

ตัวแบบธุรกิจบนพื้นฐานหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้าเพื่อสร้าง
มูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและผลตอบแทนทางสังคมในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก
ในช่วงสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา

Progressive Sufficiency-Economy-Based Business Model for Adding Value to Local Products
and Social Return in Tak Special Economic Development Zone During
the Coronavirus Disease Outbreak

กัญธนา ดิษฐ์แก้ว (Kanthana Ditkaew)¹

กฤษดา เชียรวัฒนสุข (Krisada Chienwattanasook)²

บทคัดย่อ

การเกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจในประเทศ ตั้งแต่องค์กรขนาดใหญ่จนถึงธุรกิจฐานรากอย่างวิสาหกิจชุมชน การผลิตและการลงทุนเกิดการชะลอตัวอย่างรุนแรงส่งผลกระทบเป็นวงกว้างและก่อให้เกิดการลดการจ้างงานภายในประเทศเป็นจำนวนมาก ทำให้การกลับมาทบทวนถึงพื้นฐานที่แท้จริงของการแก้ปัญหาทางธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งรัฐบาลมีนโยบายพัฒนาสร้างความเข้มแข็งจากฐานราก โดยการนำความรู้และทรัพยากรในพื้นที่มาผลิตเป็นสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มศักยภาพของเศรษฐกิจฐานรากให้สามารถสร้างรายได้ กระจายรายได้สู่ชุมชน การดำเนินการดังกล่าวสามารถทำได้ด้วยการพัฒนาตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง บทความนี้มุ่งนำเสนอแนวคิดตัวแบบเชิงธุรกิจเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า โดยการแสดงให้เห็นถึงการนำหลักวิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนเพื่อดำเนินการทุกขั้นตอน รวมถึงการฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชนจนถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและผลตอบแทนทางสังคมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน อันจะส่งผลดีกับรัฐบาลในการจัดสรรงบประมาณสำหรับชุมชนท้องถิ่นความสอดคล้องกับการนำไปใช้และประยุกต์ขยายผลในพื้นที่ต่อไป

คำสำคัญ: ตัวแบบเชิงธุรกิจ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก

Abstract

The economic downturn caused by the coronavirus disease 2019 outbreak has affected several local businesses, from large organizations to local enterprises. A severe slowdown in production and investment has wide-ranging impacts causing a large reduction in domestic employment. It is important to reconsider the intrinsic foundation in order to sustainably resolve these business issues. A policy imposed by the Thai government aims to strengthen the business foundation. With local knowledge and resources, the locals with increased potential can produce goods and services to generate income for the community in accordance with the Sufficiency Economy Philosophy. This article aimed to present an immunity in the form of a business model based on the progressive sufficiency economy philosophy by applying various academic principles in process planning and local economic recovery. For sustainable development, it is essential to add value to local products and social returns. It is also beneficial for the

¹ รองศาสตราจารย์ สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก

E-mail : dr.noon@rmutt.ac.th

² อาจารย์ สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี Email : krisada_c@rmutt.ac.th

government to allocate budgets for local communities in accordance with their use and expansion in Tak Special Economic Development Zone.

Keywords: Business Model, Progression Sufficiency Economy Philosophy, Tak Special Economic Zone

วันที่รับบทความ: 22 พฤษภาคม 2565

วันที่แก้ไขบทความ: 21 สิงหาคม 2565

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 25 สิงหาคม 2565

1. บทนำ

ประเทศไทยต้องเผชิญกับแรงกดดันและความเสี่ยงภายใต้สถานการณ์ที่กระแสโลกาภิวัตน์ที่เป็นโลกไร้พรมแดนโดยมีการเคลื่อนย้ายคน เงินทุน องค์ความรู้ เทคโนโลยี ข่าวสาร สินค้าและบริการอย่างเสรี ทำให้การแข่งขันในตลาดโลกอย่างรุนแรงส่งผลให้มีการรวมตัวด้านเศรษฐกิจของกลุ่มต่างๆ และประเทศในกลุ่มเศรษฐกิจใหม่มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น เช่น จีน อินเดีย ละตินอเมริกา และเวียดนาม จากการมีค่าจ้างแรงงานถูก อีกทั้งยังมีมาตรการสนับสนุนในการดึงดูดเงินลงทุนจากต่างประเทศ นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทั้งทางสังคม สิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้สังคมโลกมีความกังวลต่อการเกิดภัยคุกคามและความเสี่ยง เช่น การก่อการร้าย อาชญากรรมข้ามชาติ ปัญหาแรงงานต่างด้าว โรคระบาด ดังจะเห็นได้ว่าภาวะวิกฤติสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบร้ายแรงไปทั่วโลก กล่าวได้ว่าเป็นวิกฤติที่ไม่เหมือนวิกฤติใดในอดีตที่ผ่านมา จากการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วจึงกลายเป็นมหาวิกฤติทางสาธารณสุขโลก ภาครัฐในหลายประเทศต้องใช้มาตรการล็อกดาวน์ครั้งใหญ่ (Great Lockdown) เพื่อจำกัดวงของการแพร่ระบาด ซึ่งส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของผู้คนและกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจทั่วโลก รวมถึงกิจกรรมการผลิตที่หยุดชะงักในขณะที่ยาได้และกำลังซื้อลดลงอย่างรุนแรง ทำให้ลูกกลามเป็นวิกฤติทางเศรษฐกิจไปทั่วโลก ซึ่งในครั้งนี้มีลักษณะพิเศษ คือ เป็นวิกฤติทั้งด้านอุปทานและอุปสงค์พร้อมกัน ดังนั้นแผนในการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยจึงมุ่งตอบโจทย์เป้าหมายสำคัญ 3 ประการ กล่าวคือ 1) การสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจฐานราก โดยเน้นการจ้างงาน

เกษตรทฤษฎีใหม่ การท่องเที่ยวชุมชน กองทุนหมู่บ้าน และโลจิสติกส์ 2) มุ่งเน้นการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค ด้วยการลงทุนในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจใหม่ที่มีศักยภาพ (Nec, NeEC, CWeC, SEC) เพื่อรองรับการเติบโตที่ยั่งยืนในอนาคต เน้นเกษตรสมัยใหม่ เศรษฐกิจชีวภาพ ท่องเที่ยวคุณภาพ และ 3) มุ่งเน้นกระตุ้นอุปสงค์และการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาคบริการ และเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563)

นอกจากนี้การดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคแห่งเทคโนโลยีและยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพแวดล้อม มีการขับเคลื่อนความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการในทุกแขนง การปรับตัวเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เป็นสิ่งสำคัญในสร้างและพัฒนาสินค้าของแต่ละประเทศเพื่อสร้างความสามารถที่นำไปพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่อไปได้ ทั้งนี้ต้องวางรากฐานที่จำเป็นที่จะเป็นแนวทางการปฏิบัติสำหรับยุคศตวรรษที่ 21 เพื่อตอบสนองภาพปัจจุบันในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ประกอบกับการเผชิญกับยุคที่สังคมโลกเปิดกว้างทางการค้าและการลงทุนโดยมีลักษณะเป็นเครือข่ายครอบคลุม เป็นไปอย่างเร่งรีบชนิดไม่เคยเป็นมาก่อนโดยอาศัยโอกาสที่เปิดกว้างทางการเมือง จากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เป็นอยู่นี้บีบให้ธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจในประเทศได้รับผลกระทบจากระบบเครือข่ายที่มีเงินทุนมากกว่าและเชื่อมโยงสาขาไปในท้องถิ่น ดังนั้นการเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 ต้องสอดคล้องกับทักษะของความสามารถในการถูกจ้างงาน และมีทักษะด้านทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญ เช่น ความสามารถในการปรับตัว ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการคิดเชิงวิพากษ์ การแก้ไขปัญหาที่

ซับซ้อน การทำงานร่วมกับผู้อื่น การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี

ทั้งนี้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ (1) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง (2) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (3) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ (4) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม (5) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ (6) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ จากยุทธศาสตร์ที่กล่าวข้างต้น จะพบว่าแนวทางการพัฒนาตัวแบบทางธุรกิจให้กับเศรษฐกิจชุมชนมีความสอดคล้องและตอบโจทย์ยุทธศาสตร์ที่ 2 ในด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีเป้าหมายในการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติบนพื้นฐาน แนวคิด 3 ประการ คือ (1) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ (2) “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคตผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในแต่ละมิติ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคม โครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ (3) “สร้างคุณค่าใหม่ ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคตบนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งการสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และสร้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้ การเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลางและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

จากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทย ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 โดยผลกระทบที่ชัดเจนเริ่มจากอุตสาหกรรมการบิน จากนั้นได้ขยายไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารทะเลจนถึงธุรกิจทุกภาคส่วนในประเทศไทยไม่เว้นแม้แต่วิสาหกิจชุมชน (กรมควบคุมโรค, 2564) ซึ่งวิสาหกิจชุมชนถือเป็นกิจการของชุมชนซึ่งดำเนินงานโดยคณะบุคคลที่มีการรวมตัวประกอบกิจการเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเอง จากพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ให้ความหมายว่าวิสาหกิจชุมชน คือ กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน หากพิจารณาย้อนกลับไปที่เมื่อปี พ.ศ. 2540 ที่เกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำอย่างรุนแรงส่งผลกระทบต่อฐานเศรษฐกิจทุกระดับ การผลิตและการลงทุนทั้งในและต่างประเทศเกิดการชะลอตัวอย่างรุนแรงและส่งผลกระทบวงกว้างที่ทำให้เกิดการเลิกจ้างงานในประเทศกลายเป็นปัญหาทางเศรษฐกิจในช่วงหลายสิบปีที่เกิดขึ้นทำให้ต้องกลับมาทบทวนถึงพื้นฐานที่แท้จริงในการแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน ดังนั้น ไม่ว่าในยุคสมัยใดก็ตาม การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศไทยจะต้องมองให้ครอบคลุมทุกภาคส่วน เพราะหากเศรษฐกิจในระดับฐานรากมีความเข้มแข็งจะส่งผลทางบวกต่อเศรษฐกิจในระดับถัดขึ้นไปดังนั้นจากความสำคัญตรงจุดนี้ “วิสาหกิจชุมชน” จึงเป็นการเชื่อมโยงระหว่างฐานรากเศรษฐกิจแห่งทุนวัฒนธรรมที่มีการพัฒนาเป็นลำดับขั้นก่อตัวเป็นกลุ่มเศรษฐกิจชุมชนภายใต้บริบทของภูมิปัญญา เพื่อพัฒนาแบบมีส่วนร่วมต่อการจัดการทรัพยากรท้องถิ่น ให้สามารถผลิตสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ก่อให้เกิดอัตลักษณ์เฉพาะชุมชนนั้น ซึ่งจะทำให้เกิดความพร้อมในการแข่งขันทางการค้าในระดับที่สามารถพึ่งตนเองได้และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน เมื่อการรวมกันเป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีพลัง พร้อมเครือข่ายอันเหนียวแน่นก็สามารถยกระดับการแข่งขันเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่พร้อมจะก้าวสู่

การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ สามารถแข่งขันในประเทศ และต่างประเทศได้

จากการระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงที่ผ่านมา ยังเป็นตัวเร่งสำคัญของการแทนที่ด้วยเทคโนโลยีแบบ พลิกผัน (Disruptive Technology) ทำให้ในช่วงสองปีที่ผ่านมา ผู้บริโภคมีความคุ้นชินกับกิจวัตรและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้ชีวิตรูปแบบใหม่ที่เราเรียกว่า “ชีวิตวิถีใหม่” หรือ “New Normal” กันมากขึ้น จนในที่สุดเมื่อเวลาผ่านไป ความคุ้นชินอาจกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติของผู้คนในสังคมจนทำให้ทอดทิ้งเอกลักษณ์วัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของไทยหรือมีการให้ความสำคัญกับค่านิยมทางวัฒนธรรมมากกว่าทางจิตใจ โดยผลจากการพัฒนาประเทศในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1-7 ที่อาจกล่าวได้ว่าเศรษฐกิจก้าวหน้า แต่สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีปัญหา ซึ่งส่งผลให้การพัฒนาในสังคมไทยไม่ยั่งยืนเพราะขาดความสมดุลในการพัฒนาทั้งเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมืองและการอนุรักษ์ฟื้นฟูระบบนิเวศ สำหรับในช่วงเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8-10 มีการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมีผลทำให้ภาพรวมของสังคมไทยมีภูมิคุ้มกันเพิ่มขึ้น แต่ยังไม่เพียงพอต่อการวางรากฐานการพัฒนาให้เข้มแข็งและยั่งยืน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวทางในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 จึงจำเป็นต้องสร้างให้เกิดความเข้มแข็ง ทั้งในด้านวัตถุสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ขับเคลื่อนให้เกิดผลในทางปฏิบัติที่ชัดเจนขึ้น โดยยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาและให้ความสำคัญกับการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งนี้ในการพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลในทุกมิตินั้น การพัฒนาคนไทยในทุกกลุ่มวัยให้มีศักยภาพการเรียนรู้ตลอดชีวิต จึงเป็นกลไกสำคัญของการพัฒนา ซึ่งเป็นการบูรณาการในด้านการเรียนรู้ การดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพเข้าด้วยกันอย่างผสมกลมกลืน มีการยึดโยงโครงสร้างทางสังคมของชุมชนเป็นฐานของการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ผ่านการใช้ศักยภาพและทรัพยากรในชุมชนเป็นหลัก โดยให้ประชาชนและทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับตนเองและชุมชนท้องถิ่น แต่ผล

การพัฒนานั้นยังไม่สามารถเกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ได้อย่างแท้จริง เป็นเพียงการสร้างแหล่งเรียนรู้ หรือสรรหาผู้รู้และภูมิปัญญา แต่ยังไม่สามารถทำให้คนในชุมชนในระดับบุคคลมีความตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้ การมีทักษะในการคิดการวิเคราะห์ และการแก้ปัญหาที่สามารถนำไปสู่การสร้างกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง และใช้ความรู้ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม (Wattanachai, 2559, หน้า 3)

ตามนโยบายรัฐบาลที่มุ่งพัฒนาประเทศให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ประเทศไทยมีภูมิคุ้มกันและความแข็งแกร่งเพียงพอที่จะเผชิญกับสถานการณ์ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความเข้มแข็งในระยะยาว ซึ่งรัฐบาลมีนโยบายพัฒนาความเข้มแข็งจากฐานราก โดยการนำความรู้และทรัพยากรในพื้นที่มาผลิตเป็นสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มศักยภาพของเศรษฐกิจฐานรากให้สามารถสร้างรายได้ กระจายรายได้สู่ชุมชน โดยการดำเนินการดังกล่าวสามารถทำได้ด้วยการพัฒนาตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ทรงคิดค้นและพระราชทานแนวทางไว้ จะพบว่าการพัฒนาในปัจจุบันนั้นมุ่งเน้นการพัฒนาความเจริญทางด้านวัตถุ และเมื่อการพัฒนาทางด้านวัตถุเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้วิถีชีวิตของผู้คนเปลี่ยนไป ครอบครัว ชุมชน หรือสังคมชนบทล่มสลาย ดังนั้นจึงต้องกลับมาทบทวนถึงผลของการพัฒนาที่เกิดขึ้นด้วยการก้าวอย่างระมัดระวังแบบทางสายกลางเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเมื่อมีระบบเศรษฐกิจในระดับใหญ่ (ระดับชาติ) ก็ควรมีเศรษฐกิจในระดับย่อย (ชุมชนหรือครัวเรือน) เป็นฐานที่รองรับตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งการยึดหลักการพัฒนาจากล่างขึ้นบนโดยให้ชุมชนเป็นผู้คิดและมีส่วนร่วมในการทำงานตั้งแต่การกำหนดนโยบายจนถึงกระบวนการขั้นตอนสุดท้าย จะช่วยในการตอบโจทย์การแก้ไขปัญหาตามความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริงทั้งทางด้านเศรษฐกิจสังคมกระบวนการเรียนรู้และค่านิยมอันดีงาม

จุดอ่อนทางธุรกิจหรือปัญหาที่ผู้ผลิตสินค้าเผชิญ (Pain Point)

จังหวัดตากตั้งอยู่ภาคเหนือตอนล่างของประเทศ โดยมีวิสัยทัศน์ คือ “เมืองน่าอยู่ ประตูก้าว

ชายแดน” มีเป้าประสงค์เพื่อคุณภาพชีวิตประชาชนและแก้ไขปัญหาความยากจน นำไปสู่กลยุทธ์พัฒนาระบบสุขภาพ การศึกษา การเรียนรู้ การทำงาน รายได้ ที่อยู่ อาศัย ครอบครัว ชุมชนและการเข้าถึงบริการภาครัฐ ส่งเสริมการเรียนรู้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า จากการศึกษาทฤษฎีของจังหวัดตากที่เป็นพื้นที่ชายแดนและเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในเรื่องของระบบโครงสร้างพื้นฐานทาง สาธารณูปโภค รวมถึงความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจการค้าและการลงทุน ดังนั้นลักษณะของเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ต้องการดำเนินการ คือ เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน (Special Border Economic Zone) ซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษรูปแบบหนึ่งที่มีเขตพื้นที่ติดชายแดน โดยส่วนใหญ่กำหนดไว้สำหรับการประกอบอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปหรืออุตสาหกรรมส่งเสริมและกิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยศูนย์บริการด้านศุลกากรแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับการส่งออกและนำเข้าสินค้าชายแดน คลังสินค้าและอาคารพาณิชย์ รวมถึงการส่งเสริมสิทธิประโยชน์ที่ไม่ใช่ภาษีเช่นเดียวกับนิคมอุตสาหกรรมทั่วไป (General Industrial Estate) การยกเว้นภาษีนำเข้า การยกเว้นภาษีเงินได้ การตั้งคลังสินค้าทัณฑ์บนและศูนย์กระจายสินค้าด้านโลจิสติกส์ เป็นต้น นอกจากนี้จังหวัดตากมีศักยภาพในหลายด้านได้แก่ ศักยภาพด้านพื้นที่ชายแดนที่เป็นฐานการค้าชายแดนและการพัฒนาการประกอบการร่วมกัน ศักยภาพในการพัฒนาการประกอบอุตสาหกรรมที่เน้นการใช้แรงงานสูงทั้งเพื่อการบริโภคในประเทศและเพื่อการส่งออก และมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญ 5 ประการคือ (1) เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนให้มีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (2) เพื่ออนุรักษ์ฟื้นฟูและป้องกันรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (3) เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตรและเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการเกษตร (4) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว สินค้า OTOP และส่งเสริมการค้าการลงทุนในพื้นที่การค้าชายแดนและเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ และ (5) พัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐและการบริหารจัดการเพื่อป้องกันรักษาความมั่นคงชายแดน การรักษาความสงบเรียบร้อยมีประสิทธิภาพ (สำนักบริหารโครงการกรมชลประทาน, 2563)

จากการดำเนินนโยบายด้านเศรษฐกิจโดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการค้าชายแดนผ่านการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่ที่มีศักยภาพเหมาะสมในการจัดตั้งเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระยะแรกของไทย ใน 5 พื้นที่ชายแดน ซึ่งหนึ่งในนั้นคือพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยข้อมูลด้านการเกษตรของจังหวัดกล่าวถึงสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) ในท้องถิ่นของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากซึ่งถือเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัวที่หาได้จากสถานที่ผลิตเฉพาะในท้องถิ่นนั้น ๆ จำนวน 1 ชนิด คือ “แปง้อเขียว อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก” ซึ่งขึ้นทะเบียนสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2562

ถั่วแปง้อเขียวแม่สอด หมายถึงถั่วทอดที่ทำมาจากถั่วแปงหรือแปงซึ่งเป็นถั่วเขียวชนิดหนึ่ง มีลักษณะคล้ายถั่วลิ้นเตา (ถั่วแปบ) ปลูกกันตามแนวตะเข็บชายแดน อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์เกษตรกรเกี่ยวกับข้อมูลด้านการปลูกจะเริ่มปลูกประมาณเดือนตุลาคมของทุกปี เก็บเกี่ยวช่วงเดือนธันวาคม (อายุการปลูกประมาณ 2 เดือน สภาพอากาศ (ปลูกในพื้นที่ที่มีอากาศเย็น-ชื้น อากาศไม่เย็นจัดและไม่ร้อนจัด) มีลักษณะทางกายภาพของลำต้นคือเป็นไม้เลื้อย ยาว 5-6 เมตร กลิ่นของลำต้น ดอก ใบ ค่อนข้างเหม็นแต่รสชาติหอม มัน กรอบ เนื้อแน่น เมล็ดมีสีเขียวอ่อน เมื่อแก่จัดจะเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลเข้มหรือดำ รูปทรงคล้ายถั่วแปบ ซึ่งปลูกในพื้นที่แม่กาษา ตำบลแม่ตาบ ตำบลแม่กุ ตำบลท่าสายลวด ตำบลพระธาตุผาแดง ตำบลมหาวัน และนำมาผ่านกระบวนการผลิตในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีข้อจำกัดของการเก็บเกี่ยวในเดือนธันวาคมถึงมีนาคมเท่านั้นและการรวบรวมเมล็ดส่งให้ผู้แปรรูปจะต้องทำในวันเดียวห้ามค้างคืน



ภาพที่ 1 แหล่งภูมิศาสตร์แปรรูปถั่วเขียวแม่สอด
(ที่มา: ผู้วิจัย)

ถึงแม้ว่าถั่วแปรรูปเขียวเป็นสินค้า GI และเป็นสินค้า OTOP อันดับ 1 ของจังหวัดตาก (สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2564) แต่อย่างไรก็ตามการแปรรูปต้องใช้ไม้เป็นเชื้อไฟในการทำเพื่อให้ความหอมในเวลาทอด ซึ่งปัจจุบันไม้พื้นมีราคาสูง เนื่องจากป่าลดน้อยลง นอกจากนี้จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงทำให้สินค้าขายออกสู่ตลาดลดลงอย่างมาก และการขาดแรงงานในช่วงการแพร่ระบาดที่ผ่านมา ประกอบกับการใช้ตลาดแบบออนไลน์ยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร นอกจากนี้การเก็บเกี่ยวมีเพียงช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนมีนาคม การรับฝากแปรรูปจากเกษตรกรต้องผ่านคนกลางและยังไม่สามารถขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI เพื่อการส่งออกต่างประเทศเหมือนสินค้าของจังหวัดอื่น

ผู้ผลิตมีความต้องการทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มยอดขายสินค้าและต้องการพัฒนาสินค้าให้แตกต่างจากเดิมเพื่อแปรรูปสินค้าสำเร็จรูปให้หลากหลายมากขึ้น (สัมภาษณ์ผู้ผลิต, 2564) รวมถึงรายงานภาวะเศรษฐกิจการคลังจังหวัดตากประจำเดือนมิถุนายน 2564 กล่าวว่ายังมีปัจจัยเสี่ยงทางเศรษฐกิจที่จากความไม่แน่นอนจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงความเสี่ยงจากการกลายพันธุ์ของเชื้อไวรัสและความล่าช้าในการกระจายวัคซีน ทั้งโลกยังมีผู้ติดเชื่อใหม่รายใหม่ในระดับสูงและยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นยิ่งไปกว่านั้นฐานะการเงินของภาคครัวเรือนและธุรกิจและการเพิ่มขึ้นของหนี้สินที่ถูกซ้ำเติมจากการระบาดระลอกใหม่ท่ามกลางตลาดแรงงานที่ยังไม่ฟื้นตัวกลายเป็นแรงกดดันต่อการฟื้นตัวของการใช้จ่ายภาค

ครัวเรือนและการลงทุนของภาคเอกชนมากขึ้น
(สำนักงานคลังจังหวัดตาก, 2564)

การวิเคราะห์ SWOT

- จุดแข็ง**
- ผลิตภัณฑ์ GI คำเปรียบยาลงนามเป็นผลิตภัณฑ์พิเศษ
 - เป็นสินค้าที่อยู่ในระดับ 1 ของ OTOP จังหวัดตาก
 - เป็นสินค้าคุณภาพดีผ่านการตรวจสอบมาตรฐานการขึ้นทะเบียน GI
- จุดอ่อน**
- ผู้ประกอบการขาดความรู้และทักษะในการผลิต GI เข้าสู่ตลาดออนไลน์
 - ผลิตภัณฑ์ต้องผ่านการแปรรูปให้หลายขั้นตอน
 - ขาดทุนในการผลิตและการตลาด
- โอกาส**
- การค้าขายออนไลน์มีแนวโน้มเติบโตสูงไม่แพ้ตลาด AEC ได้สะดวก
 - การเชื่อมโยงสินค้าและบริการต่อเนื่องจากประเทศอาเซียน AEC
 - ผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าของแบรนด์ การเป็นไทย รัก
- อุปสรรค**
- ข้อจำกัดในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศแบบออนไลน์
 - การเข้าถึงตลาดจากต่างประเทศของสินค้าไทยได้ลดลง
 - แนวโน้มและพฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลง
 - ขาดเทคโนโลยีการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงและมีการขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์ SWOT ของสินค้าถั่วแปรรูปเขียว
(ที่มา: ผู้วิจัย)

จากสภาพปัญหาที่กล่าวไว้ข้างต้น บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอภูมิคุ้มกันที่ดีตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ตามแนวทางที่พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงพระราชทานไว้ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงการนำหลักวิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนเพื่อดำเนินการทุกขั้นตอน รวมถึงการฟื้นฟูเศรษฐกิจชุมชนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลดีกับรัฐบาลในการจัดสรรงบประมาณสำหรับชุมชนระดับท้องถิ่น ทำให้เกิดแนวคิดเพื่อการพัฒนาตัวแบบเชิงธุรกิจบนพื้นฐานหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้าในการยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและผลตอบแทนทางสังคมของชุมชนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตากจากผลกระทบสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ซึ่งมีความจำเป็นเร่งด่วนที่ทุกภาคส่วนต้องร่วมกันดำเนินการ

คณะผู้เขียนจึงเลือกการพัฒนาตัวแบบเชิงธุรกิจของกลุ่มที่ผลิตสินค้า GI และเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์เพื่อการแข่งขันในตลาดที่แท้จริงได้ รวมถึงยกระดับรายได้ของกลุ่มเกษตรกรที่ขายวัตถุดิบให้กับกลุ่มผู้ผลิตเป้าหมายและเป็นต้นแบบพัฒนาโดยใช้กระบวนการการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ระหว่างหน่วยงานตั้งแต่มหาวิทยาลัย สำนักงานพัฒนาชุมชน ผู้นำชุมชน

ผู้ผลิต เกษตรกรผู้บ่อนวัตถุดิบในการมีส่วนร่วมการดำเนินงานทุกขั้นตอนเพื่อให้ทุกคนภาคภูมิใจในการมีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ตัดสินใจและปฏิบัติการ จนในที่สุดแล้วบุคคลเหล่านั้นจะรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของกิจกรรมและโครงการที่ดำเนินงานด้วยอันจะก่อให้เกิดวงจรการพัฒนาชุมชนด้วยประชาชนในชุมชนที่ต่อเนื่องและยั่งยืน จนสามารถยกระดับผลตอบแทนทางสังคม ชุมชนท้องถิ่นได้ต่อไป รวมทั้งการใช้หลักการบริหารจัดการที่ดีแก่กลุ่มที่มีศักยภาพและความพร้อมในการผลิตเชิงพาณิชย์จะทำให้เกิดการพัฒนาย่างเสถียรภาพในการฟื้นฟูรายได้

ตารางที่ 1 แสดงสินค้า GI ของไทยในต่างประเทศ

การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของไทยในต่างประเทศ	
ประเทศ	การขึ้นทะเบียน
สหภาพยุโรป	• ขึ้นทะเบียน GI แล้ว ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ กาแฟดอยช้าง ข้าวสังข์หยดเมืองพัลลว
จีน	• อยู่ระหว่างพิจารณาขึ้นทะเบียน ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ มะขามหวานเพชรบูรณ์ ส้มโอบิ๋มสยามปากน้ำ • อยู่ระหว่างพิจารณาจัดทำคำขอ ทุเรียนปราจีน มะพร้าวน้ำหอมราชบุรี
ญี่ปุ่น	• อยู่ระหว่างพิจารณาขึ้นทะเบียน กาแฟดอยช้าง สับปะรดห้วยมุ่น
มาเลเซีย	• อยู่ระหว่างพิจารณาทำคำขอ ข้าวสังข์หยดเมืองพัลลว ส้มโอบิ๋มสยามปากน้ำ ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้
เวียดนาม	• ขึ้นทะเบียน GI แล้ว เส้นไหมไทยพื้นบ้านอีสาน • อยู่ระหว่างพิจารณาขึ้นทะเบียน มะขามหวานเพชรบูรณ์ ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน
กัมพูชา	• อยู่ระหว่างพิจารณาขึ้นทะเบียน กาแฟดอยช้าง
อินโดนีเซีย	• ขึ้นทะเบียน GI แล้ว ผ้าไหมยกดอกลำพูน
อินเดีย	• ขึ้นทะเบียน GI แล้ว ผ้าไหมยกดอกลำพูน

(ที่มา: กองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2564)

การสร้างความสามารถทางแข่งขันบนฐานเศรษฐกิจชุมชน ที่มีกระบวนการจัดสรรของชุมชนทั้งทรัพยากร ทุน แรงงาน วัตถุดิบในพื้นที่เป็นหลักนำมาแปรเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ด้วยการสร้างแนวคิดสร้างสรรค์ของชุมชนทั้งแบบดั้งเดิมหรือสร้างพัฒนาต่อยอดเป็นนวัตกรรมใหม่ที่สอดคล้องกับบริบทความต้องการของผู้บริโภคที่อาจผสมผสานยกระดับเป็นภูมิปัญญาสากลที่สามารถนำมาบูรณาการอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่มีเป้าหมายลักษณะกิจกรรมเหมือนกันเพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่เพิ่มขึ้น โดยเน้นการพัฒนาเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กลุ่มผู้ผลิต OTOP ดำเนินงานด้วยความยั่งยืน

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า

เศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 โดยเป็นแนวคิดที่ยึดโยงกับรากฐานของวัฒนธรรมไทย และตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลางและความไม่ประมาท ซึ่งมีการคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกันในตนเอง ใช้ความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐานการดำรงชีวิต และที่สำคัญยิ่งจะต้องมี “สติ ปัญญา และความเพียร” อันจะนำไปสู่ “ความสุข” ในการดำเนินชีวิตอย่างแท้จริง

“ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญาที่ชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ครอบครัว ชุมชน จนถึงในระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์

“ความพอเพียง” หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงการมีระบบภูมิคุ้มกันในตนเองที่ดีที่ช่วยป้องกันผลกระทบอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งจากภายในภายนอก ซึ่งควรเสริมสร้างพื้นฐานทางจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับให้มีสำนึกในคุณธรรม และ ความซื่อสัตย์สุจริต เพื่อให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้พร้อมต่อการการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2564)

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีคุณลักษณะที่สำคัญโดยสรุป กล่าวคือ

- 1) ความพอประมาณ คือ ความพอดีต่อความจำเป็นและเหมาะสมกับฐานะของตนเอง และต้องไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น
- 2) ความมีเหตุผล คือ การตัดสินใจทำสิ่งใดอย่างมีเหตุผลตามหลักการและจริยธรรม โดยคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นอย่างรอบคอบ
- 3) ภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี คือ การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงในด้านเศรษฐกิจ

สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมเพื่อให้สามารถปรับตัว และรับมือได้อย่างทันทั่วทั้ง

4) เจื่อนไขสำคัญเพื่อให้เกิดความพอเพียง ซึ่ง การตัดสินใจและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ต้องมีเจื่อนไข คุณธรรม หลักวิชา และชีวิตเป็นพื้นฐาน

5) เจื่อนไขคุณธรรม โดยการเสริมสร้าง พื้นฐานจิตใจให้มีความซื่อสัตย์สุจริต รู้รักสามัคคี ไม่โลภ ไม่ตระหนี่ และรู้จักแบ่งปันให้ผู้อื่น

6) เจื่อนไขหลักวิชา ต้องมีการอาศัยความรู้ รอบรู้ รอบคอบ และระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการ ต่าง ๆ มาใช้ในทุกระดับ

7) เจื่อนไขชีวิต คือ การดำเนินชีวิตด้วยความ อดทน มีความเพียร สติ และปัญญาในการบริหารจัดการ ชีวิตโดยใช้หลักวิชาและคุณธรรมเป็นแนวทางพื้นฐาน

ทุกคนสามารถนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจ พอเพียงแบบก้าวหน้ามาเป็นหลักปฏิบัติในการดำเนิน ชีวิตได้ ไม่ใช่เฉพาะในหมู่คนจนหรือเกษตรกรเท่านั้น โดย ต้อง “ระเบิดจากข้างใน” คือการเกิดจิตสำนึกมีความ ศรัทธา เชื่อมั่น เห็นคุณค่าและนำไปปฏิบัติด้วยตนเอง แล้วจึงขยายไปสู่ครอบครัวชุมชน สังคมต่อไป

บทความนี้ได้นำหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจ พอเพียงแบบก้าวหน้า” มาเป็นแนวปฏิบัติเพื่อพัฒนาตัว แบบเชิงธุรกิจโดยเริ่มจากหลักการ ดังนี้

1) ความพอเพียงระดับบุคคลและครอบครัว มุ่งเน้นให้บุคคลและครอบครัวอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ทั้งทางกายและทางใจ พึ่งพาตนเองอย่างเต็ม ความสามารถไม่ทำอะไรเกินตัว ดำเนินชีวิตโดยไม่ เบียดเบียนตนเองและผู้อื่นรวมทั้งผู้รู้และมีการพัฒนา ตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อความมั่นคงในอนาคต และเป็น ที่พึ่งให้ผู้อื่นได้ในที่สุด เช่น หาปัจจัยสี่มาเลี้ยงตนเองและ ครอบครัวจากการประกอบ สัมมาชีพ รู้ข้อมูลรายรับ รายจ่าย ประหยัดแต่ไม่ใช้ตระหนี่ ลด ละ เลิก อบายมุข สอนให้เด็กรู้จักคุณค่า รู้จักใช้และรู้จักออม มีการแบ่งปัน ภายในครอบครัว ชุมชน และสังคมรอบข้าง รวมถึงการ รักชาติ วัฒนธรรม ประเพณี และการอยู่ร่วมกับ ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม

2) ความพอเพียงระดับชุมชน โดยคนใน ชุมชนมีการรวมกลุ่มกันทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม มีการ ช่วยเหลือเกื้อกูลกันภายในชุมชนบนหลักของความรู้รัก

สามัคคี สร้างเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกัน ในชุมชนและนอก ชุมชน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ และ สิ่งแวดล้อม เช่น การรวมกลุ่ม อาชีพ สวัสดิการชุมชน การรักษาความสงบ ความสะอาดเป็นระเบียบ รวมทั้งการ ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรในชุมชนมาสร้าง ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างเสริมชุมชนให้มีความเข้มแข็งและมีความเป็นอยู่ที่พอเพียงได้

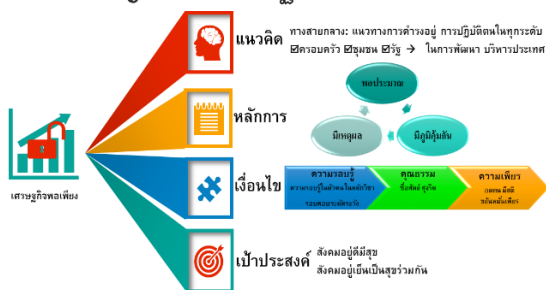
3) ความพอเพียงในภาคธุรกิจเอกชน เริ่มจาก ความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่สร้างประโยชน์หรือกำไร ในระยะยาวมากกว่าการมุ่งเน้นที่กำไรระยะสั้น แสวงหา รายได้บนพื้นฐานของการแบ่งปัน มุ่งให้ผู้มีส่วนได้เสียทุก ฝ่ายได้รับประโยชน์อย่างเหมาะสมและเป็นธรรม ในด้าน การขยายธุรกิจต้องทำอย่างไม่เบียดเบียนและเอาเปรียบ รวมทั้งต้องมีความรู้และเข้าใจธุรกิจของตนเอง รู้จักลูกค้า ศึกษาคู่แข่ง และเรียนรู้การตลาดอย่างถ่องแท้ ผลัดในสิ่ง ที่ถนัดและทำตามกำลังที่มี สร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างและ พัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง มีความพร้อมต่อการ เปลี่ยนแปลง มีความซื่อสัตย์สุจริต รับผิดชอบต่อสังคม และ

4) สิ่งแวดล้อม และที่สำคัญต้องสร้างเสริม ความรู้และจิตสำนึกการให้แกพนักงานอย่างเหมาะสม

5) ความพอเพียงระดับประเทศ เป็นการ บริหารจัดการประเทศ โดยเริ่มจากการวางรากฐานให้ ประชาชนส่วนใหญ่อยู่อย่างพอกินและพึ่งตนเองได้ มีความรู้และคุณธรรมในการดำเนินชีวิต มีการรวมกลุ่มของ ชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ สืบทอดภูมิปัญญาและ ร่วมกันพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงอย่างรู้รัก สามัคคี เสริมสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างชุมชนให้เกิด เป็นสังคมแห่งความพอเพียงในที่สุด

และเป้าประสงค์สุดท้ายเมื่อปฏิบัติตามปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียงแล้ว สังคมก็จะอยู่ดีมีสุข เมื่อสังคม อยู่ดีมีสุขโดยยึดหลักจริยธรรม ทุกคนก็จะอยู่เย็นเป็นสุข ร่วมกันทั้งในเชิงของจิตใจและสภาวะแวดล้อม (ปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียงกับสังคมไทย, สำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2551)

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง



ภาพที่ 3 แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
(ที่มาปรับปรุงจาก: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2551)

การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติให้เกิดผลจำเป็นต้องมีแบบแผนหรือระเบียบวิธีดำเนินงานเพื่อแปลงหลักการใน “ปรัชญา” ซึ่งมีความเป็นนามธรรมสูง ให้เป็น “ทฤษฎี” ที่สามารถอธิบายขั้นตอนการดำเนินงานหรือการนำไปปฏิบัติที่มีความเป็นรูปธรรมและให้ผลลัพธ์เดียวกันเมื่อดำเนินการตามทฤษฎีนั้น ซึ่งทฤษฎีตามแนวพระราชดำริในหลักเศรษฐกิจพอเพียงมี 2 ระดับ คือ เศรษฐกิจพอเพียงในระดับที่เลี้ยงตัวเองได้บนพื้นฐานของความประหยัดและการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เรียกว่า “เศรษฐกิจพอเพียงแบบพื้นฐาน”

ส่วนเศรษฐกิจพอเพียงในระดับที่มีการรวมตัวกันเพื่อร่วมกันดำเนินงานในเรื่องต่าง ๆ มีการสร้างเครือข่ายและการขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจในรูปแบบต่าง ๆ โดยประสานความร่วมมือกับภายนอก เรียกว่า “เศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า” ทั้งนี้สามารถจำแนกระดับการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ดังนี้ (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ, 2550)

ขั้นแรก เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบพื้นฐาน ที่เน้นความพอเพียงในระดับบุคคลและครอบครัว มีความเป็นอยู่ในลักษณะที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ และตอบสนองความต้องการตามปัจจัยสี่ได้

ขั้นที่สอง มุ่งเน้นความพอเพียงในระดับกลุ่ม เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้าที่มีการรวมพลังกันในกลุ่มหรือสหกรณ์ เพื่อร่วมกันดำเนินงานในด้านต่าง ๆ โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ขั้นที่สาม มุ่งเน้นความพอเพียงในระดับเครือข่าย เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้าที่มีการ

ร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในการสร้างเครือข่าย เพื่อการขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลายให้เกิดการผสมประโยชน์ด้วยกันทุกฝ่าย

เมื่อเทียบเคียงระดับขั้นของแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงกับมุมมองทางธุรกิจในเรื่องการสร้างคุณค่าร่วม (Shared Value) จะพบความสอดคล้องในทั้งสามระดับ กล่าวคือ

ระดับแรก เป็นความพอเพียง (การสร้างคุณค่าร่วม) ในระดับองค์กร (Organization) ที่เน้นถึงการดำรงอยู่ของกิจการหรือความอยู่รอดในธุรกิจ

ระดับที่สอง เป็นความพอเพียง (การสร้างคุณค่าร่วม) ในระดับโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่มีการทำงานกับคู่ค้าในโซ่ธุรกิจเพื่อการพัฒนาและยกระดับผลิตภาพ

ระดับที่สาม เป็นความพอเพียง (การสร้างคุณค่าร่วม) ในระดับเครือข่ายความร่วมมือ (Cluster) ที่มีการทำงานแบบข้ามภาคส่วนเพื่อการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันในระยะยาว

ในบทความนี้ได้ได้นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้าเชื่อมโยงการพัฒนาตัวแบบเชิงธุรกิจร่วมกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในทุกมิติตามพระราชดำริที่ได้ทรงเน้นย้ำแนวทางการพัฒนาบนหลักแนวคิดพึ่งตนเองเพื่อให้เกิดความพอมี พอกิน พอใช้ของคนส่วนใหญ่ โดยใช้หลักความพอประมาณ การคำนึงถึงการมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว โดยเป้าหมายของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือ การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน สามารถรับการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับตัวแบบเชิงธุรกิจ (Business Model)

ตัวแบบเชิงธุรกิจอ้างอิงจากคำอธิบายของหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท., 2564) ซึ่งให้ความหมายตัวแบบเชิงธุรกิจว่าเป็นตัวแบบการพัฒนา (Development Model) หรือตัวแบบการประกอบการที่แสดงความเชื่อมโยงของหน่วยงานและภาคที่เข้ามาร่วมในกระบวนการยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของชุมชนที่ทำให้สามารถแก้ปัญหาได้อย่างยั่งยืนและช่วยให้ชุมชนและแต่ละภาคส่วนมีทิศทางและเป้าหมายการทำงานร่วมกันที่ชัดเจน สามารถยกระดับ

รายได้และคุณภาพชีวิตชุมชนได้อย่างแท้จริง โดยอาศัยหลักการทางวิชาการสองประเด็น คือ เครื่องมือในการวางแผนธุรกิจ การกำหนดกลยุทธ์ และผลิตภัณฑ์อัจฉริยะ (Smart Product) เพื่อเป็นการตอบโจทย์ค่านิยมข้างต้น จึงอธิบายรายละเอียดดังนี้

2.2.1 เครื่องมือในการวางแผนธุรกิจการกำหนดกลยุทธ์

การประเมินความสำเร็จของแผนงานและการวางแผนธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจได้ครบมิติเป็นการตอบโจทย์ที่สำคัญในการทางธุรกิจ ซึ่งเครื่องมือในการวางแผนธุรกิจที่สำคัญคือ Business Model Canvas ซึ่งประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้ (Osterwalder & Pigneur, 2005)

(1) คุณค่าของสินค้า/บริการที่นำเสนอ (Value Proposition) คือ การระบุว่าคุณค่า/บริการของธุรกิจสร้างคุณค่าอย่างไรสำหรับลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่ลูกค้าเลือกสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของเราแทนที่จะเลือกของคู่แข่ง คุณค่าของสินค้า/บริการอาจเป็นนวัตกรรมหรือการนำเสนอสิ่งใหม่หรือมีการเพิ่มคุณสมบัติพิเศษที่ทำให้คุณค่าเพิ่มขึ้น (Hassan, 2012)

(2) กลุ่มลูกค้าหลัก (Customer Segments) คือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้าถึง การระบุกลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้องเป็นหัวใจสำคัญของการทำตัวแบบเชิงธุรกิจ กลุ่มเป้าหมายต้องเป็นกลุ่มที่ทำรายได้ให้ธุรกิจ การระบุกลุ่มเป้าหมายสามารถระบุได้จากความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พฤติกรรม และคุณลักษณะอื่นๆ การทราบกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนทำให้ธุรกิจสามารถนำเสนอสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

(3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) คือ การระบุรูปแบบของสัมพันธ์ภาพที่ต้องการมีกับลูกค้า ซึ่งมีระดับที่แตกต่างกันตั้งแต่การใช้เครื่องตอบรับอัตโนมัติไปจนถึงการใช้บุคลากรที่มีความละเอียดอ่อนและให้ความสำคัญกับลูกค้า นอกจากนั้นต้องมีการสร้างกลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมาย (ลูกค้า) เพื่อให้เกิดการรับรู้และจดจำตราสินค้าหรือบริการนั้น เช่น การทำโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้าแก่ผู้บริโภค

ในวงกว้างภายในระยะเวลาสั้นๆ หรือการจัดกิจกรรมตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม เช่น การจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด การส่งเสริมการขาย การจัดแคมเปญสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM)

(4) ช่องทางการเข้าถึง (Channels) คือ ช่องทางในการสื่อสาร ช่องทางการตลาดที่บริษัทใช้ในการสื่อสารและติดต่อกับลูกค้า ช่องทางเหล่านี้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในการ สร้างความตระหนักรู้ในสินค้า/บริการของบริษัท ลูกค้าสามารถประเมินคุณค่า หรือระบุความต้องการผ่านช่องทางนี้ ดังนั้นการเลือกส่วนผสมที่ลงตัวของช่องทางการเข้าถึงจึงมีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างมากต่อธุรกิจทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์

(5) รูปแบบรายได้ (Revenue Streams) คือ เงินสดที่ธุรกิจจะได้รับหลังหักค่าใช้จ่ายแล้ว ในแผนธุรกิจนั้น ลูกค้าเปรียบเสมือนหัวใจ กระแสรายรับก็คือเส้นเลือดที่หล่อเลี้ยงหัวใจ ธุรกิจต้องระบุได้ว่าคุณค่าอะไรที่ลูกค้ายินดีจ่ายเงิน ค่าตอบที่ถูกต้องจะสามารถช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในการดึงเงินจากลูกค้า

(6) ทรัพยากรที่มี (Key Resources) คือ ทรัพยากรที่สำคัญขององค์กรมีความสำคัญต่อการทำให้แผนธุรกิจสัมฤทธิ์ผล ทรัพยากรต่าง ๆ ได้แก่ ทรัพยากรทางกายภาพ ประกอบด้วย อุปกรณ์ที่เป็นรูปธรรม เช่น เครื่องจักร ทรัพยากรการเงิน ทรัพยากรสินทางปัญญา และทรัพยากรบุคคล เป็นต้น

(7) กิจกรรมหลักที่ทำ (Key Activities) คือ การระบุกิจกรรมสำคัญที่ธุรกิจต้องดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์กิจกรรมหลัก ได้แก่ การผลิต การให้บริการ สินค้า/บริการที่ แก้ปัญหาให้ลูกค้า การสร้างเวทีของธุรกิจ การสร้างเครือข่าย เป็นต้น

(8) หุ่นส่วนหลัก (Key Partners) ในการทำธุรกิจทุกวันนี้การสร้างหุ้นส่วนทางธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น ข้อดีของการมีหุ้นส่วนทางธุรกิจ คือ เพื่อประโยชน์สูงสุดของธุรกิจเพื่อลดความเสี่ยงและเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรในทางธุรกิจ โดยหุ้นส่วนทางธุรกิจมีหลายประเภทได้แก่ พันธมิตรทางธุรกิจ การร่วม

หุ้นเพื่อพัฒนาธุรกิจใหม่ พันธมิตรคู่ค้า ได้แก่ buyer – supplier

(9) โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) คือ โครงสร้างด้านต้นทุนรวมถึงต้นทุนทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการดำเนินการตามรูปแบบธุรกิจ เช่น ต้นทุนในการสร้างคุณค่าสินค้า/บริการ ต้นทุนในการรักษาลูกค้า ต้นทุนด้านทรัพยากร ต้นทุนในการให้บริการ เป็นต้น ซึ่งการคำนวณต้นทุนสามารถคำนวณได้จากแต่ละกิจกรรมที่ระบุ

2.2.2 ผลิตภัณฑ์อัจฉริยะ (Smart Product)

กรมส่งเสริมการเกษตรมีนโยบายในการส่งเสริมกิจกรรมเพิ่มรายได้นอกภาคการเกษตรต่อเนื่องจากภาคการผลิต โดยมุ่งหวังให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลผลิตจากภาคเกษตรในภาวะที่มีการแข่งขันสูง อันเนื่องมาจากปริมาณการผลิตที่มีมากและอายุสั้น โดยแนวทางการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การเป็น smart product ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์ตลาด (2) การถ่ายทอดเทคโนโลยีทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ (3) การพัฒนาการผลิตทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ (4) การจัดการคุณภาพ (5) การส่งเสริมการตลาด และ (6) การติดตามและประเมินผล (ประชาชาติธุรกิจ, 2563) โดยแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์เป็น 5 หมวดได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์เครื่องอุปโภคและสมุนไพร และท่องเที่ยวเกษตร/ชุมชน ทั้งนี้การดำเนินงานจะอาศัยแนวคิดของ Allmendinger and Lombreglia (2005) ที่ตีพิมพ์ในวารสาร Harvard Business Review กล่าวว่า ผู้ผลิตจำเป็นต้องอาศัยความสามารถที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความฉลาดเฉลียวอย่างน้อยสองลักษณะคือให้มีความตระหนักในสถานะการทำงานของตนเองอยู่ตลอดเวลา (Awareness) และสามารถเชื่อมโยงกับโลกภายนอก (Connectivity) เพื่อส่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานะภาพของตนเองให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับรู้ ความสามารถทั้งสองเป็นคุณสมบัติสำคัญของ Smart Product ที่ช่วยเพิ่มคุณค่าของตัวสินค้าและเป็นช่องทางที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันได้เป็นอย่างดี Allmendinger and Lombreglia (2005) ยังกล่าวอีกว่า การเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ด้วยระบบอินเทอร์เน็ตเป็นวิธีที่สะดวกที่สุด และประหยัดที่สุด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความฉลาดในสิ่งต่อไปนี้ คือ 1)

ผลิตภัณฑ์สามารถรายงานสถานะภาพของตนเอง (Status) ได้ 2) เจ้าหน้าที่บำรุงรักษาสามารถวินิจฉัยอาการของผลิตภัณฑ์ หรือเฝ้าติดตามอาการจากสถานที่ห่างไกลด้วยการเชื่อมโยงแบบออนไลน์กับผลิตภัณฑ์ได้ (Diagnostics) 3) เจ้าหน้าที่สามารถทำ Feature/function upgrade ให้แก่ผลิตภัณฑ์จากสถานที่ห่างไกลได้และ 4) เจ้าหน้าที่สามารถควบคุมการทำงานของผลิตภัณฑ์จากที่ห่างไกลได้

ในการทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเพิ่มขึ้นด้วยการบริการที่เรียกว่า Smart Service หรือทำให้ผลิตภัณฑ์เป็น Smart Product ต้องอาศัยเทคโนโลยี ในการคิดค้นนวัตกรรม อาจพิจารณาแนวทางจากวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle) ในมุมมองของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การกำหนดคุณลักษณะจนสิ้นสุดอายุการใช้งาน ตลอดจนขั้นตอนการกำจัดที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ทุกขั้นตอนภายในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ล้วนเป็นจุดเปิดโอกาสในสร้างผลิตภัณฑ์อัจฉริยะได้ทั้งสิ้น ซึ่งการสร้างผลิตภัณฑ์อัจฉริยะสำหรับสินค้า OTOP จะช่วยให้สามารถเข้าสู่การแข่งขันได้อย่างแท้จริงและสามารถจำหน่ายได้อย่างสม่ำเสมอ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI)

การวิเคราะห์หรือประเมินผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment) เป็นการวัดผลลัพธ์ทางสังคมจากการประเมินคุณค่าที่แผนงานหรือโครงการได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น โดยมีหลักการในการเปรียบเทียบผลลัพธ์หรือผลกระทบที่ถูกวัดและแปลงค่าเป็นหน่วยเงินเทียบกับเงินลงทุนที่ใช้ไป ซึ่งการวิเคราะห์ วิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนนี้ไม่ได้มุ่งผลตอบแทนทางธุรกิจหรือผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์อย่างเดียว แต่การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนรวมผลลัพธ์ 3 ด้านคือด้านเศรษฐกิจ ผลทางสังคมสิ่งแวดล้อมและผลทางสังคม โดยนำผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact) ในด้านต่าง ๆ ที่ประเมินได้มาคำนวณหามูลค่าทางการเงินแล้วเปรียบเทียบกับมูลค่าทางการเงินของต้นทุนหรืองบประมาณที่ใช้ในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมเพื่อแสดงให้เห็นว่าโครงการหรือกิจกรรมได้สร้างประโยชน์

เท่าไรต่อเงิน 1 บาท ที่ลงทุนไปซึ่งช่วยในการประเมินว่าการลงทุนนั้นมรรคว่าคุ้มค่าหรือไม่ (Rotheroe and Richards, 2007; Carleton Centre for Community Innovation, 2008; และ ศิริชัย กาญจนวาสี, 2559) ทั้งนี้หลักการประเมินผลตอบแทนทางสังคมต้องคำนึงถึงการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย โดยแสดงความคิดเห็นร่วมกันและทำการกำหนดขอบเขตและผลการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรม (Olsen and Nicholls, 2005; Scholten et al. 2006; Archawananthakun & Yaemlaor, 2014) การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมนี้จึงเหมาะสำหรับการประเมินผลในโครงการพัฒนาสังคม ในการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนสามารถประเมินโครงการที่ได้ทำไปเสร็จแล้วหรืออาจวิเคราะห์ผลตอบแทนเพื่อคาดการณ์ผลตอบแทนที่จะเกิดขึ้นในกรณีก่อนดำเนินโครงการ สำหรับการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของการวิจัยนี้จะทำการวิเคราะห์โครงการที่ดำเนินงานในระดับจุลภาค (ระดับโครงการหรือแผนงาน) ของโครงการวิจัย โดยนำกรอบวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนของ Deloitte ที่เน้นความเชื่อมโยงระหว่างทรัพยากร (Resources) กิจกรรม (Activities) ผล (Results) และผลลัพธ์ (Outcomes) (มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ, 2563) มาเป็นแนวทางในการดำเนินการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมสำหรับการพัฒนาเมืองตากสู่เมืองแห่งการเรียนรู้ โดยคำนวณจากสูตร

$$SROI = \frac{\text{มูลค่าผลประโยชน์ทั้งหมด} - \text{มูลค่าต้นทุนจากการลงทุน}}{\text{มูลค่าต้นทุนจากการลงทุน}}$$

ก่อนการคำนวณผลตอบแทนทางสังคมต้องจัดทำแผนผังที่ผลกระทบ (Impact Mapping) ประกอบด้วย (1) ปัจจัยนำเข้า (Input) คือ ทรัพยากรที่ลงทุนในการดำเนินการวิจัยและจัดกิจกรรม (2) กิจกรรม (Activities) คือการดำเนินงานโครงการวิจัย (3) ผลผลิต (Output) คือผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการวิจัยและจัดกิจกรรม (4) ผลลัพธ์ (Outcome) คือผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้ได้รับประโยชน์จากโครงการวิจัย (5) ผลกระทบ (Impact) คือผู้ได้รับประโยชน์นั้นส่งผลต่อชุมชน สังคม เศรษฐกิจจากนั้นนำร่างแผนที่ผลกระทบมา

วิเคราะห์ค่าทางการเงิน (Financial Proxy) เพื่อคำนวณค่าผลตอบแทนทางสังคม

2.4 แนวทางการขับเคลื่อนตัวแบบเชิงธุรกิจบนพื้นฐานหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้าเพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์และผลกระทบ

บทความนี้สนับสนุนการสร้างความร่วมมือระหว่างสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดตาก เทศบาลนครแม่สอด กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงกลุ่มผู้ผลิต ผู้นำชุมชน ในการมาร่วมกันวิเคราะห์ใช้คุณค่าและการพัฒนาพื้นที่ ซึ่งรวมถึงผู้แทนจากชุมชน ทั้งผู้นำชุมชน ผู้รู้ ภูมิปัญญา ตัวแทนจากแหล่งเรียนรู้ นักวิชาการมหาวิทยาลัย มาร่วมกันนำเสนอตัวแบบเชิงธุรกิจ โดยให้ความสำคัญกับเกษตรกรและผู้ผลิตในพื้นที่ซึ่งเป็นผู้ใช้ประโยชน์โดยตรง ให้ได้มีส่วนร่วมในรูปแบบตัวแบบเชิงธุรกิจเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์สู่ความเป็นสากล แข่งขันในตลาดได้อย่างแท้จริง โดยผู้ใช้ประโยชน์หลักจากบทความนี้คือ ผู้ผลิตถั่วแปยีเขียว โดยมีตัวแบบเชิงธุรกิจบนหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า สำหรับผู้ใช้ประโยชน์กลุ่มรอง คือ ภาครัฐและเอกชน กลุ่มผู้ประกอบการสินค้า OTOP อื่นที่เกี่ยวข้อง สามารถเข้าถึงตัวแบบเชิงธุรกิจ Smart OTOP TAKSEZ ซึ่งจะ เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ และมีการใช้ข้อมูลจากงานวิจัยเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์สู่การลงทุนสินค้า OTOP ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.5 ตัวแบบเชิงธุรกิจบนพื้นฐานหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า



ภาพที่ 4 แสดงตัวแบบเชิงธุรกิจบนพื้นฐานหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า (ที่มา: ผู้วิจัย)

3. สรุป

บทความนี้ได้นำเสนอ “ตัวแบบเชิงธุรกิจ” เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงการนำหลักวิชาการที่มีอยู่มาใช้ในการวางแผนเพื่อดำเนินการในทุกขั้นตอนเพื่อเป็นแนวทางการฟื้นฟูเศรษฐกิจในระดับชุมชน อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งฉากทัศน์ที่แสดงในบทความนี้จะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องที่รับผิดชอบโดยตรง โดยเฉพาะในภาครัฐที่กำกับดูแลนโยบายในการจัดสรรงบประมาณที่ถูกจัดสรรลงมาเพื่อการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น เกิดความเข้าใจในแนวคิดการพัฒนาตัวแบบเชิงธุรกิจบนพื้นฐานหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ซึ่งสามารถนำไปสู่การยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและผลตอบแทนทางสังคมของชุมชน จากการยกตัวอย่างของสินค้าถั่วแป๋จีเขียว ซึ่งเป็นสินค้า GI และเป็นสินค้า OTOP อันดับหนึ่งของจังหวัดตาก ซึ่งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่สร้างผลกระทบเป็นวงกว้างนั้น จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนอย่างยิ่งที่ทุกภาคส่วนควรเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างแท้จริง

คณะผู้เขียนได้ทำการอธิบายการพัฒนาตัวแบบเชิงธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้า GI ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตาก ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ โดยสามารถสรุปขั้นตอนสำคัญ ดังนี้ 1) การพัฒนาตัวแบบเชิงธุรกิจบนพื้นฐานหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า 2) การยกระดับ “ถั่วแป๋จีเขียว” เป็นสินค้าเศรษฐกิจนานาชาติรองรับการเปลี่ยนแปลงและรับมือกับวิกฤติเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 และ 3) การบูรณาการกลไกการมีส่วนร่วมของแต่ละภาคส่วนในการพัฒนาตัวแบบเชิงธุรกิจ โดยผ่านกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่คณะผู้เขียนได้ทำศึกษามาก่อนหน้านี้ ซึ่งพบว่าทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะเกิดความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของโครงการที่มีดำเนินงาน และนำไปสู่ตัวแบบเชิงธุรกิจสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนและมรดกวัฒนธรรมตามบริบทของพื้นที่ (Smart OTOP TakSEZ) บทความนี้ได้แสดงแนวทางการพัฒนาที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทของ

ชุมชนอื่นหรือในท้องถิ่นอื่น ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า เมื่อปัญหาได้รับการวางแผน ประกอบกับการนำพื้นฐานของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้ามาเป็นแนวทาง และมีการปฏิบัติตามแผนงานที่กำหนดไว้อย่างสมบูรณ์ ผลที่ได้จะมีใช้แค่เพียงความสำเร็จจุลวงตามแผนงานเท่านั้น แต่ชุมชนที่มีการนำแนวทางของตัวแบบเชิงธุรกิจนี้ไปใช้ จะทำให้ได้ตัวแบบเชิงธุรกิจตามอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่นตนเอง ซึ่งจะสามารถเสริมสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจในชุมชน สร้างความเจริญให้กับท้องถิ่นอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนตามแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ที่ตั้งอยู่บนรากฐานของวัฒนธรรมไทย บนพื้นฐานของทางสายกลางและความไม่ประมาท อันจะนำไปสู่ “ความสุข” ในการดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง

4. เอกสารอ้างอิง

คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง. (2548).

เศรษฐกิจพอเพียงคืออะไร. กรุงเทพฯ:

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

ประชาชาติธุรกิจ. (2563). **Smart Product สร้าง**

มูลค่าเพิ่มผลผลิตการเกษตร. ค้นเมื่อ 15

ธันวาคม 2564, จาก

<https://www.prachachat.net/columns/news-465697>

พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2550). **เศรษฐกิจพอเพียง**

หมายถึงอะไร. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยพัฒน์.

พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2560). **เศรษฐกิจพอเพียง:**

จากปรัชญาสู่ทฤษฎี (ใหม่) ทางธุรกิจ. ค้นเมื่อ 1 มกราคม 2565, จาก

<https://www.bangkokbiznews.com/blog/columnist/117824>.

มูลนิธิชัยพัฒนา. (2564). **เศรษฐกิจพอเพียง.** ค้นเมื่อ 1

มกราคม 2565, จาก

https://www.chaipat.or.th/site_content/item/19-2009-10-30-07-44-57.html.

วรรณดี สุทธิณารกร. (2557). **การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมและกระบวนการทางสำนัก.**

กรุงเทพฯ: สยาม.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2551). **จากปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: เพชรรุ่งการพิมพ์.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2531). **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สัญญา ยีอราน และศิริไลซ์ วรรณวิจิตร. (2561). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมสู่ความสำเร็จ การเปลี่ยนแปลงนโยบายในระบบสุขภาพ. **วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้**, 5(2), 288-300.
- อมารสี อัมพันศิริรัตน์ และพิมพ์มล วงศ์ไชยา. (2560). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม: ลักษณะสำคัญของการประยุกต์ใช้ในชุมชน. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**, 36(6), 192-202.
- อุทัยทิพย์ เจียวิวรรธกุล. (2553). **การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม: แนวคิด หลักการ และบทเรียน**. กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลีฟวิ่ง.
- Allmendinger, G. & Lombreglia, R. (2005). Four Strategies for the Age of Smart Services. **Harvard Business Review**, 83, 131-134.
- Archawananthakun, S. & Yaemlaoar, P. (2014). **Guide to Social Results and Returns Social Investment**. Bangkok: Dan Suthat Printing.
- Gillis, A. & Jackson, W. (2002). **Research methods for nurses: Methods and interpretation**. Philadelphia: F.A. Davis Company.
- Hassan, A. (2012). The Value Proposition Concept in Marketing: How Customers Perceive the Value Delivered by Firms – A Study of Customer Perspectives on Supermarkets in Southampton in the United Kingdom. **International Journal of Marketing Studies**, 4(3), 68-87.
- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2005). Clarifying business models: Origins, present, and future of the concept. **Communications of the Association for Information Systems**, 16, 1-25.
- Olsen, S. & Nicholls, J. (2005). **A framework for approaches to SROI analysis**. Berkeley: University of California.
- McNiff, J. & Whitehead, J. (2006). **All you need to know about action research**. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rotheroe, N. & Richards, A. (2007). Social Return on Investment and social enterprise: Transparent accountability for sustainable development. **Social Enterprise Journal**, 3(1), 31–48.
- Schlten, P., Nicholls, J., Olsen, S. & Galimidi, B. (2006). **Social return on investment: a guide to SROI analysis**. Amstelveen: Lenthe publishers.
- SROI Network. (2012). **A guide to Social Return on Investment**. Retrieved from <http://socialvalueint.org/wp-content/uploads/2016/12/The-SROI-Guide-2012.pdf>
- Stringer, E. & Genat, W. J. (2004). **Action research in health**. Columbus, Ohio: Person Prince Hall.
- Streubert, H.J. & Carpenter, D.R. (1995). **Qualitative Research in Nursing: Advancing the Humanistic Imperative**. Philadelphia: Lippincott.