากรจากกอง 1 ใบ และเลือกวางไฟ 1 ใบ ลงในช่องที่ตรงกับชนิดของไฟ โดยจะวางในช่องใดก็ได้จาก 5 ช่อง
7. เมื่อไฟทรัพยากรทั้ง 4 ที่อยู่ในแถวเดียวกันมีครบตรงตามไฟ Theory of Change และไฟ Stakeholders ที่อยู่ในมือผู้เล่น จะสามารถเคลมห่วงโซ่ผลลัพธ์นั้นได้ แต่ต้องสามารถ อธิบายความเชื่อมโยงของห่วงโซ่ผลลัพธ์นั้นได้อย่างสมเหตุสมผล โดยสามารถวางไฟ Stakeholders ได้มากกว่า 1 ใบ ผู้เล่นคนอื่นเป็นผู้ตัดสินว่าผ่านหรือไม่ผ่าน การเคลมจะทำได้เมื่อถึงรอบของตัวเองและการเคลมนับเป็นการเล่น 1 รอบ หากเคลมสำเร็จจะได้กอยลูกเต๋า 2 ครั้งเพื่อเก็บคะแนน
8. ผู้เล่นที่มีไฟ Discount สามารถโจมตีผู้ที่ต้องการเคลมได้ โดยต้องบอกสถานการณ์ในไฟให้ถูกต้อง หากโจมตีได้จะได้กอยลูกเต๋า 1 ครั้ง เพื่อหักแต้มผู้เล่นเคลม แต่หากผู้ที่ต้องการเคลมมีไฟ Discount เช่นกันก็จะสามารถป้องกันการโจมตีได้ และผู้เล่นทั้งคู่จะเสียไฟ Discount ไป และต้องจั่วไฟใหม่เพื่อให้ครบ 5 ใบ
9. ผู้เล่นสามารถจ่าย 50G เพื่อสลับไฟทรัพยากรชนิดเดียวกันได้ 3 ครั้ง โดยสลับแล้วต้องเคลมทันทีหากเคลมไม่ได้จะไม่ได้เงินคืน
10. ถ้าผู้เล่นไม่สามารถลงไฟในมือได้ให้ทิ้งไฟ 1 ใบลงในกองจั่ว เกมจบลงเมื่อไฟทรัพยากรในกองจั่วหมด ผู้เล่นที่เหลือไฟ Theory of Change จะถูกหักคะแนนใบละ 5 คะแนน



รูป กฎกติกา อุปกรณ์ และวิธีการเล่น Impact finder

ที่มา: คณะทำงาน (2022)

รู้จักชุมชนของเรา

ลักษณะโครงสร้างทางสังคม

ลักษณะชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกในชุมชนเป็นแบบสังคมเมืองชนบทมีโรงงานตั้งอยู่ในชุมชนจำนวนหนึ่งแต่ก็มีเกษตรกรทำไร่ทำนาเพื่อเลี้ยงปากท้องให้ครอบครัว ด้วยประชากรวัยทำงานส่วนมากผ่านการศึกษาประถมศึกษาเป็นอย่างต่ำและสามารถอ่านออกเขียนได้ อย่างไรก็ตามมีประชากรกรราว 14% ของประชากรทั้งสิ้น 930 คนที่ไม่สามารถอ่านออกเขียนภาษาไทยได้ และประชากรส่วนใหญ่ในชุมชนอยู่ในช่วงวัยกลางคนที่ทำงานโรงงานใกล้เคียง กลุ่มคนเหล่านี้ชอบที่จะทำงานลักษณะเดียวกันกับเพื่อนบ้านที่รู้จักและมีการเดินทางออกไปทำงานช่วงเช้ากลับบ้านช่วงค่ำเป็นกิจวัตรมีเพียงกลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มผู้พิการที่อยู่บ้านระหว่างวันเนื่องจากขาดการจ้างงานในชุมชนมีเพียงโรงเรียนระดับประถมและขาดโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา

ชุมชนแห่งนี้ประสบปัญหาการติดสุราและยาเสพติดของเยาวชนปัญหา อีกเรื่องที่ชุมชนเผชิญอยู่คือปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เป็นมลพิษเนื่องจากการผลิตของโรงงานต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรและผู้ทำงานในโรงงาน

เนื่องจากประชากรกว่า 70% อพยพมาจากชุมชนอื่นต้องหาเช่ากินค่า การร่วมมือร่วมใจในกิจกรรมของชุมชนจึงมีน้อย ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมทางการศาสนาหรือวัฒนธรรม

ระบบเศรษฐกิจ

สมาชิกชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพในโรงงานอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากชุมชน มีเพียงสมาชิกไม่กี่คนที่ยังคงทำงานอยู่ในภาคเกษตรกรรม สมาชิกชุมชนอายุตั้งแต่ 18 – 60 ปีขึ้นไปเป็นกลุ่มคนทำงาน และมีอัตราการว่างงานประมาณ 13 – 15% และมีรายได้เฉลี่ยประมาณ 3,861 – 17,104 บาท/เดือน สมาชิกชุมชน 49 – 68% มีหนี้ในระบบ มีการจัดตั้งกลุ่มภริยาข้าราชการ 13 คน เพื่อทำงานประดิษฐ์สินค้า OTOP เช่น ดอกไม้ปลอม ขนมหวาน และของชำร่วย

การเมืองชุมชน

หัวหน้าชุมชนเป็นผู้บริหารจัดการทั้งหมดของชุมชนนี้ หัวหน้าชุมชนคนปัจจุบันดำรงตำแหน่งมาแล้วกว่า 3 ปี พร้อมกับทีมบริหารที่ถูกเลือกเข้ามาดำรงตำแหน่งกรรมการบริหารอีก 5 คน สมาชิกชุมชนส่วนใหญ่เชื่อมั่นในการบริหารจัดการของคณะทำงานชุดนี้ ว่าเป็นความโปร่งใส น่าเชื่อถือ ชุมชนนี้เป็นชุมชนที่ยึดถือเรื่องสิทธิของตนเป็นหลัก

ความรู้ชุมชน

ความรู้ชุมชนส่วนใหญ่จะมาจากกลุ่มพ่อบุญหรือกลุ่มเล็ก ซึ่งคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนที่มีภูมิปัญญาชาวบ้านในเรื่องของการใช้ยาสมุนไพรท้องถิ่น ชุมชนนี้มีการรวมกลุ่มเพื่อผลิตสินค้าพื้นบ้าน เช่น ดอกไม้ปลอม น้ำพริก และเสื้อผ้าพื้นถิ่น

ต้นทุนทางสังคม

นอกจากกำนันและผู้ใหญ่บ้านแล้ว ยังมีสมาชิกชุมชนอีก 3 -5 คน เช่น กลุ่มข้าราชการผู้ใหญ่ กลุ่มหัวหน้าอาสาสมัครชุมชน และกลุ่มหัวหน้าสมาคมภริยาข้าราชการ เป็นต้น ที่เป็นบุคคลที่สมาชิกชุมชนนับหน้าถือตามและมักเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ด้วย หากกิจกรรมได้รับการริเริ่มหรือสนับสนุนจากกลุ่มคนดังกล่าว นอกจากนี้ชุมชนนี้ยังมีสถานีกระจายเสียงที่ทำหน้าที่ในการกระจายข่าวสารสำคัญต่าง ๆ ให้กับคนในชุมชนอีกด้วย

การประเมินผลกิจกรรม:

ผู้สอนประเมินผลความสามารถในการเข้าใจเนื้อหาการเรียนรู้เรื่องการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมผ่านการเล่นบอร์ดเกม Impact Finder ของผู้เรียนได้ ผ่านการสังเกตในการเล่นบอร์ดเกมว่าผู้เรียนเข้าใจกฎกติกาและใช้เครื่องมือที่ประกอบไปด้วยการ์ดทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง การ์ดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การ์ดปัจจัยนำเข้า การ์ดกิจกรรม การ์ดผลลัพธ์ และการ์ดผลลัพธ์ ผู้เรียนสามารถใช้การ์ดและเล่นเกมได้อย่างต่อเนื่องรวมถึงแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกันกับเพื่อนที่ร่วมเล่นในกลุ่ม นับว่าผู้เรียนมีความเข้าใจต่อการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมเบื้องต้น

การสรุปกิจกรรม:

การทำความเข้าใจการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมผ่านเครื่องมือหรือการเล่นบอร์ดเกมมีเป้าหมายเพื่อให้ท้ายที่สุดผู้เรียนสามารถนำองค์ความรู้ที่เรียนและร่วมเล่นนำไปใช้งานเพื่อประเมินผลลัพธ์จากการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมได้ ได้ทบทวนเนื้อหาเชิงทฤษฎีซึ่งประกอบไปด้วย การกำหนดขอบเขตการประเมินผล การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการสร้างห่วงโซ่ผลลัพธ์ ผ่านการเล่นบอร์ดเกมในสถานการณ์จำลองชุมชน โดยคาดหวังว่าผู้เรียนจะเกิดองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการนำไปใช้ประเมินผลลัพธ์ทางสังคมได้ด้วยตนเอง

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การมีส่วนร่วมรายบุคคล” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การอภิปรายกลุ่ม” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สื่อและแหล่งเรียนรู้

สฤณี อาชวานันทกุล. (2560). SIA: Past, Present, Future.

<http://www.salforest.com/knowledge/sia-past-present-future>

set socialimpact. (27 กุมภาพันธ์ 2564). สฤณี อาชวานันทกุล: Ep3 SET SE101 Online

Offering "การวัดผลทางสังคมคืออะไร? ทำอย่างไร?" [video]. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=8xJh6gri_lw

เอกสารอ้างอิง

Esteves, A. M., Franks, D., & Vanclay, F. (2012). Social impact assessment: the state of the art. *Impact Assessment and Project Appraisal*, 30(1), 34-42.

Freudenburg, W. R. (1986). Social impact assessment. *Annual review of sociology*, 451-478.

สุวรรษา ทองหุ. (๒๕๖๒). การประเมินผลลัพธ์ทางสังคม. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. สืบค้นจาก <https://social.nia.or.th/2019/article0002/>

สัปดาห์ที่ 11:
การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม
(Social Return on Investment; SROI)

สัปดาห์ที่ 11: การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม
(Social Return on Investment; SROI)

ชื่อเนื้อหาประจำสัปดาห์

การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment; SROI)

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) มีความรู้และความเข้าใจในแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการด้านการประกอบการเพื่อสังคม
- 2) สามารถสืบค้น ประเมินข้อมูลจากหลายแหล่งและมีประสิทธิภาพด้วยตนเองเพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์ในการใช้งานตามสถานการณ์แวดล้อมทางธุรกิจ
- 3) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี
- 4) มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ สามารถให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือในบทบาทของผู้ร่วมทีมงาน

กิจกรรมการเรียนการสอน

หัวข้อ	จำนวน นาทีที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
การแทนค่าผลลัพธ์ทางสังคมด้วยมูลค่าทางการเงิน	30	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย
การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	30	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย

หัวข้อ	จำนวน นาฬิกาที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
การใช้เครื่องมือในการ คำนวณผลตอบแทน ทางสังคมอย่างง่าย	60	การฝึกปฏิบัติ “แบบฟอร์มการ วิเคราะห์ SROI”	แบบฝึกหัดเดี่ยว	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย

งานมอบหมาย

ไม่มี

เนื้อหาการบรรยาย

เนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment; SROI) ซึ่งประกอบไปด้วย การแทนค่าผลลัพธ์ทางสังคมด้วยมูลค่าทางการเงิน การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล และการใช้เครื่องมือในการคำนวณผลตอบแทนทางสังคมอย่างง่าย เนื้อหาในบทนี้จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจถึงวิธีการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment; SROI) ที่จะสามารถนำมาวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมที่มาจากการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมได้

การแทนค่าผลลัพธ์ทางสังคมด้วยมูลค่าทางการเงิน

การประเมินผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment: SROI) เป็นวิธีการประเมินที่ช่วยองค์กรในการทำความเข้าใจ และหาขนาดของมูลค่าทางสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจที่องค์กรสร้างขึ้น เพื่อผลลัพธ์ทางสังคม แนวคิด SROI นั้นประยุกต์มาจากแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (Social accounting) และการวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ (Cost-benefit analysis) ซึ่งเป็นแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์แบบดั้งเดิมที่เป็นการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินจากการลงทุนเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพทางการเงินทั่วไปเปรียบเทียบประสิทธิภาพของการลงทุน ผ่านอัตราส่วนหรือเปอร์เซ็นต์ผลตอบแทนจากการลงทุนในเชิงบวกบ่งชี้ว่ามีกำไรสุทธิทางการเงินที่เกิดขึ้นจริงหรือคาดหวังจากการลงทุนเท่าไร ไม่ได้คำนึงถึงในการรวมผลตอบแทน ทางสังคมอื่นๆ เช่น สังคม สิ่งแวดล้อม หรือค่านิยมทางวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นสำหรับผู้มีส่วนได้เสียที่แตกต่างกัน (โชติกา ภาชีผล, 2560)

สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) คือการแทนค่าผลลัพธ์ทางสังคมด้วยมูลค่าทางการเงิน ในหลายครั้งผลลัพธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานหรือการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมอาจไม่สามารถเห็นได้เป็นค่าตัวเงินที่แท้จริง อย่างไรก็ตาม SROI สามารถนำ “ค่าแทนทางการเงิน (Financial proxy)” มาใช้งานเพื่อประเมินมูลค่าทางการเงินของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ตัวอย่างที่สามารถทำให้เห็นภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้น คือ หากเราทำธุรกิจเพื่อสังคมที่มีผลลัพธ์ทางสังคมในการลดก๊าซเรือนกระจก เราอาจสามารถนำราคาคาร์บอนที่มีการซื้อขายกันบนตลาดคาร์บอนเครดิตมาใช้งานเพื่อเป็น “ค่าแทน” ของต้นทุนก๊าซเรือนกระจก การนำค่าแทนที่เป็นตัวเงินชัดเจนมาคำนวณการประเมินผลตอบแทนทางสังคมสามารถแสดงให้เห็นว่า ยิ่งธุรกิจของเราสามารถลดก๊าซเรือนกระจกได้มากเท่าไร ธุรกิจทางสังคมของเราก็ยังสามารถสร้างมูลค่าทางสังคมได้มากขึ้นเท่านั้น เพราะธุรกิจเพื่อสังคมของเราสามารถประหยัดต้นทุนก๊าซเรือนกระจกในสังคมได้ อย่างไรก็ตาม ข้อควรระวังของการใช้ค่าแทนทางการเงินคือ ผู้ใช้งานจะมั่นใจได้อย่างไรว่าค่าแทนนั้นจะสามารถแทนผลลัพธ์ทางสังคมที่อยากวัดอย่างแท้จริง ไม่เช่นนั้นเราอาจเกิดการแทนค่าผลลัพธ์ที่เกินเลยจากความ เป็นจริงหรือแทบไม่มีความเกี่ยวข้องกันเลยกับผลลัพธ์ของเรา ดังนั้นผู้ใช้งานจำเป็นต้องคำนึงถึงบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่อีกด้วย (สฤณี อาชวานันทกุล และ ภัทราพร แยมละออ, 2560)

การหาค่าแทนทางการเงิน (Financial Proxy) สามารถเริ่มต้นได้ที่ห่วงโซ่ผลลัพธ์ เมื่อผู้ทำธุรกิจเพื่อสังคมระบุผลผลิตแล้ว หากผลผลิตเรานั้นสามารถสะท้อนความเปลี่ยนแปลงที่สามารถนำไปสู่ผลลัพธ์ทางสังคมที่มุ่งหวังได้ ผลผลิตเหล่านั้นจะถือเป็นตัวชี้วัดทางสังคม ผู้ทำธุรกิจเพื่อสังคมต้องนำตัวชี้วัดทางสังคมมาแปลงให้เป็นมูลค่าทางการเงินเสียก่อน ในหลายกรณีตัวชี้วัดทางสังคมหลากหลายตัวอาจมีมูลค่าทางการเงินอยู่ในตนเองอยู่แล้วดังนั้นผู้ประเมินไม่จำเป็นต้องหาค่าแทนทางการเงินอื่น ๆ ยกตัวอย่างเช่น เงินออมที่เพิ่มขึ้นของสมาชิก ค่ารักษาพยาบาลที่ลดลง ฯลฯ อย่างไรก็ตามก็ยังมีตัวชี้วัดอีกจำนวนมากที่ไม่ได้มีมูลค่าและอยู่อย่างเป็นนามธรรม อาทิ ป่าที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูง รอยยิ้มของคนในชุมชนเพิ่มขึ้น นักเรียนไม่จำเป็นต้องหยุดเรียนกลางคัน ผู้พิการและกลุ่มเปราะบางกล้าเข้าสังคมมากขึ้น ฯลฯ จะเห็นได้ว่าผลลัพธ์เหล่านี้ไม่ใช่ตัวเงินโดยตรงแต่ก็สามารถเกี่ยวโยงกับสิ่งที่มีราคาตลาด กรณีเหล่านี้เราสามารถนำราคาตลาดมาใช้ประเมินมูลค่าทางการเงินของผลลัพธ์ เช่น ตัวชี้วัดหนึ่งของ “ป่ารอบชุมชนอุดมสมบูรณ์ขึ้น” คือการที่ชุมชนสามารถหาของป่าได้เพิ่มมากขึ้น ของป่าดังกล่าวมีมูลค่าทางการเงินอยู่ เช่น เห็ด น้ำผึ้ง และผัก อย่างไรก็ตามตัวชี้วัดทางสังคมที่ไม่มีราคาตลาดให้ได้อ้างอิงก็ไม่ได้หมายความว่าไม่สามารถตีค่าเป็นตัวเงินได้ ผู้ประเมินสามารถหาค่าแทนทางการเงินของผลลัพธ์ทางสังคมที่ไม่มีราคาตลาดด้วยการประยุกต์ใช้

ระเบียบวิธีทางเศรษฐศาสตร์ซึ่งใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบต้นทุนและ (cost-benefit analysis) ของแผนการพัฒนาและนโยบายสาธารณะ โดยแบ่งออกเป็น การประเมินมูลค่าที่อาศัยความพอใจผ่านพฤติกรรม (Revealed preference) และการประเมินมูลค่าที่อาศัยความพอใจที่บอกเอง (Stated preference) (สฤณี อาชวานันทกุล และ ภัทรพร แยมละออ, 2560)

1) วิธีการประเมินมูลค่าที่อาศัย “ความพอใจผ่านพฤติกรรม”

1.1) ราคาตลาด เนื่องจากเป็นราคาจากผู้ซื้อเต็มใจที่จะซื้อ ในทางเดียวกันผู้ขายก็เต็มใจที่จะขาย

1.2) วิธีการประเมินมูลค่าที่สะท้อนความต้องการ (Hedonic Pricing Model: HPM) มักใช้ในการประเมินมูลค่าผลลัพธ์ด้านสิ่งแวดล้อม เช่น อากาศบริสุทธิ์ พื้นที่ปลอดเสียงรบกวน อัตราการเกิดอาชญากรรมต่ำ ฯลฯ ตัวชี้วัดเหล่านี้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่วัดได้ในทางอ้อม เช่นราคาอสังหาริมทรัพย์ (บ้านที่อยู่ในละแวกที่มีอากาศบริสุทธิ์อาจขายราคาสูงกว่าละแวกที่อากาศสกปรก)

1.3) วิธีประเมินต้นทุนการเดินทาง (Travel Cost Method: TCM) วิธีนี้ตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่า คนหนึ่งคนจะเต็มใจเดินทางเพื่อไขว่คว้าประโยชน์ไม่ว่าจะเป็นเชิงสุนทรีย์และสันติภาพจากสภาพแวดล้อมที่โหดร้ายแห่ง อาจประเมินมูลค่าของประโยชน์ที่คนเสาะหาเหล่านั้นในรูปแบบต้นทุนของการจะไปถึงสถานที่นั้น

1.4) วิธีประเมินต้นทุนในการป้องกัน (Prevention Cost Method: PCM) วิธีนี้ใช้ค่าใช้จ่ายที่เราต้องจ่ายหากอยากป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาต่าง ๆ เช่น நடต้นทุนของการกำจัดและป้องกันมลพิษทางอากาศเป็นค่าแทนผลลัพธ์ของ “มลพิษทางอากาศลดลง”

1.5) ค่าใช้จ่ายโดยผู้มีส่วนได้เสีย ในวิธีนี้สามารถประเมินมูลค่าของการเปลี่ยนแปลงจากเงินที่ผู้มีส่วนได้เสียใช้ไปกับสินค้าหรือบริการอันเป็นผลพวงมาจากการเปลี่ยนแปลง ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจเพื่อสังคมของเราทำให้ความสัมพันธ์ในครอบครัวดีขึ้น สำหรับครอบครัวที่มีปัญหา อาจต้องเสียค่าใช้จ่ายไปกับการพักผ่อนหย่อนใจ ปัญหาสุขภาพ หรือการปรับปรุงบ้านให้ดีขึ้น

2) วิธีการประเมินมูลค่าที่อาศัย “ความพอใจที่บอกเอง”

วิธีหลักของการประเมินมูลค่าโดยอาศัยความพอใจที่บอกเอง คือวิธีสอบถามทางตรง (Contingent Valuation Method: CVM) ซึ่งเป็นการถามคำถามในทำนองที่ว่าคุณเต็มใจจะจ่ายเงินเท่าไรเพื่อให้ป่าไม้รอบชุมชนที่เคยหายไปกลับมาเป็นดังเดิม หรือคุณจะ

เต็มใจจ่ายเงินเท่าไรเพื่อให้มีน้ำในการเกษตรใช้เพียงพอตลอดทั้งปี วิธีนี้เป็นการ
อนุมานว่าคำตอบของผู้มีส่วนได้เสียคือค่าแทนทางการเงินของผลลัพธ์ในคำถาม



รูป คู่มือการประเมินผลกระทบทางสังคม (Social Impact Assessment : SIA)
และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI: Social Return on Investment)
ที่มา: SE Thailand (2020)

การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการวัดผลลัพธ์ ข้อมูลที่ใช้ในการประเมินผลลัพธ์และ
ผลตอบแทนทางสังคมเป็นข้อมูลที่มาจากการผสมผสานกันระหว่างระบบของการจัดการข้อมูลภายใน
และแหล่งข้อมูลภายนอก หากข้อมูลยังไม่มีความพร้อม ผู้ประเมินจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาทางเลือกอื่นที่
สมเหตุสมผลหรือไม่ผู้ประเมินอาจจำเป็นต้องลดขอบเขตของการวิเคราะห์ลง โดยทั่วไปแล้วผู้ประเมิน
ควรจัดทำแบบสำรวจผู้มีส่วนได้เสียเพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับตัวชี้วัดผลลัพธ์ที่ถูกละเลยไว้ในกิจกรรมก่อน
หน้า การรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียนั้นสามารถใช้วิธีง่ายๆ เช่นการโทรศัพท์ไปหา หรือวิธีที่
ซับซ้อนเพิ่มขึ้นเช่นการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) (สฤณี อาชวานันทกุล และ ภัท
ราพร แยมละออ, 2560)

ตัวอย่างของวิธีที่ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมของผู้ประเมิน ยกตัวอย่าง
เช่น (1) เชิญผู้มีส่วนได้เสียร่วมกันในสถานที่ใดสถานที่หนึ่งและสอบถามพวกเขาโดยตรง (2) จัด
สัมมนาเชิงปฏิบัติการโดยเปิดให้อภิปรายและใช้ Flip-chart ในการบันทึกผล (3) ให้ผู้มีส่วนได้เสีย
กรอกแบบฟอร์มระหว่างการประชุมที่จัดขึ้นเป็นปกติอยู่แล้ว เช่น การประชุมประจำปีขององค์กร

อย่างไรก็ตามผู้ประเมินจำเป็นต้องวางระบบการเก็บข้อมูลและทำการรวบรวมข้อมูลอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี อาจเป็นรายไตรมาสก็ได้ นอกจากนี้ผู้ประเมินยังควรจัดทำแบบสำรวจผู้มีส่วนได้เสียโดยการว่าจ้างบุคคลที่สามซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ แล้วจึงทำการสำรวจผู้มีส่วนได้เสียผ่านการสัมภาษณ์หรือวิธีการอื่น ๆ นอกจากนี้ยังควรเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้มีส่วนได้เสียจากการสังเกตด้วย (สฤณี อาชวานันทกุล และ ภัทรพร แยมละออ, 2560)

การวิเคราะห์ผลกระทบนั้น จำเป็นต้องมีการคาดคะเนผลลัพธ์และผลกระทบส่วนเกิน (deadweight) ผลลัพธ์ทดแทน (displacement) ผลจากปัจจัยอื่น (attribution) และอัตราการลดลงของประโยชน์ (drop-off) เพื่อที่จะสามารถกำหนดกรณีฐาน (base case) ได้ คือ รวมเฉพาะคุณค่าทางสังคมที่องค์กรน่าจะมีส่วนสร้างจริง ๆ เท่านั้น ซึ่งการวัดมูลค่าของผลลัพธ์ และผลกระทบว่าผู้รับผลประโยชน์จากโครงการก่อให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมได้มากน้อยเพียงใด จะต้องเข้าใจด้วยว่าอาจมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น เช่นเดียวกัน (ศิริชัย กาญจนวาสี อ้างถึงใน โชติกา ภาชีผล, 2560) โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ผลลัพธ์ส่วนเกิน (Deadweight) หมายถึง ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นอยู่ต่อไปให้ไม่มีองค์กรไหนทำงานเรื่องนั้น ๆ ยกตัวอย่างเช่น ผลผลิตทางการเกษตรดีขึ้น โดยปกติชาวบ้านในพื้นที่อาจขายผลผลิตทางการเกษตรเช่นผลไม้ได้ 10 บาทต่อลูก แต่เมื่อผลผลิตดีขึ้นทำให้ผลไม้ลูกใหญ่ขึ้น จนขายได้เป็น 15 บาท ผลลัพธ์ส่วนเกินผู้ประเมินสามารถนำมาคิดได้เพียง 5 บาทเท่านั้น
- 2) ผลลัพธ์ทดแทน (Displacement) หมายถึง กรณีที่ผลลัพธ์เชิงบวกสำหรับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มหนึ่งถูกชดเชยด้วยผลลัพธ์เชิงลบสำหรับผู้มีส่วนได้เสียรายอื่น เช่น การที่คนหนึ่งคนได้งานทำ อาจหมายความว่าอีกคนหนึ่งต้องตกงาน ผลลัพธ์ทางสังคมคนมีงานทำมากขึ้นในกรณีนี้จะไม่เปลี่ยนแปลง
- 3) ผลจากปัจจัยอื่น (Attribution) เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของหน่วยงานหน่วยงานหนึ่งหรือโครงการอื่น ๆ ที่ร่วมส่งผลต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น
- 4) อัตราการลดลง (Drop off) ในสภาพความเป็นจริงที่ว่าผลลัพธ์ทางสังคมใดใดก็ตามบังเกิดขึ้นในปีแรก ๆ ของการดำเนินกิจกรรมหรือการทำโครงการมากกว่าในปีท้าย ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจเพื่อสังคมของเราสามารถช่วยให้เด็กแพร่งฟันได้อย่างถูกวิธี ในปีแรกเด็กทุกคนแพร่งฟันได้อย่างถูกวิธี แต่ปีถัดไปอาจไม่มีเด็กคนใดแพร่งฟันอย่างถูกวิธีเลย

การใช้เครื่องมือในการคำนวณผลตอบแทนทางสังคมอย่างง่าย

การคำนวณผลตอบแทนทางสังคมโดยไม่มีตัวช่วยเลยเป็นเรื่องที่สามารถทำได้ยาก อย่างไรก็ตาม ยังคงมีเครื่องมือที่สามารถช่วยในการคำนวณผลตอบแทนทางสังคมอย่างง่าย เพื่อให้ผู้ประเมินผลลัพธ์สามารถประเมินผลลัพธ์ได้ง่ายยิ่งขึ้น โดยสามารถศึกษาได้ใน “แบบฟอร์มการวิเคราะห์ SROI”



แบบฟอร์มการวิเคราะห์ SROI

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การมีส่วนร่วมรายบุคคล” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การอภิปรายกลุ่ม” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สื่อและแหล่งเรียนรู้

set socialimpact. (27 กุมภาพันธ์ 2564). สฤณี อาชวานันทกุล: Ep3 SET SE101 Online

Offering "การวัดผลทางสังคมคืออะไร? ทำอย่างไร?" [video]. YouTube.

https://www.youtube.com/watch?v=8xJh6gri_lw

เอกสารอ้างอิง

โชติกา ภาชีผล. (2560). เปิดประเด็น: การประเมินผลตอบแทนทางสังคม. *Journal of Education Studies*, 45(4), 342-352.

สฤณี อาชวานันทกุล และ ภัทราพร แยมละออ. (2560) คู่มือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมและผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2560. 312 หน้า.

สัปดาห์ที่ 12:

แผนภาพโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas; BMC)

สำหรับธุรกิจเพื่อสังคม

สัปดาห์ที่ 12: แผนภาพโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas; BMC) สำหรับธุรกิจเพื่อสังคม

ชื่อเนื้อหาประจำสัปดาห์

แผนภาพโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas; BMC) สำหรับธุรกิจเพื่อสังคม

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) มีความรู้และความเข้าใจในแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการด้านการประกอบการเพื่อสังคม
- 2) สามารถนำความรู้และเครื่องมือทางการประกอบการเพื่อสังคมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตหรือการประกอบอาชีพได้
- 3) มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาชีพ ที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ และแก้ปัญหาทางสังคม รวมถึงสถานการณ์ทั่วไป
- 4) มีความซื่อสัตย์สุจริต รับผิดชอบต่อตนเอง สังคม สิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ เพื่อแก้ไขปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในบทบาทของผู้นำ หรือผู้ร่วมงาน

กิจกรรมการเรียนการสอน

หัวข้อ	จำนวน นาทีที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
ที่มาและความสำคัญ ของ (BMC)	10	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย
ทำความเข้าใจ ความหมายของ BMC ทั้ง 9 องค์ประกอบ	15	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย

หัวข้อ	จำนวน นาทีที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
กิจกรรมกลุ่ม	30	ร่วมวิเคราะห์ BMC 9 ช่อง	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย Flipchart
กระบวนการพัฒนา BMC	15	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย
ตัวอย่าง BMC ของ ธุรกิจเพื่อสังคม	10	การบรรยาย	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย
กิจกรรมกลุ่ม	30	ร่วมวิเคราะห์ BMC นำ 9 ช่อง เดิมที่ทำไว้มา พัฒนาเพิ่ม	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	Flip chart
รายงานเดี่ยว อธิบายคำชี้แจง	10	การให้ แบบฝึกหัด “พัฒนา BMC จากธุรกิจที่ ผู้เรียนสนใจ”	แบบฝึกหัดเดี่ยว	สไลด์ ประกอบการ บรรยาย

งานมอบหมาย

รายงานเรื่อง “BMC ธุรกิจเพื่อสังคมของฉัน” ส่งสัปดาห์ที่ 14
(ระบุคำอธิบายเพิ่มเติมไว้หลัง “ใบกิจกรรม...”)

เนื้อหาการบรรยาย

เนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงแผนภาพโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas; BMC) สำหรับธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งประกอบไปด้วย ที่มาและความสำคัญของ (BMC) การทำความเข้าใจความหมายของ BMC ทั้ง 9 องค์ประกอบ กระบวนการพัฒนา BMC และตัวอย่าง BMC ของธุรกิจเพื่อสังคม

ที่มาและความสำคัญของ BMC

แผนผังโมเดลทางธุรกิจหรือ BMC ถูกออกแบบและคิดค้นโดย Alexander Osterwalder เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการอธิบายโครงสร้างและภาพรวมของธุรกิจตนเองที่เรียบง่าย ตรงประเด็น จับต้องได้ และสามารถเข้าใจได้ด้วยตนเอง BMC สามารถช่วยให้สามารถเข้าใจและเห็นโครงสร้างธุรกิจของแต่ละธุรกิจที่ชัดเจนมากขึ้น พร้อมเห็นปัจจัยและความเชื่อมโยงที่สำคัญของธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์หาจุดยึดหยุ่นที่สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้ โดยในการจัดทำ BMC เป็นการดูโครงสร้างธุรกิจของเราว่า ทำอะไร ทำอย่างไร และทำเพื่อใคร เมื่อเห็นภาพรวมของธุรกิจก็จะสามารถพิจารณาได้ว่าธุรกิจที่เราสร้างสรรค์ขึ้นมาจะมีแนวโน้มที่จะเติบโตหรือไม่ (Hong & Fauvel, 2013)



รูป Alexander Osterwalder ผู้ออกแบบและคิดค้นแผนผังโมเดลทางธุรกิจ

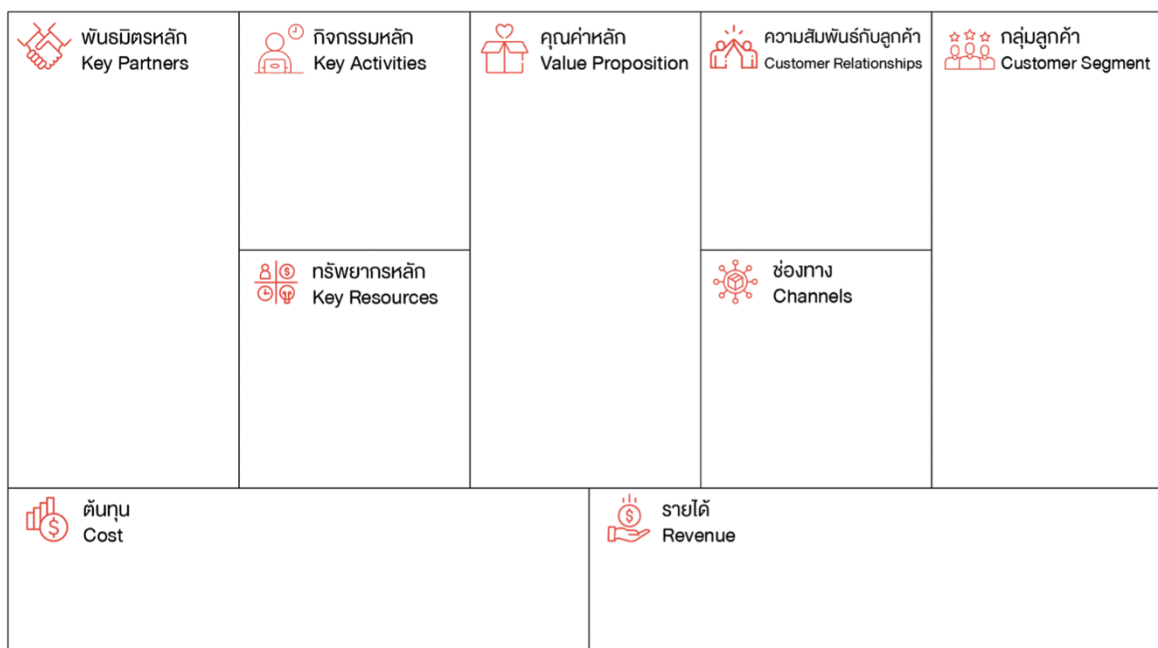
ที่มา: The Business Model Analyst (2022)

การทำความเข้าใจความหมายของ BMC ทั้ง 9 องค์ประกอบ

BMC ประกอบไปด้วย 9 องค์ประกอบที่สำคัญซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (Hong & Fauvel, 2013)

- 1) กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้าของเราคือใคร ในองค์ประกอบนี้เป็นการวิเคราะห์หาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อของกลุ่มลูกค้าเรา และเป็นการให้รายละเอียดว่าใครกันที่จะเข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการของเรา
- 2) คุณค่าหลักของเราคืออะไร ซึ่งหมายถึงคุณค่าของธุรกิจที่เราสร้างขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการของธุรกิจเรา ในองค์ประกอบนี้จะดูว่าธุรกิจเราตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าหรือไม่ และมีความโดดเด่นหรือแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นในตลาดอย่างไร
- 3) ช่องทางที่คุณค่าของธุรกิจจะเข้าถึงกลุ่มลูกค้า ซึ่งหมายรวมถึงช่องทางการขายสินค้าหรือบริการของเรา หมายรวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ หรือช่องทางที่จะสามารถสร้างความสัมพันธ์เฉพาะหรือการมีส่วนร่วมใด ๆ กับลูกค้าได้
- 4) ความสัมพันธ์ของธุรกิจคุณกับกลุ่มลูกค้าเป็นแบบไหน ธุรกิจของเราจะติดต่อกันกับลูกค้าหรือผู้รับบริการผ่านช่องทางหรือสื่อตัวกลางอะไร
- 5) โครงสร้างการหารายได้ของธุรกิจเป็นแบบใด ในองค์ประกอบนี้เป็นการดูความเชื่อมโยงระหว่างคุณค่ากับรายได้ที่อาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ตลอดเวลา รวมถึงวิธีการเก็บเงินจากกลุ่มลูกค้าว่าเป็นแบบใด
- 6) กิจกรรมหลักของธุรกิจคุณที่แตกต่างจากคู่แข่งในตลาดคืออะไร เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงของระบบธุรกิจ คุณภาพของสินค้าและบริการ รวมถึงความเข้าใจในกลุ่มลูกค้าด้วย
- 7) ทรัพยากรหลักที่จำเป็นในการประกอบกิจกรรมหลัก (ข้อที่ 6) ของธุรกิจคุณคืออะไร
- 8) พันธมิตรที่จำเป็นในการประกอบกิจกรรมหลักของคุณคือใคร เพื่อให้มีพันธมิตรทางธุรกิจมาช่วยเติมเต็มในสิ่งที่คุณอาจยังทำไม่ได้หรือทำไม่ได้ดี
- 9) ค่าใช้จ่ายหลักของธุรกิจคืออะไร และสัมพันธ์กับรายได้ของธุรกิจอย่างไร

แผนผังโมเดลทางธุรกิจ (BMC)



รูปเครื่องมือแผนผังโมเดลทางธุรกิจ

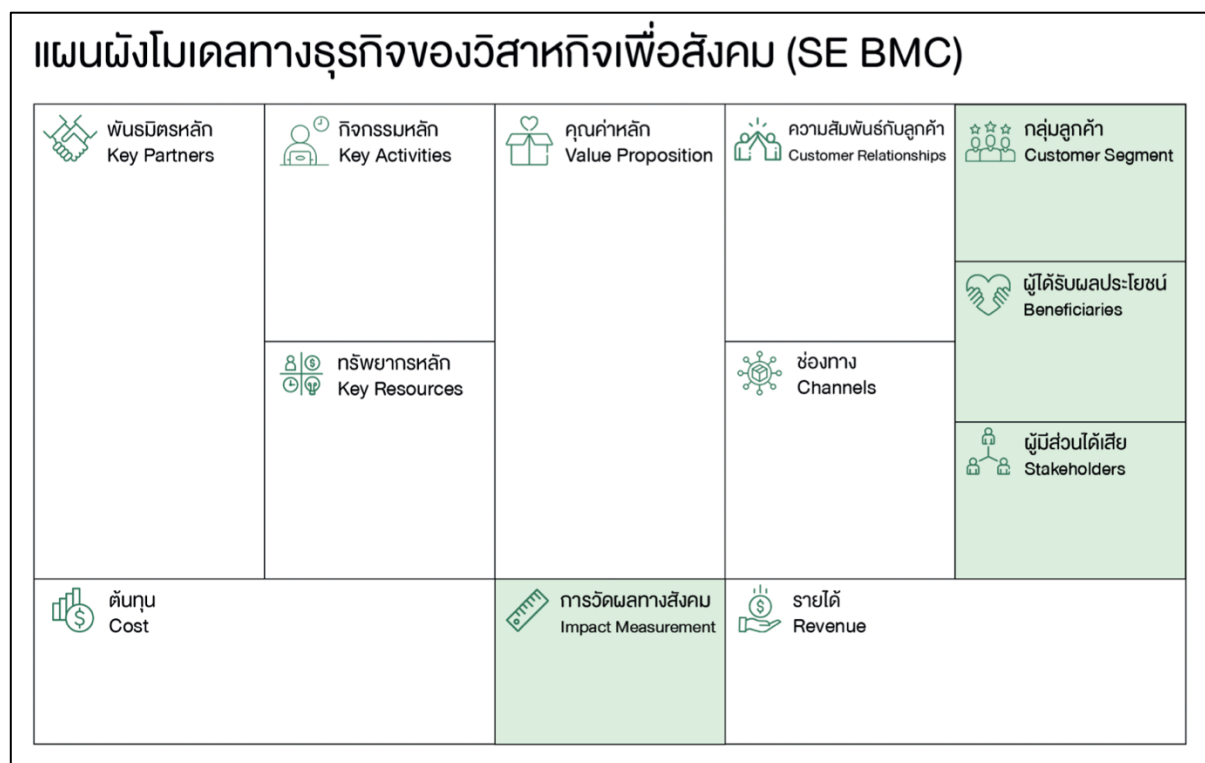
ที่มา: คู่มือเครื่องมือเพื่อใช้ในการทำงานร่วมกับชุมชน (2565)

อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) ถือเป็นธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่สามารถใช้การจัดทำแผนผังโมเดลทางธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC) ในการทำความเข้าใจโครงสร้างการทำได้ของระบบธุรกิจได้ ซึ่งการจัดทำ BMC สามารถสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไปได้และการอยู่รอดของวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ดีและเข้าใจง่าย ทั้งยังเป็นการวิเคราะห์จุดเด่นที่ควรส่งเสริมและจุดด้อยที่ควรพัฒนาของ SE นั้นด้วย

ในขณะที่การจัดทำ BMC ของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือ SE นั้นก็สามารถวิเคราะห์โครงสร้างระบบได้เช่นกัน เพียงแต่จำเป็นต้องเพิ่ม 3 ส่วนขึ้นมาจาก BMC แบบปกติจากหัวข้อข้างต้น โดยทั้ง 3 ส่วนที่เพิ่มเติมขึ้นมานั้นต้องสัมพันธ์กับคุณค่าหลักของ SE นั้น ๆ ด้วย ได้แก่

- 1) ผู้ได้รับประโยชน์ เพื่อวิเคราะห์ดูว่าใครคือผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากการดำเนินธุรกิจหรือการขายสินค้าและบริการนั้น ๆ
- 2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นการระบุผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งผลกระทบทางบวกและทางลบจากการดำเนินธุรกิจ SE นั้น ๆ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งประชาชนทั่วไป หน่วยงาน หรือองค์กรต่าง ๆ

- 3) การวัดผลทางสังคม ซึ่งจำเป็นอย่างมากในการดำเนินธุรกิจของ SE เพื่อวัดว่าการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจส่งผลกระทบทางบวกแก่สังคมอย่างไรบ้าง เช่น Heartist ที่ให้เด็กพิการมาทำผ้าทอพิเศษ โดยรายได้จากการขายกระเป๋าผ้าทอนั้นจะถูกส่งต่อไปให้ผู้พิการและครอบครัวเกิดเป็นรายได้แก่ครอบครัว ทั้งยังสร้างเสริมให้เกิดพัฒนาการด้านอารมณ์ที่ดีขึ้นและกลับมามีตัวตนในสังคมได้



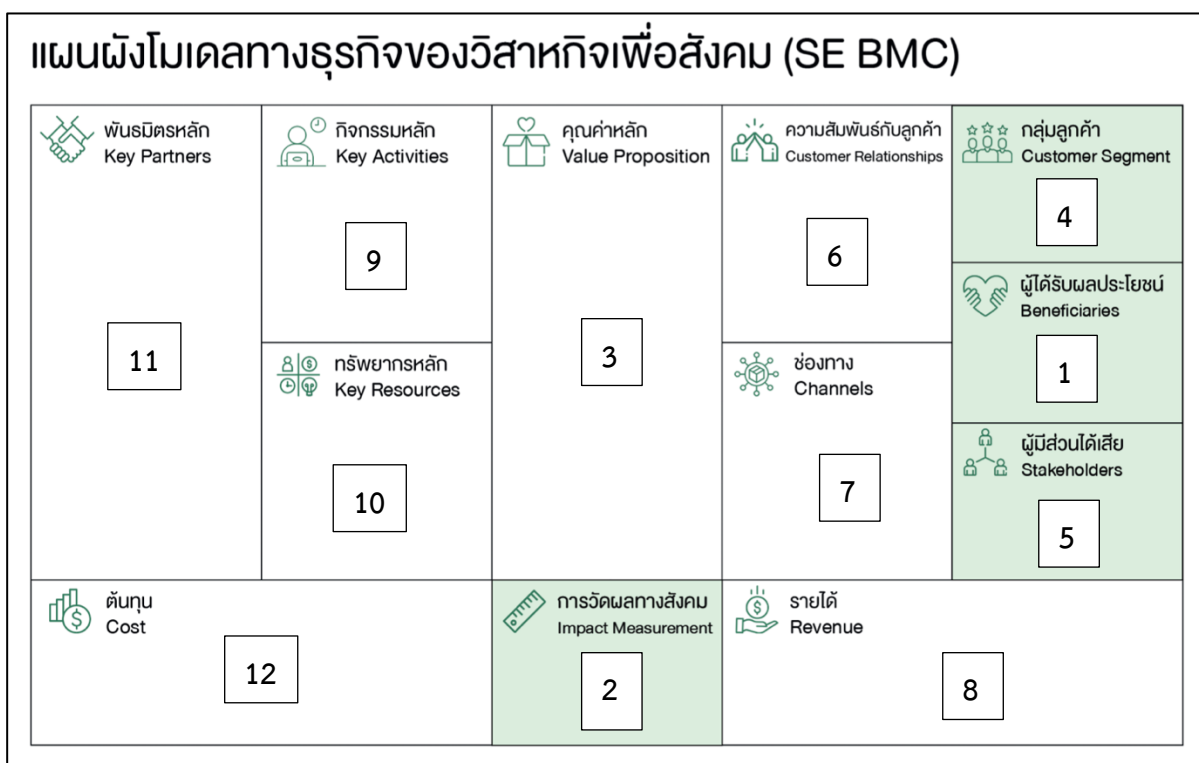
รูปเครื่องมือแผนผังโมเดลทางธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม
ที่มา: คู่มือเครื่องมือเพื่อใช้ในการทำงานร่วมกับชุมชน (2565)

กระบวนการพัฒนา BMC

กระบวนการพัฒนาแผนผังโมเดลธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคมจะสามารถทำได้ง่ายขึ้นโดยการเริ่มระบุข้อมูลตามธุรกิจเพื่อสังคมของเราไปทีละช่องไปตามลำดับดังต่อไปนี้

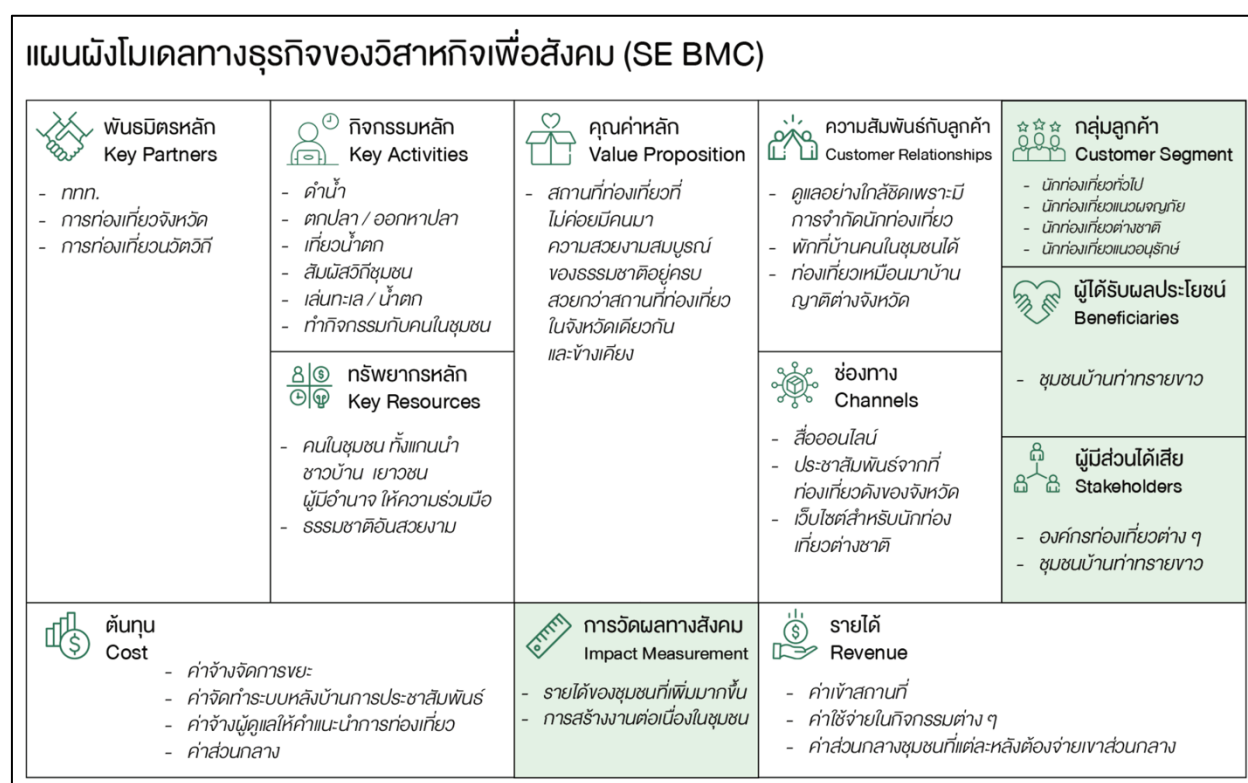
- 1) ระบุผู้ได้รับผลประโยชน์จากการทำธุรกิจเพื่อสังคมของเรา
- 2) ระบุการวัดผลทางสังคม ที่ธุรกิจของเราสามารถดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม
- 3) ระบุคุณค่าหลักของธุรกิจเพื่อสังคมของเรา ว่าธุรกิจเพื่อสังคมของเรามีคุณค่าหลักที่แตกต่างจากธุรกิจอื่นอย่างไร

- 4) ระบุกลุ่มลูกค้า ธุรกิจเพื่อสังคมของเรามีใครเป็นผู้มาซื้อสินค้าหรือบริการของเรา โดยกลุ่มลูกค้านี้อาจเป็นกลุ่มเดียวกับผู้ได้รับผลประโยชน์จากธุรกิจของเราหรือเป็นกลุ่มเดียวกับผู้มีส่วนได้เสียก็ได้
- 5) ระบุผู้มีส่วนได้เสีย โดยผู้มีส่วนได้เสียกับธุรกิจเพื่อสังคมของเราอาจเป็นกลุ่มเดียวกับกลุ่มลูกค้าหรือกลุ่มผู้ได้รับผลประโยชน์จากธุรกิจเพื่อสังคมของเราก็ได้
- 6) ระบุความสัมพันธ์กับลูกค้า ว่าธุรกิจเพื่อสังคมของเรามีความสัมพันธ์กับลูกค้าในแบบที่แตกต่างจากธุรกิจอื่น ๆ อย่างไร
- 7) ระบุช่องทาง โดยช่องทางนี้เป็นช่องทางที่ธุรกิจเพื่อสังคมของเราจะใช้เพื่อติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าหรือใช้เพื่อประชาสัมพันธ์ก็ได้
- 8) ระบุรายได้ ว่าธุรกิจเพื่อสังคมของเรามีรายรับหรือรายได้จากช่องทางใด ควรระบุให้ละเอียด ว่ารายได้ที่จะได้รับจะมีมูลค่าประมาณเท่าไรต่อเดือนหรือต่อปี
- 9) ระบุกิจกรรมหลัก ธุรกิจเพื่อสังคมของเรามีกิจกรรมหลักที่ต้องดำเนินการคืออะไรบ้าง อาจเริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการจนไปถึงการจัดจำหน่ายหรือไม่
- 10) ระบุทรัพยากรหลัก ว่าธุรกิจเพื่อสังคมของเรามีทรัพยากรหลักอะไรที่เป็นต้นทุนในตอนนี้อย่างบ้าง
- 11) ระบุพันธมิตรหลัก ว่าธุรกิจเพื่อสังคมของเราจะจับมือกับพันธมิตรกลุ่มใด และพันธมิตรใดสามารถช่วยเหลือธุรกิจเพื่อสังคมเราในด้านใดได้บ้าง
- 12) ระบุต้นทุน ว่าธุรกิจเพื่อสังคมของเรามีต้นทุนที่ต้องใช้จ่ายไปกับอะไรบ้าง



รูปลำดับการระบุเครื่องมือแผนผังโมเดลทางธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม

ตัวอย่าง BMC ของธุรกิจเพื่อสังคม



รูปตัวอย่างแผนผังโมเดลทางธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม
 ที่มา: คู่มือเครื่องมือเพื่อใช้ในการทำงานร่วมกับชุมชน (2565)

ใบกิจกรรมที่ 12.1

ชื่อกิจกรรม: การอภิปรายกลุ่ม “สร้าง BMC กันเถอะ”

ระยะเวลา: 25 นาที

สาระสำคัญ:

หลังจากที่ผู้สอนได้อธิบายเนื้อหาทฤษฎี BMC ทั้ง 9 ช่อง ให้ผู้เรียนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว กิจกรรมนี้จะเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเองผ่านการทำกิจกรรมกลุ่ม ผู้สอนจะเป็นผู้เตรียมกิจการเพื่อสังคมไว้ทั้งหมด 7 กิจการ (หรืออาจปรับลดจำนวนตามความเหมาะสมของผู้เรียน) โดยจะให้ผู้เรียนเป็นผู้เลือกด้วยตัวเอง กลุ่มใดมาก่อนได้เลือกก่อน (first come first serve) หรืออาจจะจับฉลากก็ได้ทั้งสิ้น จากนั้นให้ผู้เรียนได้วิเคราะห์ BMC ทั้ง 9 ช่องโดยผู้เรียนสามารถศึกษาผ่านสื่อภายนอก เช่น Internet ตามความเหมาะสม

การได้ลงวิเคราะห์กิจการเพื่อสังคมจะช่วยสร้างความเข้าใจในตัวผู้เรียนต่อเนื้อหาวิชามากยิ่งขึ้น รวมถึงเป็นการทบทวนก่อนไปสู่เนื้อหาการพัฒนา BMC ด้วย

วัตถุประสงค์ของการเรียนรู้:

- 1) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำทฤษฎีที่ได้เรียนไปมาประยุกต์ใช้ได้ถูกต้อง
- 2) เพื่อให้ผู้เรียนมีโอกาสศึกษาและวิเคราะห์กิจการเพื่อสังคมที่มีอยู่จริงด้วยตัวเอง
- 3) เพื่อให้ผู้เรียนมีโอกาสฝึกบริหารจัดการเวลา โดยสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายภายในเวลาที่จำกัด

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม:

ขั้นตอน	ระยะเวลา
1) ผู้เรียนจับกลุ่มกับเพื่อนร่วมชั้น	5 นาที
2) ผู้สอนขึ้นรายชื่อของกิจการเพื่อสังคมที่ใช้ในการทำกิจกรรม กรณีที่ 1 ผู้เรียนเลือกได้ด้วยตัวเองในลักษณะใครเลือกก่อนได้ก่อน (เช่น ยกมือเร็วที่สุด วิ่งไปหาผู้สอนเร็วที่สุด เป็นต้น) ผู้สอนอาจเปิดโอกาสให้ปรึกษากันก่อนเลือกกิจการ กรณีที่ 2	5 นาที

ขั้นตอน	ระยะเวลา
ผู้สอนสุ่มเลือกให้ สามารถใช้วิธีจับฉลากด้วยกระดาษ หรือเว็บไซต์ได้ตาม ความถนัด	
3) ผู้เรียนเริ่มวิเคราะห์ BMC ทั้ง 9 ช่องร่วมกับเพื่อนร่วมชั้น	20 นาที

คำแนะนำเพิ่มเติม:

1. กรณีผู้เรียนไม่สามารถทำ BMC ทั้ง 9 ช่องได้ครบในช่วงระยะเวลาที่กำหนดนี้ ผู้สอนสามารถแจ้งให้ผู้เรียนเก็บไว้ทำต่อในช่วงเวลาของกิจกรรมที่ 12.2 ได้ หรือตัวผู้สอนอาจพิจารณาปรับลดหรือเพิ่มเวลาในการทำกิจกรรมได้ตามความเหมาะสม
2. เนื่องจากกิจการหรือบริษัทที่ได้รับมอบหมายมีจำนวนจำกัด ผู้สอนสามารถปรับลดหรือปรับเพิ่มจำนวนกลุ่มหรือจำนวนสมาชิกในกลุ่มของผู้เรียนได้ตามความเหมาะสม เช่น มีกิจการจำนวน 7 กิจการ ผู้เรียนในห้องมี 30 คน อาจปรับลดกิจการเหลือ 5 แล้วแบ่งกลุ่มออกเป็น 5 กลุ่ม กลุ่มละ 6 คน หรือผู้เรียนในห้องมี 100 คน อาจคงไว้ทั้ง 7 กิจการ แล้วแบ่งผู้เรียนออกเป็น 14-15 คน หรือหากผู้เรียนในห้องมี 1,000 คน อาจคงไว้ทั้ง 7 กิจการ แล้วอาจกำหนดให้มี 4-5 กลุ่มที่มีกิจการซ้ำกันก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นกับความเหมาะสมตามดุลยพินิจของผู้สอน

การประเมินผลกิจกรรม:

ผู้สอนพิจารณาความร่วมมือของเพื่อนในกลุ่ม ว่ามีความร่วมมือกันเป็นอย่างดีหรือไม่ มีการปรึกษา แบ่งสรรจัดการงานอย่างไรภายในระยะเวลาที่กำหนด

การสรุปกิจกรรม:

สรุปร่วมกับกิจกรรมที่ 12.2

ใบกิจกรรมที่ 12.2

ชื่อกิจกรรม: การอภิปรายกลุ่ม “ร่วมกันพัฒนา BMC ให้ยั่งยืน”

ระยะเวลา: 20 นาที

สาระสำคัญ:

หลังจากผู้เรียนได้ทำ BMC ทั้ง 9 ช่องไปเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ตลอดจนได้ฟังการบรรยายเนื้อหาของ SE BMC ให้ผู้เรียนนำ BMC ทั้ง 9 องค์ประกอบที่ทำไว้ก่อนหน้านี้ มาพัฒนาให้กลายเป็น SE BMC จากนั้นให้ผู้สอนทำการคัดเลือก หรือสุ่มกลุ่มผู้เรียนออกมานำเสนอให้เพื่อนร่วมชั้นฟัง

วัตถุประสงค์ของการเรียนรู้:

- 1) เพื่อให้ผู้เรียนนำทฤษฎี SE BMC มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติจริง
- 2) เพื่อให้ผู้เรียนมีโอกาสได้ฝึกการนำเสนองานให้เพื่อนร่วมชั้นคนอื่น ๆ ฟัง

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม:

ขั้นตอน	ระยะเวลา
1) ผู้เรียนและเพื่อนร่วมชั้น พัฒนาจาก BMC ให้กลายเป็น SE BMC	15 นาที
2) สุ่มเลือกผู้เรียนออกมานำเสนอ	10 นาที
3) สรุปกิจกรรม	5 นาที

การประเมินผลกิจกรรม:

ผู้สอนประเมินความเข้าใจและความตั้งใจของผู้เรียนผ่านการสังเกตพฤติกรรมในการแลกเปลี่ยน วิเคราะห์ และค้นคว้าข้อมูล เพื่อเปลี่ยนจาก BMC ทั่วไปเป็น SE BMC โดยสังเกตว่าผู้เรียนมีความสนใจ และมีความพยายามที่จะเข้าใจและหาข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ SE BMC มากน้อยอย่างไร ตลอดจนสังเกตการซักซ้อมเพื่อนำเสนอว่าโดยภาพรวมสามารถนำเสนอได้ตรงประเด็นหรือไม่

การสรุปกิจกรรม:

แผนผังโมเดลทางธุรกิจ มีความใกล้เคียงกับแผนผังโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม แต่ทั้งสองก็ไม่ใช่อันเดียวกันเสียทีเดียว ในการที่จะวิเคราะห์โมเดลธุรกิจของกิจการหรือวิสาหกิจเพื่อสังคมให้ครบถ้วน และสะท้อนความเป็นไปได้ของการอยู่รอดของวิสาหกิจได้ตามความเป็นจริง การเข้าใจแผนผังโมเดลธุรกิจเดิมที่มีทั้ง 9 องค์ประกอบเป็นเรื่องจำเป็นและขาดไม่ได้ ตลอดจนมีความเข้าใจคุณค่าของ SE ว่าผู้ได้รับประโยชน์แท้จริงคือใคร มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างไร มีใครได้รับผลกระทบทางบวกหรือทางลบกับเราบ้างหรือไม่ ไปจนถึงรูปแบบการวัดผลของสังคมว่ามีผลลัพธ์อย่างไร ซึ่งในฐานะผู้พัฒนาธุรกิจ

แม้การทำ BMC จะไม่ใช่เครื่องยืนยันว่าธุรกิจจะประสบความสำเร็จ แต่ก็ เป็นสิ่งที่ทำให้สามารถเห็นภาพรวมของธุรกิจได้ชัดเจนขึ้น และสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจได้เพื่อให้เหมาะสมกับสังคม

รายงานเรื่อง “BMC ธุรกิจเพื่อสังคมของฉัน” (ส่งสัปดาห์ที่ 14)

คำชี้แจง

จากที่ผู้เรียนได้ลองวิเคราะห์ BMC ที่ได้รับมอบหมายจากกิจกรรมในห้องเรียนไปแล้ว ในการเขียนรายงานที่ได้รับมอบหมาย ให้ผู้เรียนวิเคราะห์ BMC ของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่สนใจ โดยมีข้อกำหนดว่าจะต้องไม่ใช่บริษัทที่ผู้สอนหยิบยกมาให้ทำกิจกรรมในห้อง (กรณีผู้สอนหยิบยกบริษัทมาทำน้อยกว่าที่ระบุไว้ เช่น นำบริษัท 5 จาก 7 บริษัทมาทำกิจกรรม แล้วผู้เรียนนำบริษัทที่เหลือมาวิเคราะห์โดยบังเอิญ ถือว่าอนุมัติได้) โดยจะเลือกวิสาหกิจในไทยหรือต่างประเทศก็ได้ตามความสนใจของผู้เรียน จากนั้นจึงวิเคราะห์ออกมาเป็น 12 ช่อง พร้อมทั้งเขียนอธิบายรายละเอียดแยกออกมาทีละหัวข้อ

แนวทางการประเมินผล

เมื่อผู้เรียนนำส่งรายงานเรื่อง “BMC ธุรกิจเพื่อสังคมของฉัน” เพื่อพิจารณาแนวทางการประเมินผลให้ได้ 5 คะแนน เนื้อหาที่นำเสนอควรประกอบด้วย การวิเคราะห์ต้องมีข้อวิเคราะห์ครบทั้งสิ้น 12 ช่องและอธิบายแยกแต่ละช่องได้เนื้อหาใจความครบถ้วนตามหัวข้อที่ผู้เรียนเลือกมาวิเคราะห์

กรณีศึกษาวิสาหกิจเพื่อสังคม ประกอบใบกิจกรรม 12.1 และ 12.2

1) เขาค้อทะเลภู



รูป “บุกเบิกปารกร้าง สู่ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ เพื่อเกษตรกรไทย”

ที่มา: 7innovationaward (2020)

บริษัทเขาค้อทะเลภู ก่อตั้งโดยคุณสนธิ์ ชมดี แรกเริ่มของบริษัทเกิดจากการเปลี่ยนปารกร้างให้เป็นแปลงผักเกษตรอินทรีย์ขนาดใหญ่ มีผลผลิตออกจำหน่าย เมื่อเหลือจึงแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์จึงใช้วัตถุดิบของตนเองและชุมชนท้องถิ่นเป็นหลัก มีการเปิดพื้นที่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ศึกษาดูงานแก่เกษตรกร โดยมีความตั้งใจกระตุ้นให้มีการซื้อขายวัตถุดิบทางการเกษตร ภายในประเทศ โดยมุ่งหวังให้บริษัทเป็นศูนย์การผลิต จำหน่าย วิจัยค้นคว้าและพัฒนา รวมถึงมีการ รับซื้อข้าวเกษตรอินทรีย์ เพื่อส่งเสริมให้ชาวนาหันมาปลูกข้าวเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ของเขาค้อทะเลภูเป็นสินค้าออร์แกนิก ทั้งวัตถุดิบรับประทานไปจนถึงเครื่องสำอางอย่างแชมพู สบู่ เซรั่ม ครีม ฯลฯ มีช่องทางการขายทั้งหน้าร้านค้าและทางออนไลน์

2) The Organic Milk (แดรี่โฮม)



รูป แดรี่โฮม ออร์แกนิกมิลค์

ที่มา: greendee (2020)

แดรี่โฮม ออร์แกนิกมิลค์ ปากช่อง ก่อตั้งโดยคุณพฤติ เกิดชูชื่น เป็นศูนย์รวบรวมผลผลิตจากการเกษตรแบบอินทรีย์ ใช้หลักธรรมชาติในการผลิตทั้งระบบ โดยมีนมวัวเป็นสินค้าชูโรงตลอดจนเป็นสถานที่ให้ความรู้แก่เกษตรกรในเรื่องการไม่ใช้สารเคมี โดยคุณพฤติได้เรียนรู้ ศึกษาเรื่องดังกล่าวจนสามารถถ่ายทอดสู่เกษตรกรผู้เลี้ยงและผู้ผลิต รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรในท้องถิ่นในราคายุติธรรม แล้วจึงมีโรงงานตามมาตรฐานพาสเจอร์ไรซ์ ในการขายเริ่มจากการตระเวนขายตามบ้านลูกค้าแถบท้องถิ่น แต่ปัจจุบันขยายฐานลูกค้าเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่มีใจรักในสุขภาพ

3) Local Alike

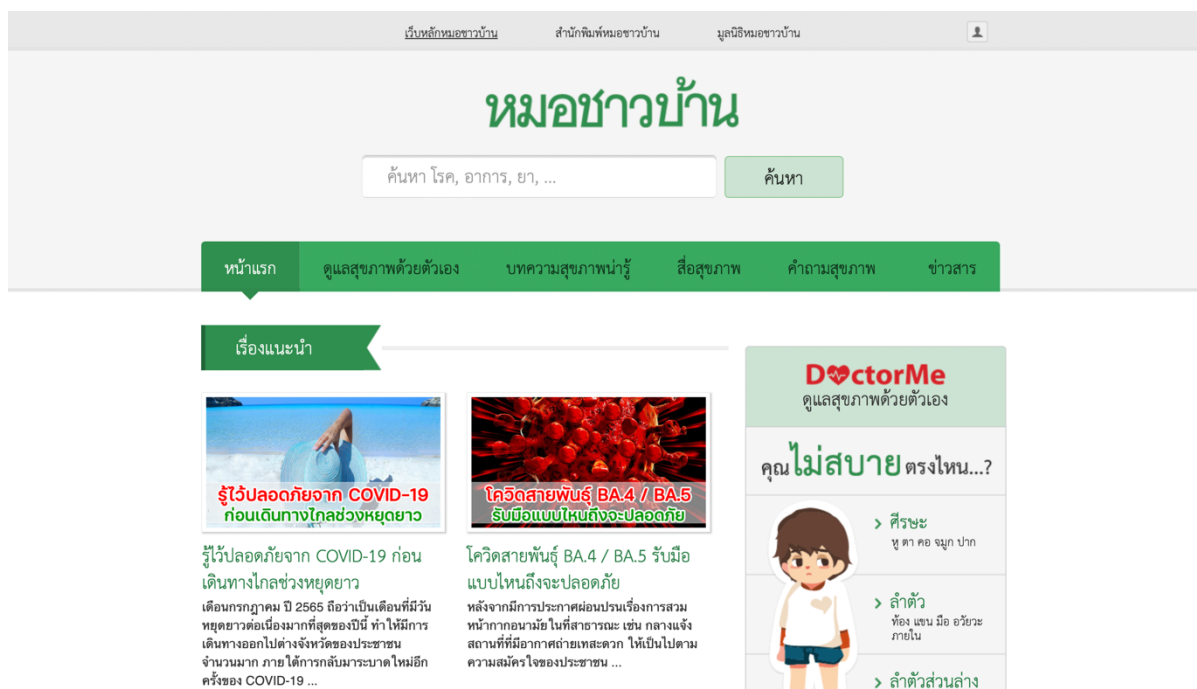


รูป เว็บไซต์การท่องเที่ยว Local Alike

ที่มา: LocalAlike.com (2022)

Local Alike เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยววิถีชุมชน ทั้งในรูปแบบ One-Day Trip หรือแพคเกจทัวร์แบบค้างคืน โดยมีจุดเริ่มต้นมาจาก คุณสมศักดิ์ บุญคำ หรือ คุณไผ่ วิศวกรไทยที่ได้โอเดียมาจากตอนที่ทำงานร่วมกับมูลนิธิแม่ฟ้าหลวง คุณไผ่ได้ใช้ระยะเวลาถึง 7 ปีในการทำให้แพลตฟอร์มออนไลน์ดังกล่าวมาสู่จุดที่สามารถเรียกได้ว่า “ประสบความสำเร็จ” โดยคุณไผ่บอกว่าการได้มีโอกาสอยู่ร่วมกับชาวบ้าน ทำให้มองเห็นว่าแต่ละชุมชนมีเอกลักษณ์และศักยภาพในการพัฒนาขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างไร ตลอดจนการที่คุณไผ่มาจากต่างจังหวัด จึงทำให้เกิดความต้องการกระจายรายได้จากหัวเมืองใหญ่ไปสู่คนในท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยว start-up ของคุณไผ่ไม่ได้เป็นแอปพลิเคชันที่รวดเร็ว แต่เป็นเว็บไซต์ จากการวิเคราะห์ลูกค้าอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มักมองหา รีวิวและใช้เวลาในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ความรวดเร็วจากแอปพลิเคชันจึงไม่ใช่สิ่งที่ตอบโจทย์ในทางกลับกัน Local Alike ต้องการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับคนในชุมชน ในการแจ้งสถานการณ์ จองหรือการบริหารเงิน เพื่อมาแทนที่การจดมือแบบแต่เดิม

4) Health Me “สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน”

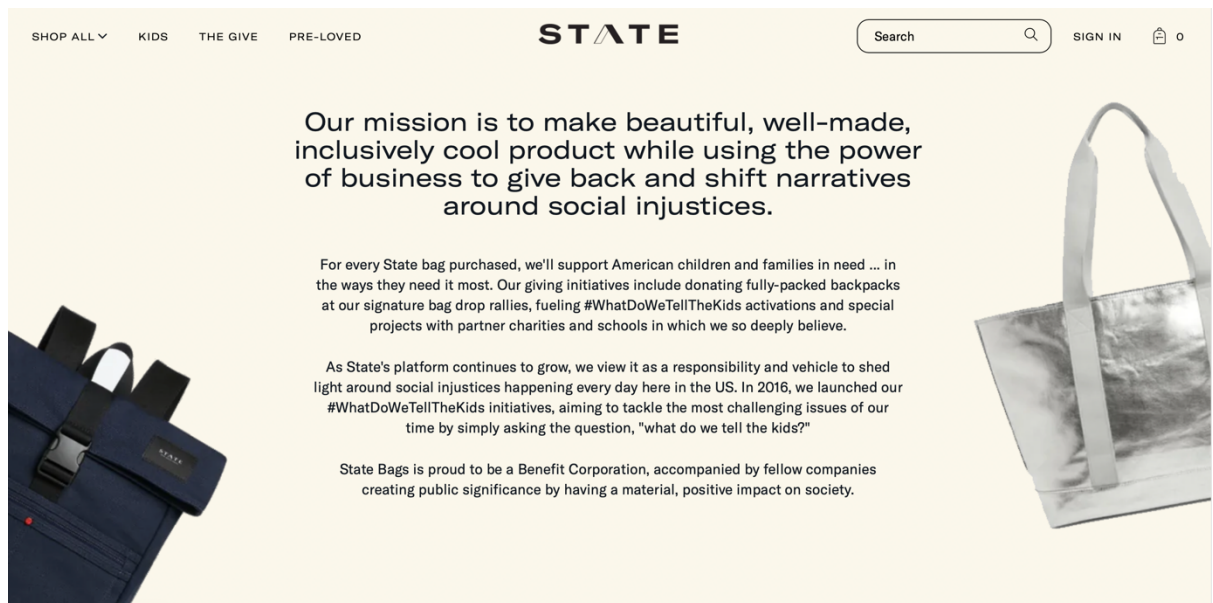


รูป เว็บไซต์หมอชาวบ้าน

ที่มา: thaihealthbook (2022)

สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน เริ่มขึ้นเมื่อ 33 ปีก่อน โดย ศ.นพ.ประเวศ วะสี, ศ.นพ.สันต์ หัตถิรัตน์, ศ.นพ.เสมอ พริ้งพวงแก้ว และ นพ.สุรเกียรติ์ อาชานานุภาพ รวมตัวกันเป็นหมอชาวบ้านเพื่อเผยแพร่ความรู้สุขภาพเบื้องต้นให้กับประชาชน เนื่องจากบริการด้านสาธารณสุขของไทยเดินทางไปไม่ถึงทั่วถึง จากการปลูกกระแสแรงกระตุ้นเสริมสร้างสุขภาพ ได้กลายเป็นมูลนิธิหมอชาวบ้าน ช่วงแรกยังต้องพึ่งพารายได้จากเงินส่วนตัวผู้ก่อตั้งและรับบริจาค การดำเนินงานไม่ได้ต้องการกำไรทางการค้าแต่มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอเนื้อหาสาระในการดูแลสุขภาพ บทความที่ได้มาจากการเขียนบุคคลากรทางการแพทย์และสายสุขภาพที่มาร่วมกันเป็นกองบรรณาธิการและเขียนบทความเสนอในนิตยสารหมอชาวบ้านโดยไม่คิดค่าตอบแทน ในระยะหลังจึงมีหนังสือและวารสารคลินิก ตลอดจนตำราวิชาการเพิ่ม ที่กลายเป็นตัวเสริมรายได้ให้กับสำนักพิมพ์ในการดำเนินกิจการ

5) STATE BAGS: Give. Back. Pack

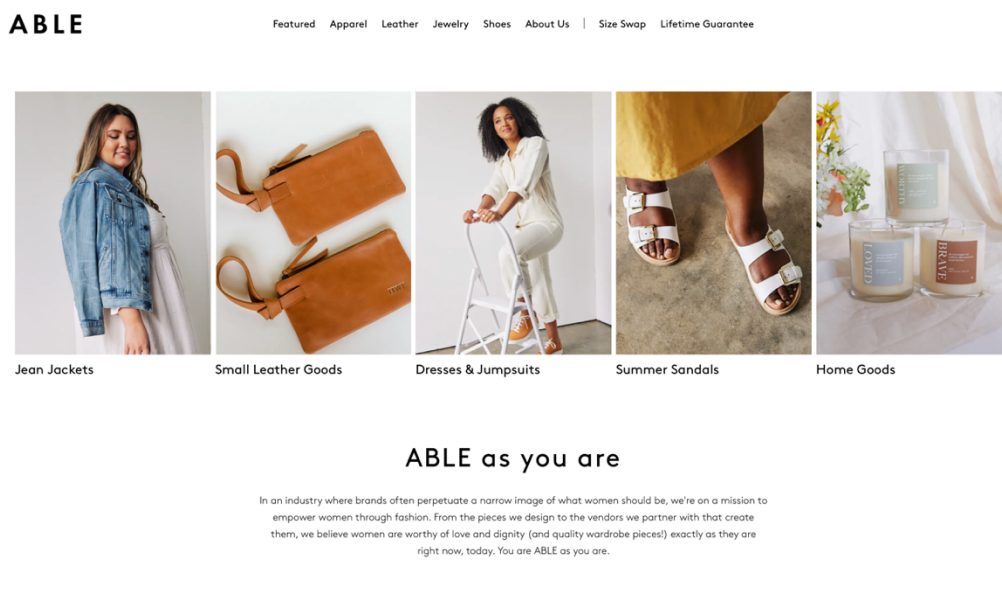


รูป STATE BAGS

ที่มา: statebags (2022)

บริษัทที่สร้างขึ้นในปี 2013 ด้วยพันธกิจว่าจะเป็นบริษัทผลกำไรในรูปแบบ “one for one” กล่าวคือทุกกระเป๋าที่ทางบริษัทสามารถขายได้ ผลกำไรจะกลับคืนสู่เด็กเยาวชนและครอบครัวที่ขาดแคลน ทั้งการบริจาคกระเป๋าสะพายให้แก่เด็ก ๆ ตลอดจนสร้างโครงการร่วมกับองค์กรการกุศลและโรงเรียนจำนวนมากในสหรัฐอเมริกา โดยตั้งแต่ปี 2013-2019 ทางบริษัทได้มอบกระเป๋าสะพายให้แก่เด็ก ๆ ไปแล้วกว่า 200,000 ใบ

6) ABLE

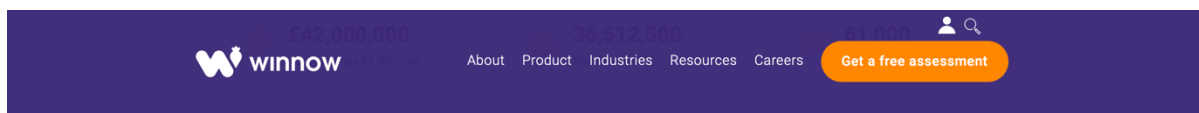


รูป เว็บไซต์ ABLE

ที่มา: Ableclothing (2022)

ABLE เป็นบริษัทที่ขายเสื้อผ้า กระเป๋า และรองเท้าสำหรับผู้หญิง โดยมีความมุ่งหวังให้ผู้หญิงทุกคนเห็นคุณค่าและความงามของตนเอง โมเดลธุรกิจของ ABLE ยังมุ่งเน้นให้เกิดการจ้างงานของผู้หญิงทั่วโลก โดยมีความตั้งใจที่จะสร้างอาชีพที่ผู้หญิงสามารถได้รับค่าตอบแทนอย่างปลอดภัย ปัจจุบัน ABLE ยังสร้างอาชีพให้กับผู้หญิงจำนวนมาก เช่นเดียวกับผู้หญิงที่ออกมาจากอุตสาหกรรมทางเพศ (sex industry)

7) Winnow



Why are we the company to meet the food waste challenge?

Food waste costs the hospitality industry over 100bn annually. Kitchens can waste up to 20% of food purchased, often equivalent to their total net profits.

This is because chefs too often lack the necessary tools to accurately measure and manage waste.

What gets measured gets managed, and by using data intelligently kitchens can be made more efficient. Winnow develops technology to help chefs achieve greater visibility in their kitchens and make better decisions that lead to dramatically reduced food waste and costs.

We empower chefs around the world to spend more time being creative with food.



รูป เว็บไซต์ Winnow

ที่มา: Winnowsolutions

บริษัทที่จัดจำหน่ายเครื่องมือที่ใช้ระบบ AI ในการวิเคราะห์ขยะอาหาร (food waste) เมื่ออาหารถูกทิ้งลงในถัง ระบบจะถ่ายภาพอาหาร น้ำหนัก ปริมาณ เพื่อวิเคราะห์ว่าโดยปกติแล้วอะไรที่เหลือทิ้ง มูลค่าของที่ทิ้งไปคือเท่าไร จากนั้นระบบจะขึ้นข้อมูลใน tablet ของเชฟเพื่อให้สามารถคำนวณการซื้อหรือจัดทำอาหารในครั้งต่อไปได้ ปัจจุบันเครื่องมือดังกล่าวถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร ตลอดจนโรงพยาบาลต่าง ๆ

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การมีส่วนร่วมรายบุคคล” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การอภิปรายกลุ่ม” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สื่อและแหล่งเรียนรู้

ปริญชัย ฮวดชัย และ ปริญญาธิ์ สุขสีทอง. (2563). *SE CATALOG รวมกิจการเพื่อสังคมในไทย*.

<https://www.sethailand.org/resource/se-catalog/>

7 ปี LOCAL ALIKE เพราะความสำเร็จของสตาร์ทอัพ ต้องใช้มากกว่าเทคโนโลยี. (ม.ป.ป.). สืบค้น

จาก <https://www.nia.or.th/LocalAlike>

Live Platform. (ม.ป.ป.). คุณณฤทธิ วรพงษ์ดี: *BMD1007 : Business Model Canvas*.

<https://www.live-platforms.com/courses/73>

set socialimpact. (13 มีนาคม 2564). ทรงพล ชัญมาตรกิจ: *Ep5 SET SE101 Online Offering I*

เข้าใจคุณค่าและการดำเนินธุรกิจ ValueProposition&BusinessModel [video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=z8UApt54JUY&t=428s>

THE STANDARD. (2019, February 26). เขียนโมเดลธุรกิจอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ กับผู้

คิดค้น *Business Model Canvas The Secret Sauce EP.87* [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=w9gFBipsXF8>

เอกสารอ้างอิง

โครงการการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและกลไกเพื่อขับเคลื่อนกิจการเพื่อสังคม สำหรับมหาวิทยาลัย
เพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่. (2565). คู่มือเครื่องมือเพื่อใช้ในการทำงานร่วมกับชุมชน: เครื่องมือ

BMC

ABLE. (n.d.). *about us*. <https://www.ableclothing.com/pages/about-us>

Bottleworks. (n.d.). *about us*. <https://www.bottleworks.ca/about-us>

Hong, Y. C., & Fauvel, C. (2013). Criticisms, variations and experiences with business
model canvas.

STATE. (n.d.). *The Story of State* <https://statebags.com/pages/about>

WINNOW. (n.d.). *about winnow*. <https://www.winnowsolutions.com/company>

เอกสารประกอบการอ่านเพิ่มเติม

Burkett, I. (2013). Using the business model canvas for social enterprise design.

Recuperado de [http://knode.com.au/wp-](http://knode.com.au/wp-content/uploads/Knode_BusModCanv4SocEntDesign_E1LR_30p.pdf)

[content/uploads/Knode_BusModCanv4SocEntDe-](http://knode.com.au/wp-content/uploads/Knode_BusModCanv4SocEntDesign_E1LR_30p.pdf) sign_E1LR_30p. pdf.

สัปดาห์ที่ 13:

การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ของ BMC จากกรณีศึกษา

สัปดาห์ที่ 13: การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ของ BMC จากกรณีศึกษา

ชื่อเนื้อหาประจำสัปดาห์

การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ของ BMC จากกรณีศึกษา

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) มีความรู้และความเข้าใจในแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และวิธีการด้านการประกอบการ เพื่อสังคม
- 2) สามารถนำความรู้และเครื่องมือทางการประกอบการเพื่อสังคมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตหรือการประกอบอาชีพได้
- 3) มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาชีพ ที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ และแก้ปัญหาทางสังคม รวมถึงสถานการณ์ทั่วไป

กิจกรรมการเรียนการสอน

หัวข้อ	จำนวน นาทีที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
กรณีศึกษา BMC ของ ธุรกิจเพื่อสังคมทั้งใน และต่างประเทศ	90	การให้กรณีศึกษา	ทดสอบย่อย (quiz)	สไลด์ ประกอบการ นำเสนอและ Google Form
ฝึกวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของธุรกิจเพื่อ สังคมผ่านการสำรวจ BMC	30	การอภิปรายกลุ่ม “จุดอ่อนและจุด แข็งของธุรกิจ เพื่อสังคม ตัวอย่าง”	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	Flip Chart

งานมอบหมาย

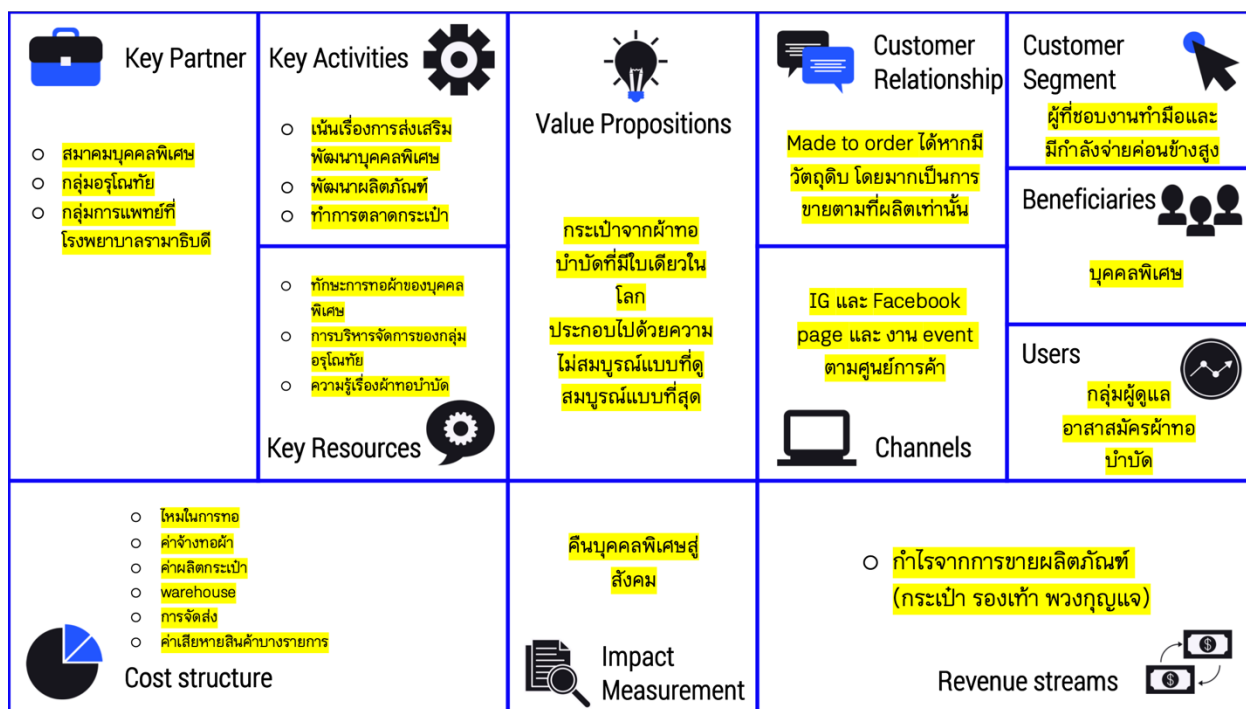
ไม่มี

เนื้อหาการบรรยาย

เนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ของ BMC จากกรณีศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วย กรณีศึกษา BMC ของธุรกิจเพื่อสังคมทั้งในและต่างประเทศ และฝึกวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของธุรกิจเพื่อสังคมผ่านการสำรวจ BMC

กรณีศึกษา BMC ของธุรกิจเพื่อสังคมทั้งในและต่างประเทศ

กรณีศึกษา BMC ของธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศ: Heartist



รูปตัวอย่างแผนผังโมเดลทางธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม Heartist

กรณีศึกษา BMC ของธุรกิจเพื่อสังคมต่างประเทศ: Toms Shoes

 พันธมิตรหลัก Key Partners - บริษัทผลิตรองเท้าในประเทศจีน - NGOs และหน่วยงานส่งมอบรองเท้าให้แก่เด็กยากไร้ - ผู้รับรองเท้าไปขายในประเทศต่างๆ - อาสาสมัครผู้รับหน้าที่ในการบริจาครองเท้า	 กิจกรรมหลัก Key Activities - ออกแบบรองเท้า - ควบคุมการผลิต - ควบคุมการส่งออก ทั้งกับผู้ขายและการส่งออกให้แก่เด็กยากไร้ - การให้บริการลูกค้า	 คุณค่าหลัก Value Proposition One for One Concept ที่ให้บริการขายรองเท้าแบบ 1 แดม 1 เพียงแต่ 1 คู่ที่แถมทาง Toms Shoes จะนำไปให้เด็กไร้โอกาสในพื้นที่ยากไร้ที่ไม่มียี่ห้อรองเท้าสวมใส่	 ความสัมพันธ์กับลูกค้า Customer Relationships Toms Passport Rewards ที่สามารถสะสมยอดซื้อรองเท้าเพื่อแลกกับผลประโยชน์อื่นๆ ได้	 กลุ่มลูกค้า Customer Segment - ลูกค้าที่คำนึงถึงสังคม - ลูกค้าที่ต้องการรองเท้า
	 ทรัพยากรหลัก Key Resources - Design ของรองเท้าที่ไม่เหมือนใคร - แนวคิดการขายที่ไม่เหมือนใคร		 ช่องทาง Channels ช่องทางหน้าร้านในหลายประเทศ และช่องทางออนไลน์ ผ่านเว็บไซต์ และ Facebook รวมถึง Apple Store	 ผู้ได้รับผลประโยชน์ Beneficiaries เด็กในพื้นที่ยากไร้ที่ไม่มียี่ห้อรองเท้าใส่
			 ผู้มีส่วนได้เสีย Stakeholders องค์กร NGOs ในพื้นที่ผู้ปกครองของเด็ก	
 ต้นทุน Cost - ต้นทุนการขนส่ง - ต้นทุนการผลิต - ภาษี - ค่าออกแบบ - ค่าเช่าสถานที่ - ค่าน้ำค่าไฟ - ค่าพนักงานบริการ - ค่าเสียหายในสินค้า		 การวัดผลทางสังคม Impact Measurement จำนวนเด็กในพื้นที่ยากไร้ที่ได้รับรองเท้า	 รายได้ Revenue รายได้จากการขายรองเท้า และอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น แว่นตา เป็นต้น	

รูปตัวอย่างแผนผังโมเดลทางธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม Toms Shoes

(ตัวอย่าง)

แนวทางการประเมินผลผ่านการทดสอบย่อย (quiz)

แนวทางการทดสอบย่อยหรือเก็บคะแนนเพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมและความสนใจต่อเนื้อหาการเรียนการสอนประจำสัปดาห์ที่ 13 เรื่องการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ของ BMC จากกรณีศึกษา เมื่อบรรยายแล้วเสร็จไม่มีกิจกรรมแต่เป็นการถามคำถามเพื่อนำไปประเมินผลว่าภายหลังจากเสร็จสิ้นการเรียน ผู้เรียนมีองค์ความรู้ต่อการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ของ BMC จากกรณีศึกษามากน้อยเพียงใด โดยแนวทางการถามคำถามมีดังนี้

คำถาม	คะแนน	แนวทางการให้คะแนน
1) จุดแข็งของกรณีศึกษา BMC ของธุรกิจเพื่อสังคมต่างประเทศอย่าง Toms Shoes คืออะไร	1	คำถามเพื่อเน้นความเข้าใจหรือทบทวนเนื้อหาตามทฤษฎี โดยคำตอบควรมีองค์ประกอบว่า จุดแข็งที่ปรากฏอยู่ใน SE BMC ของ Toms Shoes คือ คุณค่าหลัก (Value Proposition) ที่ขายในรูปแบบ one for one concept การขายให้ 1 คู่และแถม

คำถาม	คะแนน	แนวทางการให้คะแนน
		ให้ 1 คู่แต่คู่ที่แถมจะนำไปบริจาคให้กับเด็กขาดโอกาสในพื้นที่ยากไร้ที่ไม่มีรองเท้าใส่นับว่าเป็นจุดแข็งที่การทำธุรกิจเพื่อสังคมของ Toms Shoes มุ่งเน้นแก้ไขปัญหาและเชิญชวนผู้ซื้อให้ได้แก้ไขปัญหาดังกล่าวร่วมกัน
2) หากให้ผู้เรียนเลือกปรับปรุงพัฒนาจากแผนผังโมเดลทางธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม Heartist ผู้เรียนจะปรับช่องใดและเพราะเหตุใด	1	คำถามเพื่อเน้นการวิเคราะห์แนวคำตอบจากการเรียนของผู้เรียน โดยผู้เรียนต้องเลือกปรับและพัฒนาจากช่องใดช่องหนึ่งของ SE BMC และอธิบายให้เข้าใจว่าเหตุใดจึงเลือกปรับปรุงช่องนี้และจะดีขึ้นอย่างไร

*เมื่อกำหนดคะแนนแล้วเสร็จควรในสัปดาห์นี้ผู้เรียนควรได้คะแนนการทดสอบย่อยประจำสัปดาห์ที่

13 จำนวน 2 คะแนน

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การมีส่วนร่วมรายบุคคล” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การอภิปรายกลุ่ม” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สื่อและแหล่งเรียนรู้

set socialimpact. (13 มีนาคม 2564). ทรงพล ชัยนามาตรกิจ: *Ep5 SET SE101 Online Offering I*

เข้าใจคุณค่าและการดำเนินธุรกิจ *ValueProposition&BusinessModel* [video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=z8UApt54JUY&t=428s>

THE STANDARD. (2019, February 26). เขียนโมเดลธุรกิจอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ กับผู้

คิดค้น *Business Model Canvas The Secret Sauce EP.87* [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=w9gFBipsXF8>

สัปดาห์ที่ 14:
การพัฒนา BMC ของธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง

สัปดาห์ที่ 14: การพัฒนา BMC ของธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง

ชื่อเนื้อหาประจำสัปดาห์

การพัฒนา BMC ของธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) มีความคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และมีเหตุผล คิดอย่างสร้างสรรค์ สามารถบูรณาการความรู้จากสาขาวิชาชีพ ที่ศึกษาและประสบการณ์เพื่อใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ และแก้ปัญหาทางสังคม รวมถึงสถานการณ์ทั่วไป
- 2) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รู้จักเลือกและใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับปัญหาและกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน
- 3) มีความซื่อสัตย์สุจริต เสียสละไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่น มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 4) มีความรู้ความเข้าใจในหลักจริยธรรม คุณธรรมที่มีความสำคัญทางธุรกิจ สามารถจัดการปัญหาทางคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพผู้ประกอบการทางสังคม

กิจกรรมการเรียนการสอน

หัวข้อ	จำนวน นาที่ที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
การพัฒนา BMC ของ ธุรกิจเพื่อสังคมของ ตนเอง	90	การฝึกปฏิบัติ	สอบปฏิบัติการ ผ่านการ สัมภาษณ์ผู้เรียน รายบุคคล	สไลด์ ประกอบการ นำเสนอ
การอภิปรายกลุ่ม “จับคู่แลกเปลี่ยน BMC ของธุรกิจเพื่อ สังคมที่เพื่อนร่วมชั้น พัฒนา”	30	การอภิปรายกลุ่ม “จับคู่แลกเปลี่ยน BMC ของธุรกิจ เพื่อสังคมที่เพื่อน ร่วมชั้นพัฒนา”	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	Flip Chart

งานมอบหมาย

ไม่มี

ใบกิจกรรมที่ 14.1

ชื่อกิจกรรม: การอภิปรายกลุ่มในกิจกรรม “จับคู่แลกเปลี่ยน BMC ของธุรกิจเพื่อสังคมที่เพื่อนร่วมชั้นพัฒนา”

ระยะเวลา: 30 นาที

สาระสำคัญ:

การพัฒนา BMC นั้น อาจทำควบคู่ไปกับการร่วมวิพากษ์วิจารณ์ BMC ที่ตนเองเป็นผู้พัฒนา ยิ่งผู้เรียนมีโอกาสดูพบเห็น BMC ที่แตกต่างกันมากเท่าไร ยิ่งทำให้ทักษะกระบวนการพัฒนา BMC แข็งแรงมากขึ้นเท่านั้น

วัตถุประสงค์ของการเรียนรู้:

- 1) เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะในการวิพากษ์วิจารณ์อย่างสร้างสรรค์
- 2) เพื่อให้ผู้เรียนมีโอกาสดูพบเห็นกรณีศึกษาที่เพื่อนร่วมชั้นเป็นผู้สร้าง

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม:

ขั้นตอน	ระยะเวลา
1) ผู้เรียนจับคู่กับเพื่อนร่วมชั้น	5 นาที
2) รอบที่ 1 สลับกันนำเสนอ BMC ของตนเอง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน	5 นาที
3) ผู้เรียนจับคู่กับเพื่อนร่วมชั้นคนใหม่	2 นาที
4) รอบที่ 2 สลับกันนำเสนอ BMC ของตนเอง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน	5 นาที
5) ผู้เรียนจับคู่กับเพื่อนร่วมชั้นคนใหม่	2 นาที
6) รอบที่ 3 สลับกันนำเสนอ BMC ของตนเอง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน	5 นาที
7) สรุปกิจกรรม	6 นาที

* BMC ของผู้เรียนได้รับการพัฒนาจากการบ้านที่ได้รับมอบหมายในสัปดาห์ที่ 12

การประเมินผลกิจกรรม:

ผู้สอนประเมินความเข้าใจของผู้เรียนผ่านการสังเกตพฤติกรรมในการแลกเปลี่ยน วิพากษ์ วิจารณ์อย่างสร้างสรรค์ ผู้เรียนมีความต้องการในการเรียนรู้จากเพื่อนร่วมชั้นและมีแนวโน้มในการสร้างแนวทางในการแลกเปลี่ยนนอกเวลาเรียนเพิ่มเติม

การสรุปกิจกรรม:

BMC นั้นอาจมีจุดอ่อนมาก หากผู้พัฒนาไม่ได้ทำการตรวจสอบในมุมมองที่หลากหลาย ทั้งกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มลูกค้า (Customers) กลุ่มผู้ได้รับผลประโยชน์ (Beneficiaries) และ กลุ่มผู้ใช้งาน (Users) การนำเสนอ BMC ให้เพื่อนร่วมชั้นเห็นนั้น เปรียบเสมือนการทดสอบความเป็นไปได้ของธุรกิจ ซึ่งเป็นรูปแบบการทดสอบที่ง่ายที่สุด เร็วที่สุด และราคาถูกที่สุด อย่างไรก็ตาม การพัฒนา BMC ออกมาได้ดี ไม่ได้การันตีความสำเร็จของธุรกิจ หากแต่ผู้พัฒนาจะต้องมีการวางแผนการดำเนินงานที่จะทำให้กลยุทธ์ที่ระบุผ่าน BMC นั้น สามารถเกิดขึ้นได้จริง

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การมีส่วนร่วมรายบุคคล” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การอภิปรายกลุ่ม” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สื่อและแหล่งเรียนรู้

set socialimpact. (13 มีนาคม 2564). ทรงพล ชัยภูมาตริกิจ: *Ep5 SET SE101 Online Offering I*

เข้าใจคุณค่าและการดำเนินธุรกิจ *ValueProposition&BusinessModel* [video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=z8UApt54JUY&t=428s>

THE STANDARD. (2019, February 26). เขียนโมเดลธุรกิจอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ กับผู้

คิดค้น *Business Model Canvas The Secret Sauce EP.87* [video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=w9gFBipsXF8>

สัปดาห์ที่ 15:

นำเสนอผลงานกลุ่มครั้งที่ 2 รวมถึงทบทวนและสรุปบทเรียน

สัปดาห์ที่ 15: นำเสนองานกลุ่มครั้งที่ 2 รวมถึงทบทวนและสรุปบทเรียน

ชื่อเนื้อหาประจำสัปดาห์

นำเสนองานกลุ่มครั้งที่ 2 รวมถึงทบทวนและสรุปบทเรียน

ผลลัพธ์การเรียนรู้

- 1) สามารถสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รู้จักเลือกและใช้รูปแบบการนำเสนอที่เหมาะสมกับปัญหาและกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน
- 2) มีจิตสำนึก และพฤติกรรมที่คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัวอย่างมีคุณธรรม
- 3) สามารถปฏิบัติและรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ
- 4) มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์และวัฒนธรรมขององค์กรได้เป็นอย่างดี

กิจกรรมการเรียนรู้การสอน

หัวข้อ	จำนวน นาทีที่ใช้ สอน	กิจกรรม หรือ เทคนิคการสอน	การวัดผลและ การประเมินผล	สื่อการสอนที่ใช้
นำเสนองานกลุ่มครั้งที่ 2	90	การนำเสนองาน กลุ่ม “พัฒนา SE BMC จากธุรกิจ เพื่อสังคมของการ นำเสนอครั้งที่ 1”	ประเมินคุณภาพ จากการพัฒนา โครงการกลุ่ม	สไลด์ ประกอบการ นำเสนอ
การอภิปรายกลุ่มใน กิจกรรม “Feedback Grid”	30	การอภิปรายกลุ่ม ในกิจกรรม “Feedback Grid”	สังเกตพฤติกรรม ของผู้เรียน	Flip Chart

* หมายเหตุ: เวลาในการนำเสนอขึ้นอยู่กับจำนวนกลุ่มที่ผู้สอนกำหนด เช่น หากมี 6 กลุ่ม จะทำการนำเสนอกลุ่มละ 7 นาที และ ชักถามเพิ่มเติมอีก 8 นาที

แนวทางการประเมินผล

เมื่อผู้เรียนนำส่งรายงานและนำเสนอโครงการเรื่อง “การพัฒนา SE BMC ธุรกิจเพื่อสังคม” พิจารณาการให้ประเมินผลหรือการให้คะแนนผ่านการนำเสนอและรายงาน โดยให้คะแนนผ่านการนำเสนอ 5 คะแนนและให้คะแนนผ่านการที่ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกลุ่มอื่น ๆ ที่นำเสนอ 5 คะแนน คะแนนการนำเสนอ พิจารณาจากเนื้อหาครบถ้วนตามที่ได้รับมอบหมาย เนื้อหาที่น่าสนใจ ประกอบด้วย รายละเอียดของธุรกิจเพื่อสังคมที่กลุ่มได้ดำเนินการทำ ทดลองการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมและวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมร่วมด้วย รูป SE BMC โดยแต่ละช่องมีเนื้อหาพอสังเขป และรายละเอียด SE BMC อย่างละเอียด

แนวทางการประเมินผล	คะแนน
รูปเล่มรายงาน (10 คะแนน)	
หัวข้อที่ 1 รายละเอียดของธุรกิจเพื่อสังคมที่กลุ่มได้ดำเนินการทำ	2
หัวข้อที่ 2 ทดลองการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมและวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมร่วมด้วย	2
หัวข้อที่ 3 รูป SE BMC โดยแต่ละช่องมีเนื้อหาพอสังเขป	2
หัวข้อที่ 4 รายละเอียด SE BMC อย่างละเอียด	4
การนำเสนอ (5 คะแนน)	
ความน่าสนใจของเนื้อหา	2
รูปแบบการนำเสนอ	1
ความถูกต้องของเนื้อหา	1
เวลาการนำเสนอ	1
ผู้เรียนมีส่วนร่วมต่อการตั้งคำถามกับกลุ่มอื่น ๆ ที่นำเสนอ (5 คะแนน)	
1 กลุ่มไม่จำเป็นต้องถามคำถามทุกกลุ่ม แต่คำถามควรเกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่เรียนหรือเกี่ยวข้องกับเนื้อหาธุรกิจของกลุ่มที่นำเสนออยู่	
รวมทั้งสิ้น	20

งานมอบหมาย

ไม่มี

ใบกิจกรรมที่ 15.1

ชื่อกิจกรรม: การอภิปรายกลุ่มในกิจกรรม “Feedback Grid”

ระยะเวลา: 30 นาที

สาระสำคัญ:

เพื่อร่วมทบทวนและสรุปบทเรียนที่ได้ตลอดรายวิชาผ่านการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน และผู้สอนกับผู้เรียน นอกจากนี้ระหว่างการเรียนรู้การสนทนานั้นอาจจะมีบางประเด็นที่ผู้เรียนยังต้องการความชัดเจนเพิ่มเติม ในสัปดาห์นี้ก็จะเปิดโอกาสให้ผู้สอนได้ชี้แจงและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพิ่มเติมได้

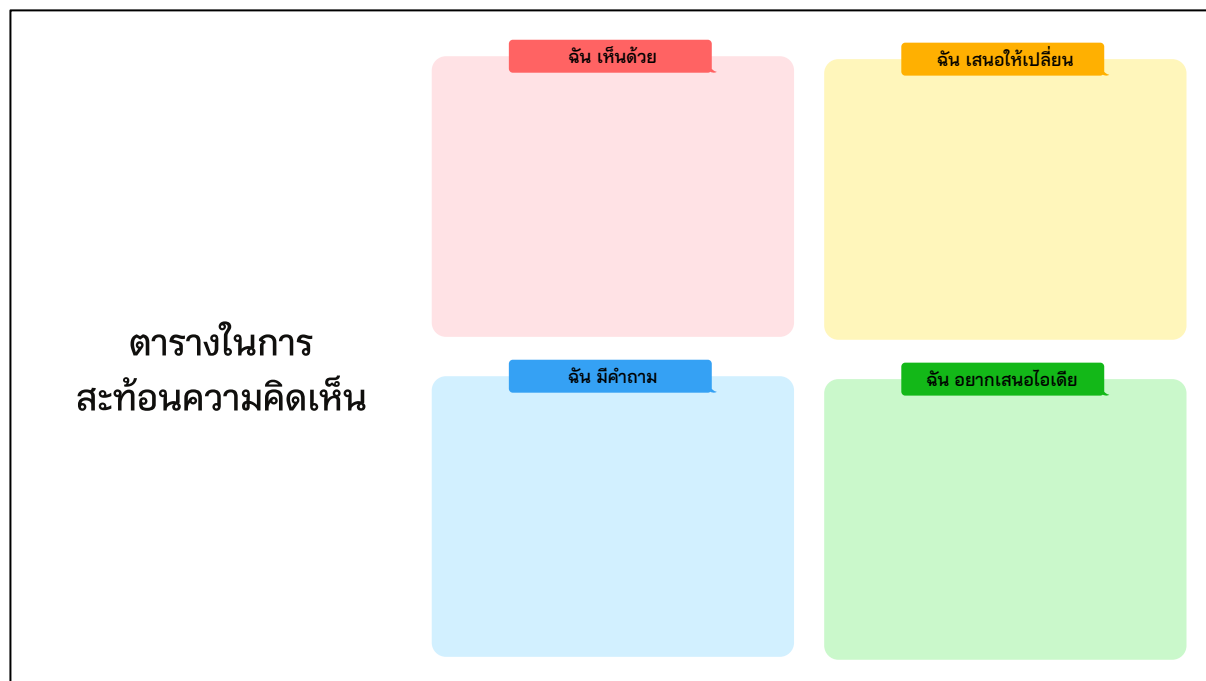
วัตถุประสงค์ของการเรียนรู้:

- 1) เพื่อให้ผู้เรียนกับผู้เรียนร่วมแลกเปลี่ยนบทเรียนที่ได้ตลอดรายวิชา
- 2) เพื่อให้ผู้เรียนกับผู้สอนร่วมแลกเปลี่ยนบทเรียนที่ได้ตลอดรายวิชา
- 3) เพื่อให้ผู้สอนสามารถให้ข้อมูลที่ยังไม่ชัดเจนแก่ผู้เรียนได้

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม:

ขั้นตอน	ระยะเวลา
1) แบ่งจำนวนกลุ่มตามกลุ่มที่นำเสนอ (ยกตัวอย่างเป็น 6 กลุ่ม)	5 นาที
2) ทั้ง 6 กลุ่ม ร่วมแลกเปลี่ยนภายในกลุ่มเกี่ยวกับบทเรียนที่ผ่านมา และนำเสนอเสียงสะท้อนในรูปแบบของ feedback grid (สรุปลงบท Flip chart)	15 นาที
3) แต่ละกลุ่มเสนอตัวแทนเพื่อประจำยังกลุ่มของตน ผู้เรียนที่เหลือสามารถเดินดู Flip chart ของทุกกลุ่ม และร่วมแลกเปลี่ยนกับตัวแทนกลุ่มได้อย่างอิสระ เมื่อเวลาผ่านไป 5 นาทีแรก ตัวแทนคนที่ 2 จะไปประจำกลุ่มแทนคนที่แรก เพื่อให้ทุกคนได้เดินชมบทเรียนของทุกกลุ่ม	10 นาที
4) สรุปกิจกรรม	5 นาที

ตัวอย่าง Feedback Grid:



การประเมินผลกิจกรรม:

ผู้สอนประเมินความเข้าใจของผู้เรียนผ่านตารางในการสะท้อนความคิดเห็น รวมถึงประเมินคุณภาพของคำถามว่าเป็นคำถามประเภทใด เช่น หากเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่เคยนำเสนอไปแล้วในการเรียนการสอน อาจอนุมานได้ถึงประสิทธิภาพของการสอนที่ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย แต่หากคำถามนั้นเป็นไปในลักษณะของการต่อยอด อาจอนุมานได้ว่าผู้เรียนได้นำเนื้อหาที่ได้รับจากการเรียนการสอนไปคิดต่อเพื่อประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ เป็นต้น

การสรุปกิจกรรม:

รายวิชาการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้เรียนได้ทำความรู้จักกับธุรกิจเพื่อสังคมที่มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาทางสังคมเป็นประเด็นสำคัญ ถึงแม้ว่า ผู้เรียนจะไม่ได้มีความต้องการในการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม แต่ความเข้าใจในนิเวศวิทยาของธุรกิจเพื่อสังคมจะสามารถส่งเสริมให้ผู้เรียนกลายเป็นผู้บริโภคที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมนำไปสู่การพลเมืองแห่งความยั่งยืนได้

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

[illegible]

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (เดี่ยว)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การมีส่วนร่วมรายบุคคล” โดยทางคณะทำงานได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย / ลงในช่องรายการสังเกตพฤติกรรมที่ผู้เรียนปฏิบัติ

เลขที่	ชื่อ - สกุล	รายการ					
		รับผิดชอบงาน ที่ได้รับมอบหมาย (2 คะแนน)	รับฟัง ความคิดเห็น ของผู้อื่น (2 คะแนน)	นำเสนอผลงาน ที่น่าสนใจ (2 คะแนน)	มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ (2 คะแนน)	ทำงานเสร็จ ตามเวลาที่กำหนด (2 คะแนน)	รวม (10)

คะแนนเต็มของ “แบบสังเกตพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม (กลุ่ม)” มีคะแนนเต็ม 10 คะแนน ให้ผู้สอนบันทึกคะแนนตามช่องที่กำหนด จากนั้นรวมคะแนนออกมาในช่อง “รวม” ที่อยู่ขวามือสุด คะแนนในช่อง “รวม” ดังกล่าวจะเป็นคะแนนที่นำไปคำนวณในการประเมินผลของรายวิชา ส่วนคะแนน “การอภิปรายกลุ่ม” โดยทางคณะกรรมการได้อธิบายในรายละเอียดของวิธีการคำนวณคะแนนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สื่อและแหล่งการเรียนรู้

The stock exchange of Thailand. (ม.ป.ป.). พงศธร ธนบดีภัทร: *ESD1002 : Pitching Technique*

[video] <https://elearning.set.or.th/SETGroup/courses/198/info>

ภาคผนวก



ประกาศมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำรายวิชาผู้ประกอบการสังคม

เพื่อให้การจัดทำรายวิชาผู้ประกอบการสังคม เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ที่ประชุมคณะกรรมการบริหารเครือข่ายการศึกษาทั่วไปแห่งประเทศไทย ในการประชุม ครั้งที่ ๑/๒๕๖๕ วันที่ ๑๘ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๕ มีมติเห็นชอบให้จัดทำรายวิชาผู้ประกอบการสังคม โดยความร่วมมือระหว่างคณะกรรมการบริหารเครือข่ายการศึกษาทั่วไปแห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อใช้เป็นรายวิชาศึกษาทั่วไปให้สถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ ได้นำรายวิชาดังกล่าวไปใช้ในการจัดการเรียนการสอน โดยทำหน้าที่พิจารณาจัดทำรายวิชาผู้ประกอบการสังคมตามแนวคิดของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการบริหารเครือข่ายการศึกษาทั่วไปแห่งประเทศไทย

เครือข่ายการศึกษาทั่วไปแห่งประเทศไทย จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำรายวิชาผู้ประกอบการสังคม ประกอบด้วย

๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิสุทธิ พวงนาค	ประธานคณะกรรมการ
๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติภูมิ มีประดิษฐ์	รองประธานคณะกรรมการ
๓. นางสาวนพเก้า สุจริตกุล	คณะกรรมการ
๔. นางสาวนงรัก งามวิทย์โรจน์	คณะกรรมการ
๕. ดร.วิสุทธิณี แสงประดับ	คณะกรรมการ
๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิธร สุวรรณเทพ	คณะกรรมการ
๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสนันท์ หัตถศักดิ์	คณะกรรมการ
๘. อาจารย์ปณณเลิศ ศิริวงศ์	คณะกรรมการ
๙. ดร.ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์	คณะกรรมการและเลขานุการ

โดยคณะกรรมการมีหน้าที่ดังนี้

- ๑) จัดทำรายวิชาผู้ประกอบการสังคม ตามแนวคิดของหมวดวิชาศึกษาทั่วไป
- ๒) รายงานผลการดำเนินงาน และจัดทำรายวิชาผู้ประกอบการสังคม เสนอต่อคณะกรรมการบริหารเครือข่ายการศึกษาทั่วไปแห่งประเทศไทย และเสนอสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เพื่อพิจารณาประชาสัมพันธ์รายวิชาผู้ประกอบการสังคมไปยังสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป จนกว่าการจัดทำรายวิชาผู้ประกอบการสังคมจะเสร็จสิ้น

ประกาศ ณ วันที่ ๒๕ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๕

(นายจรงค์ วัชรินทร์รัตน์)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ประธานคณะกรรมการบริหารเครือข่ายการศึกษาทั่วไปแห่งประเทศไทย

รายชื่อคณะกรรมการฯ ผู้ร่างคู่มือการสอน

ลำดับที่	เนื้อหา	ผู้ร่างคู่มือการสอน
1	แนะนำรายวิชา ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับความยั่งยืน ○ ความหมายและนิยามของความยั่งยืน ○ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน ○ เป้าหมายแห่งความยั่งยืนของสหประชาชาติ ○ การเป็นส่วนหนึ่งของพลเมืองแห่งความยั่งยืน	ผศ. พิสุทธิ พวงนาค ผศ. กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ น.ส. นพเก้า สุจริตกุล น.ส. นงรัก งามวิทย์โรจน์ ดร. วิสุทธิณี แสงประดับ ผศ.ดร. ศศิธร สุวรรณเทพ ผศ.ดร. มนัสนันท์ หัตถศักดิ์ อ. ปาณเลิศ ศิริวงศ์ ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์
2	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม ○ นิยาม ความหมาย และคุณลักษณะสำคัญของธุรกิจเพื่อสังคม ○ นวัตกรรมทางสังคมและธุรกิจเพื่อสังคม ○ บทบาทของธุรกิจเพื่อสังคมในระบบเศรษฐกิจ ○ จริยธรรมและธรรมาภิบาลสำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม ○ นิเวศวิทยาของธุรกิจเพื่อสังคม	ผศ. พิสุทธิ พวงนาค ผศ. กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ น.ส. นพเก้า สุจริตกุล น.ส. นงรัก งามวิทย์โรจน์ ดร. วิสุทธิณี แสงประดับ ผศ.ดร. ศศิธร สุวรรณเทพ ผศ.ดร. มนัสนันท์ หัตถศักดิ์ อ. ปาณเลิศ ศิริวงศ์ ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์
3	รูปแบบโมเดลธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม ○ การจดทะเบียนรูปแบบต่าง ๆ ของธุรกิจเพื่อสังคม ○ โมเดลธุรกิจ จุดอ่อน จุดแข็ง ของโมเดลที่หลากหลาย ○ กรณีศึกษาธุรกิจเพื่อสังคมแต่ละโมเดลทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ ○ ความท้าทายของการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมในประเทศไทย	ผศ. พิสุทธิ พวงนาค ผศ. กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ น.ส. นพเก้า สุจริตกุล น.ส. นงรัก งามวิทย์โรจน์ ดร. วิสุทธิณี แสงประดับ ผศ.ดร. ศศิธร สุวรรณเทพ ผศ.ดร. มนัสนันท์ หัตถศักดิ์ อ. ปาณเลิศ ศิริวงศ์ ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์

สัปดาห์ที่	เนื้อหา	ผู้ร่างคู่มือการสอน
4	การส่งเสริมผู้ประกอบการทางสังคมผ่านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ○ พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ○ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนธุรกิจ ○ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิประโยชน์ต่างๆ สำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม ○ แหล่งสนับสนุนผู้ประกอบการทางสังคม ทั้งแหล่งเงินทุน และแหล่งบ่มเพาะความรู้	ผศ. พิสุทธิ พวงนาค ผศ. กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ น.ส. นพเก้า สุจริตกุล น.ส. นงรัก งามวิทย์โรจน์ ดร. วิสุทธิณี แสงประดับ ผศ.ดร. ศศิธร สุวรรณเทพ ผศ.ดร. มั่นสนั่น หัตถศักดิ์ อ. ปาณเลิศ ศิริวงศ์ ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์
5	กระบวนการคิดเชิงระบบเพื่อการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคม ○ กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ○ กระบวนการสุนทรียสาธกศาสตร์ (Appreciative Inquiry)	ผศ. พิสุทธิ พวงนาค ผศ. กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ น.ส. นพเก้า สุจริตกุล น.ส. นงรัก งามวิทย์โรจน์ ดร. วิสุทธิณี แสงประดับ ผศ.ดร. ศศิธร สุวรรณเทพ ผศ.ดร. มั่นสนั่น หัตถศักดิ์ อ. ปาณเลิศ ศิริวงศ์ ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์
6	เครื่องมือการวิเคราะห์ความซับซ้อนของปัญหาสังคมและการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมสำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคม ○ การวิเคราะห์ต้นไม้ปัญหา (Problem tree analysis) ○ การวิเคราะห์ความต้องการ (Empathy mapping)	ผศ. พิสุทธิ พวงนาค ผศ. กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ น.ส. นพเก้า สุจริตกุล น.ส. นงรัก งามวิทย์โรจน์ ดร. วิสุทธิณี แสงประดับ ผศ.ดร. ศศิธร สุวรรณเทพ ผศ.ดร. มั่นสนั่น หัตถศักดิ์ อ. ปาณเลิศ ศิริวงศ์

สัปดาห์ที่	เนื้อหา	ผู้ร่างคู่มือการสอน
	○ การวิเคราะห์การเดินทางของกลุ่มผู้ได้รับประโยชน์หลัก (Beneficiary journey mapping)	ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์
7	ฝึกปฏิบัติการออกแบบธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง	ผศ. พิสุทธิ พวงนาค ผศ. กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ น.ส. นพเก้า สุจริตกุล น.ส. นงรัก งามวิทย์โรจน์ ดร. วิสุทธิณี แสงประดับ ผศ.ดร. ศศิธร สุวรรณเทพ ผศ.ดร. มั่นสนั่น หัตถศักดิ์ อ. ปาณเลิศ ศิริวงศ์ ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์
8	นำเสนองานกลุ่มครั้งที่ 1	ผศ. พิสุทธิ พวงนาค ผศ. กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ น.ส. นพเก้า สุจริตกุล น.ส. นงรัก งามวิทย์โรจน์ ดร. วิสุทธิณี แสงประดับ ผศ.ดร. ศศิธร สุวรรณเทพ ผศ.ดร. มั่นสนั่น หัตถศักดิ์ อ. ปาณเลิศ ศิริวงศ์ ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์
9	การสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการประเมินผลการดำเนินงานเพื่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ ○ การระบุทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change)	ผศ. พิสุทธิ พวงนาค ผศ. กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ น.ส. นพเก้า สุจริตกุล น.ส. นงรัก งามวิทย์โรจน์ ดร. วิสุทธิณี แสงประดับ ผศ.ดร. ศศิธร สุวรรณเทพ

สัปดาห์ที่	เนื้อหา	ผู้ร่างคู่มือการสอน
		ผศ.ดร. มั่นนันทน์ หัตถศักดิ์ อ. ปาณเลิศ ศิริวงศ์ ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์
10	การประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment; SIA) ○ การกำหนดขอบเขตการประเมินผล ○ การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ○ การสร้างห่วงโซ่ผลลัพธ์	ผศ. พิสุทธิ พวงนาค ผศ. กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ น.ส. นพเก้า สุจริตกุล น.ส. นงรัก งามวิทยโรจน์ ดร. วิสุทธิณี แสงประดับ ผศ.ดร. ศศิธร สุวรรณเทพ ผศ.ดร. มั่นนันทน์ หัตถศักดิ์ อ. ปาณเลิศ ศิริวงศ์ ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์
11	การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment; SROI) ○ การแทนค่าผลลัพธ์ทางสังคมด้วยมูลค่าทางการเงิน ○ การรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ○ การใช้เครื่องมือในการคำนวณผลตอบแทนทางสังคมอย่างง่าย	ผศ. พิสุทธิ พวงนาค ผศ. กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ น.ส. นพเก้า สุจริตกุล น.ส. นงรัก งามวิทยโรจน์ ดร. วิสุทธิณี แสงประดับ ผศ.ดร. ศศิธร สุวรรณเทพ ผศ.ดร. มั่นนันทน์ หัตถศักดิ์ อ. ปาณเลิศ ศิริวงศ์ ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์
12	แผนภาพโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas; BMC) สำหรับธุรกิจเพื่อสังคม ○ ที่มาและความสำคัญของ (BMC) ○ ทำความเข้าใจความหมายของ BMC ทั้ง 9 องค์ประกอบ ○ กระบวนการพัฒนา BMC	ผศ. พิสุทธิ พวงนาค ผศ. กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ น.ส. นพเก้า สุจริตกุล น.ส. นงรัก งามวิทยโรจน์ ดร. วิสุทธิณี แสงประดับ ผศ.ดร. ศศิธร สุวรรณเทพ

สัปดาห์ที่	เนื้อหา	ผู้ร่างคู่มือการสอน
	ตัวอย่าง BMC ของธุรกิจเพื่อสังคม	ผศ.ดร. มั่นนันทน์ หัตถศักดิ์ อ. ปาณเลิศ ศิริวงศ์ ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์
13	การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ของ BMC จากกรณีศึกษา - กรณีศึกษา BMC ของธุรกิจเพื่อสังคมทั้งในและต่างประเทศ - ฝึกวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของธุรกิจเพื่อสังคมผ่านการสำรวจ BMC	ผศ. พิสุทธิ พวงนาค ผศ. กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ น.ส. นพเก้า สุจริตกุล น.ส. นงรัก งามวิทย์โรจน์ ดร. วิสุทธิณี แสงประดับ ผศ.ดร. ศศิธร สุวรรณเทพ ผศ.ดร. มั่นนันทน์ หัตถศักดิ์ อ. ปาณเลิศ ศิริวงศ์ ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์
14	การพัฒนา BMC ของธุรกิจเพื่อสังคมของตนเอง	ผศ. พิสุทธิ พวงนาค ผศ. กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ น.ส. นพเก้า สุจริตกุล น.ส. นงรัก งามวิทย์โรจน์ ดร. วิสุทธิณี แสงประดับ ผศ.ดร. ศศิธร สุวรรณเทพ ผศ.ดร. มั่นนันทน์ หัตถศักดิ์ อ. ปาณเลิศ ศิริวงศ์ ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์
15	นำเสนองานกลุ่มครั้งที่ 2 ทบทวนและสรุปบทเรียน	ผศ. พิสุทธิ พวงนาค ผศ. กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ น.ส. นพเก้า สุจริตกุล น.ส. นงรัก งามวิทย์โรจน์ ดร. วิสุทธิณี แสงประดับ ผศ.ดร. ศศิธร สุวรรณเทพ

สัปดาห์ที่	เนื้อหา	ผู้ร่างคู่มือการสอน
		ผศ.ดร. มั่นนันทน์ หัตถศักดิ์ อ. ปาณเลิศ ศิริวงศ์ ดร. ปิยวัฒน์ ดิลกสัมพันธ์



Social**Impact** **SE101 @ GE**

Thai GENetwork
เครือข่ายการศึกษาดิจิทัลแห่งประเทศไทย

