

ศักยภาพกิจการเพื่อสังคม ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมทางสถาปัตยกรรม

The Capacity of Social Enterprises in Driving for Architectural Innovations

ตะโพน นิมแสวง¹ และ สิงห์ อินทรชูโต²

Tapone Nimsawaeng¹ and Singh Intrachooto²

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ 10900

Faculty of Architecture, Kasetsart University, Bangkok 10900, Thailand

E-Mail: ta-pone@hotmail.com¹, singhman@ku.th²

Received 25/2/2019 Revised 4/7/2019 Accepted 19/7/2019

บทคัดย่อ

นวัตกรรมทางสถาปัตยกรรมที่ประสบความสำเร็จมีแนวโน้มที่จะเกิดมาจากการประกอบกิจการเพื่อสังคมสูงมาก ข้อสังเกตนี้อาจส่งผลต่อการจัดการเชิงกลยุทธ์ผ่านวิธีการที่ใช้มิติทางสังคมเป็นศูนย์กลางเพื่อจัดการกับปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ซับซ้อนได้ จากประเด็นนี้จึงทำให้เกิดข้อสงสัยว่าในแวดวงสถาปัตยกรรมและการก่อสร้างนั้น องค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคมอาจสามารถเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาวัตกรรมการได้อย่างรวดเร็ว งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาความสามารถขององค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคมในการพัฒนานวัตกรรม งานวิจัยนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพเสริมด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อสำรวจผลงานทางสถาปัตยกรรมที่ได้รับรางวัลในระดับนานาชาติ และเป็นที่ยอมรับกันว่ามีผลงานที่ถือเป็นนวัตกรรม เพื่อวิเคราะห์ว่าจะมีองค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคมที่เป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาผลงานทางสถาปัตยกรรมจนได้รับรางวัล (ซึ่งเป็นสิ่งแสดงให้เห็นว่ามีผลงานที่เป็นนวัตกรรม) มากน้อยหรือไม่ เพียงใด จากการนำองค์กรที่ได้รับรางวัลมาจำแนกประเภท แบ่งออกเป็น 1) กิจการเพื่อสังคม 2) ธุรกิจทั่วไป และ 3) องค์กรการกุศล จากการศึกษาพบว่าองค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคมนั้นมีความสามารถที่จะนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมได้มากกว่าองค์กรประเภทธุรกิจทั่วไป และองค์กรการกุศล โดยเฉพาะข้อพิสูจน์จากรางวัลทางสถาปัตยกรรม โฮลซิม อวอร์ด องค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคมนั้นมีความสามารถผ่านเข้ารอบการคัดเลือกถึง 9 ไปจนถึงความสามารถในการเอาชนะรางวัลระดับโลกประเภทเหรียญทองได้ทั้ง 5 รางวัล (ร้อยละ 100) จากการเริ่มต้นมีผลงานที่ส่งเข้าประกวดรอบแรกทั้งหมดเพียง 65 ผลงาน (ร้อยละ 30.23) จากทั้งหมด 215 ผลงาน ซึ่งผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมทางสถาปัตยกรรมขององค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคม

คำสำคัญ

นวัตกรรมทางสถาปัตยกรรม

กิจการเพื่อสังคม

กิจการเพื่อสังคมด้านสถาปัตยกรรม

Abstract

Successful architectural innovations generally originate from social enterprises. This observation may have impact on strategic management through society-centered methods for managing complex social and environmental issues. This issue has raised questions in the architecture and construction fields about whether social enterprises are capable of driving for rapid innovative development. Therefore, this research is aimed at studying the capabilities of social enterprises in developing innovations. This research employed a qualitative research process reinforced by quantitative data analysis. The researcher collected data from related documents to survey architectural achievements receiving world-class awards and gaining acceptance for innovative achievements in order to analyze and determine whether many social enterprises have steered architectural developments to the point where awards were won (indicating innovative achievements). The awarded businesses are categorized as follows: 1) social enterprises; 2) general businesses and 3) charity organizations. According to the findings, social enterprises are more capable of leading to innovation development than general business organizations and charity organizations. In particular, proof from the Holcim Awards shows social enterprises to be capable of passing selection rounds and able to win five world-class gold medal awards (100%) from only 65 achievements (30.23%) of 215 achievements entered into the first round of the competition. The findings show the capacity of social enterprises in driving for architectural innovations.

Keywords

Architecture Innovation

Social Enterprise

Social Enterprise for Architects

1. ที่มาและความสำคัญ

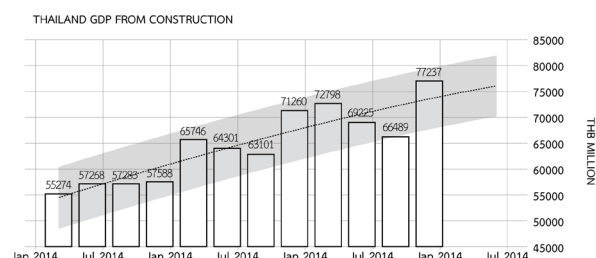
นวัตกรรมในที่นี้กล่าวถึงการสร้างข้อเสนอใหม่ ๆ ที่มีความยั่งยืน (Keeley, 2015) นวัตกรรมนั้นไม่ได้ให้ความสำคัญกับสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนเท่านั้น แต่นวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นต้องเกิดประโยชน์และดำรงอยู่ได้ด้วยตัวของนวัตกรรมเอง และสามารถช่วยยกระดับให้กับองค์กรได้ บาร์รอส (Barros, 2003) ระบุลักษณะของนวัตกรรมว่า (1) นวัตกรรมไม่ใช่สิ่งประดิษฐ์ (2) นวัตกรรมมีหลายชนิด และมีหลายระดับ (3) นวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว

ส่วนหนึ่งที่สำคัญของนวัตกรรมจึงเป็นเรื่องของการปรับเปลี่ยนวิธีคิด เพื่อหาข้อสรุปหรือทางแก้ไขเชิงสร้างสรรค์ (Youngsuksathaporn, 2009) เป็นการแก้ไขปัญหาเฉพาะบางอย่างที่บุคคล บริษัท หรือองค์กรประสบ

นวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จมีแนวโน้มที่จะเกิดมาจากการประกอบกิจการเพื่อสังคมสูงมาก ข้อสังเกตนี้อาจส่งผลต่อการจัดการเชิงกลยุทธ์ผ่านวิธีการใหม่ ๆ (Kong, 2010) ที่ใช้มิติทางสังคมเป็นศูนย์กลางเพื่อจัดการกับปัญหาสังคมที่ซับซ้อน การจัดการเชิงกลยุทธ์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างความคิดทางนวัตกรรม ทั้งนวัตกรรมทางสังคม และนวัตกรรมทางธุรกิจ (innovative business approaches) (Pomerantz, 2003) ดังตัวอย่างที่เห็นได้ชัดจากธุรกิจการเงินจากธนาคารกรามีน (Grameen bank) ที่ก่อตั้งโดย มุฮัมหมัด ยูนุส (Muhammad Yunus) ที่ให้บริการสินเชื่อกับบุคคลผู้มีรายได้น้อย ช่วยให้ผู้คนสามารถพึ่งพาตัวเองได้ (Brennan, 2010) และนอกจากช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจที่เกิดจากผู้ประกอบการรายย่อยแล้วยังพบว่าธนาคารกรามีน มีหนี้เสียในระดับต่ำ และธุรกิจมีความมั่นคงทางด้านรายได้และดำเนินการมากกว่า 34 ปีแล้ว (Grameen Bank, n.d.) ตัวอย่างนี้แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของนวัตกรรมที่เกิดจากการประกอบกิจการเพื่อสังคมได้เป็นอย่างดี

หากมองถึงสถานการณ์การออกแบบสถาปัตยกรรมและการก่อสร้างในประเทศไทย จากการสำรวจเมื่อปี พ.ศ. 2557 (National Statistics Office Thailand, 2014) ซึ่งเป็นการสำรวจครั้งที่ 4 และได้ดำเนินการจัดทำทุก 5 ปี พบว่ามีสถานประกอบการก่อสร้างทั้งหมด 33,057 แห่ง มีร้อยละ 53.4 ดำเนินกิจการเกี่ยวกับการก่อสร้างอาคาร สร้างงานให้กับลูกจ้างทั้งหมด 335,598 คน เป็นลูกจ้างที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการก่อสร้างอาคารมากที่สุด

คือ 223,114 คน มีมูลค่าการลงทุนในภาคการก่อสร้าง มีสัดส่วนโดยเฉลี่ยต่อปีประมาณร้อยละ 8.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) (Tumwongsa, 2016) และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (Trading economics, 2016) นับตั้งแต่ปี 2014 (รูปที่ 1)



ที่มา: Trading economics, 2016
รูปที่ 1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศไทย จากอุตสาหกรรม การออกแบบสถาปัตยกรรมและการก่อสร้าง (Thailand GDP from construction)

แม้ภาพรวมธุรกิจการออกแบบสถาปัตยกรรมและการก่อสร้างภาคเอกชนในประเทศจะปรับตัวดีขึ้นในปี 2560-2561 (Tumwongsa, 2016) แต่ภาวะการแข่งขันในธุรกิจรุนแรง ซึ่งจะกระทบความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดย่อม (SMEs) ที่เสียเปรียบทางด้านต้นทุนและโอกาสการเข้าถึงตลาด แต่โอกาสทางธุรกิจการออกแบบและการก่อสร้าง สามารถเกิดขึ้นได้จากทั้งนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์หรือบริการ และนวัตกรรมทางธุรกิจ เช่น การบุกเบิกตลาดใหม่ คือ ตลาดฐานรากในสังคม (The bottom of the pyramid) หรือการเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจด้วยนวัตกรรมทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม เป็นต้น การดำเนินกิจการในลักษณะนี้ เอื้อให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่จำเป็นต้องไปแข่งขันโดยตรงกับผู้ประกอบการรายใหญ่ เนื่องจากมีการกำหนดตลาดเป้าหมายต่างกัน

ดังแนวคิดกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่เกิดขึ้นครั้งแรกในประเทศอังกฤษ เมื่อปี ค.ศ. 1978 โดย ฟรีเออร์ สเป็คเคลีย์ (Freer Spreckley) และในปี 1997 จึงเกิดองค์กรชื่อ Social Enterprise Partnership ขึ้น (Marketing Oops, 2017) เพื่อแก้ไขปัญหาทางการเงินขององค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่มีกปัญหาทางการเงินเพราะต้องรอเงินอุดหนุนจากผู้บริจาค ต่อมาก็พัฒนาเป็นธุรกิจที่สร้างขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก จนพัฒนาแพร่หลายไปยังประเทศต่าง ๆ ต่อมา มีกลุ่มคนเล็งเห็นความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจในรูปแบบกิจการเพื่อสังคม ที่ได้ประโยชน์ทั้งการแก้ไขปัญหาสังคม

และสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรมและประโยชน์ทางด้านการเงินและการอยู่รอดขององค์กรที่ประกอบธุรกิจ จนปัจจุบันกลายเป็นกระแสที่แพร่หลายในหลายประเทศ

ชุมปีเตอร์ (Schumpeter) นักทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์คนสำคัญชาวออสเตรีย (Rahdari, Sepasi & Moradi, 2015) มีมุมมองว่าผู้ประกอบการหรือองค์กรต่าง ๆ มีบทบาทสำคัญที่อยู่เบื้องหลังผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม และมีฐานะเป็นตัวกระตุ้นทางสังคมเช่นเดียวกับเป็นตัวกระตุ้นทางเศรษฐกิจด้วย ดังนั้นผลของการประกอบการขององค์กรต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญมากจากความสำคัญของนวัตกรรมที่ช่วยเรื่องการยกระดับองค์กร และช่วยเรื่องความอยู่รอดขององค์กร ประกอบกับปัญหาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดย่อมในอุตสาหกรรมสถาปัตยกรรมและการก่อสร้างรวมถึงปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากอุตสาหกรรมสถาปัตยกรรมและการก่อสร้างที่เป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ของประเทศแล้ว จะเห็นได้ว่าองค์กรที่มีรูปแบบเป็นกิจการเพื่อสังคมนั้น มีลักษณะของความเป็นนวัตกรรมสูงที่สามารถช่วยแก้ปัญหาสิ่งต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาได้ ทั้งนวัตกรรมทางสังคมที่ช่วยแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการประกอบธุรกิจ หรือนวัตกรรมทางธุรกิจที่ช่วยยกระดับองค์กรให้อยู่รอดและมั่นคงได้ จากประเด็นนี้จึงทำให้เกิดข้อสงสัยว่าในแวดวงสถาปัตยกรรมและการก่อสร้างนั้น องค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคมอาจสามารถเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างรวดเร็ว

2. วัตถุประสงค์

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาความสามารถขององค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคมในการพัฒนานวัตกรรมทางสถาปัตยกรรม โดยมีประเด็นย่อยในการศึกษา ได้แก่

1. สำรวจแนวโน้มด้านกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนานวัตกรรม
2. ศึกษาคุณลักษณะของรางวัลนวัตกรรมทางสถาปัตยกรรม
3. ศึกษาคุณลักษณะของกิจการเพื่อสังคม
4. ศึกษาลักษณะขององค์กรที่ได้รับรางวัลทางสถาปัตยกรรม

3. ขอบเขตของการศึกษา

3.1 ขอบเขตข้อมูลของงานวิจัยนี้เป็นการรวบรวมและประมวลผลข้อมูลจากเอกสารทุติยภูมิ

3.2 ขอบเขตด้านวิธีการศึกษา งานวิจัยนี้เลือกข้อมูลจากรางวัลนวัตกรรมทางสถาปัตยกรรมและการก่อสร้างมาวิเคราะห์ เนื่องจากรางวัลทางสถาปัตยกรรมได้คัดเลือกผลงานโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของทั้งโครงการ (Base on project) ซึ่งต่างจากการคัดเลือกข้อมูลจากสิทธิบัตรสิ่งประดิษฐ์ ที่โดยมากแล้วมักเป็นอุปกรณ์ประกอบอาคารหรือเทคนิควิธีในการก่อสร้างมากกว่า ซึ่งเป็นผลงานที่ไม่ได้ตั้งตั้งอยู่บนพื้นฐานของทั้งโครงการ

3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้ต้องการทราบผลเบื้องต้นว่าในแวดวงการออกแบบสถาปัตยกรรมและการก่อสร้าง องค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคมมีความสามารถในการขับเคลื่อนนวัตกรรมได้มากน้อยเพียงใดเมื่อเทียบกับองค์กรประเภทอื่น ซึ่งในการศึกษารั้งนี้ยังไม่รวมถึงการศึกษาปัจจัยด้านการสร้างนวัตกรรมภายในองค์กร

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

นวัตกรรมที่เกิดจากการประกอบธุรกิจในลักษณะกิจการเพื่อสังคมจะนำเสนอเส้นทางใหม่ที่มีความยั่งยืนมากขึ้น เพื่อรับมือกับปัญหาเร่งด่วนต่าง ๆ ที่โลกกำลังเผชิญ ได้แก่ ปัญหาความยากจน การขาดแคลนอาหาร ปัญหาสุขภาพอนามัย การศึกษา ขาดแคลนแหล่งน้ำ อุปโภคบริโภค แหล่งพลังงานสะอาด การสร้างงานและเศรษฐกิจ ลดความเหลื่อมล้ำ ความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งในฐานะผู้ผลิตและผู้บริโภค ปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติเสื่อมโทรม ซึ่งปัญหาที่ท้าทายเหล่านี้ สถาปนิก นักออกแบบ หรือผู้ประกอบการ สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาโดยใช้การออกแบบเป็นกลยุทธ์หรือเครื่องมือในการแก้ปัญหาได้ และมีอิสระในการขับเคลื่อนด้วยองค์กรเอง โดยลดการพึ่งพาการสนับสนุนของภาครัฐ ดังนั้นแนวทางการประกอบธุรกิจในลักษณะกิจการเพื่อสังคมทางด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมและการก่อสร้าง จะนำไปสู่ระบบเศรษฐกิจและสังคมที่มีความยั่งยืนในอนาคต

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพเสริมด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ดังรูปที่ 2 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อสำรวจ จำแนก ชนิดข้อมูล วิเคราะห์ส่วนประกอบข้อมูล เปรียบเทียบข้อมูล และวิเคราะห์ตีความและเสนอข้อสรุป โดยมีรายละเอียดดังนี้

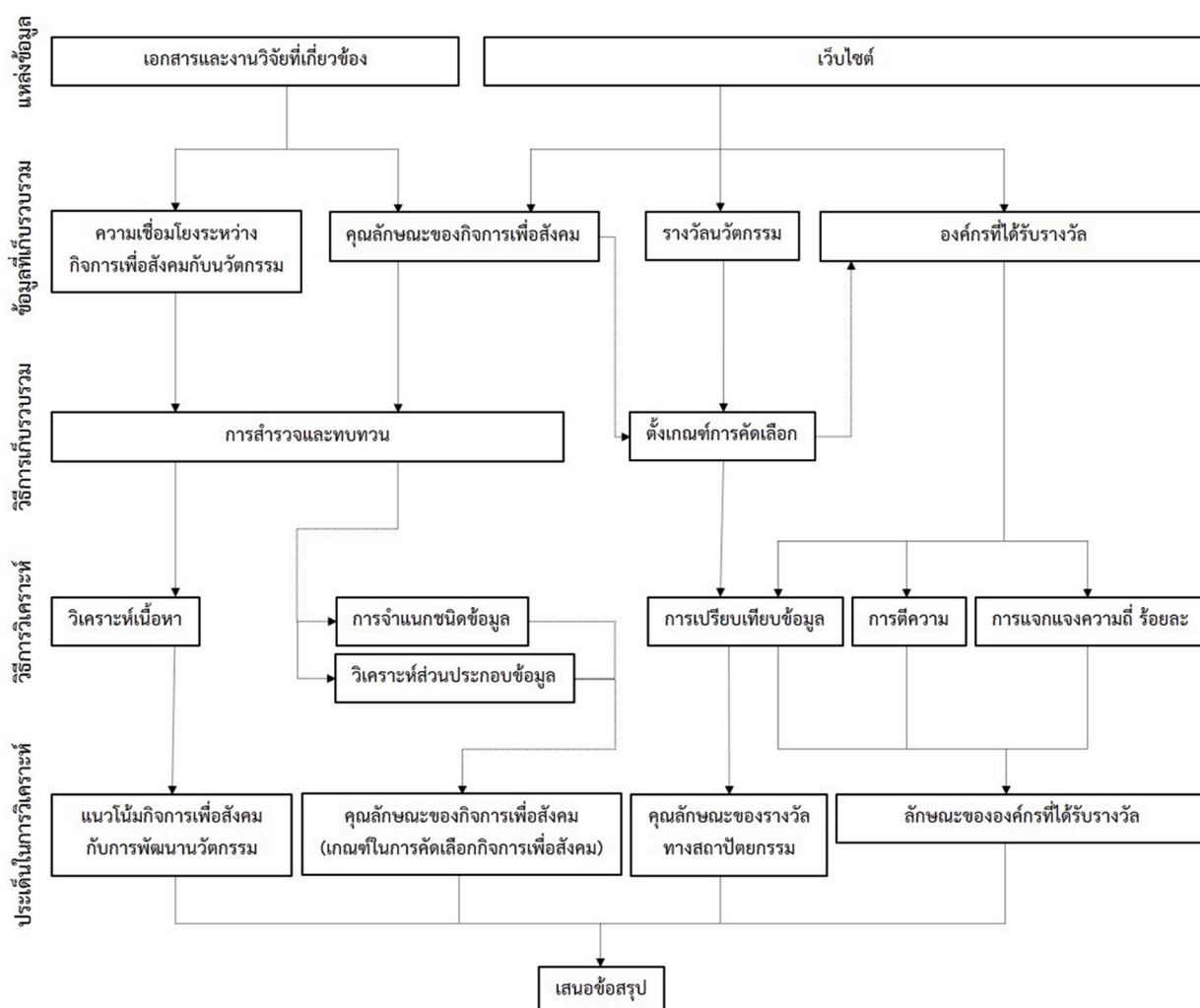
5.1 แหล่งข้อมูล

งานวิจัยนี้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการเพื่อสำรวจผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากฐานข้อมูล Scopus และศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลงานทางสถาปัตยกรรมที่ได้รับรางวัลนวัตกรรม เพื่อนำมาวิเคราะห์และเสนอบทสรุป

5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลมีทั้งหมด 4 ขั้นตอนดังนี้
ขั้นตอนที่ 1 สำรวจผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยใช้ คำสำคัญว่า Social Business หรือ Social Enterprise และ Innovation เนื่องจากต้องการทราบข้อมูลที่แสดงความเกี่ยวข้องกันระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับนวัตกรรม เพื่อศึกษาประเด็นด้านกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนานวัตกรรม โดยการสำรวจผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังแสดงในตารางที่ 1

ขั้นตอนที่ 2 สำรวจรางวัลทางสถาปัตยกรรมระดับนานาชาติที่ให้ความสำคัญกับผลงานที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นนวัตกรรม มีคณะกรรมการตัดสินจากหลากหลายสถาบันเพื่อเป็นตัวแทนในการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผลงานทางสถาปัตยกรรมที่ถือได้ว่าเป็นนวัตกรรม



รูปที่ 2 วิธีการดำเนินการวิจัย (Research method diagram)

ที่มา: ผู้วิจัย

ตารางที่ 1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่แสดงความเกี่ยวข้องกันระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับนวัตกรรม
(Methods of collecting research data related to social enterprise and innovation)

วิธีการสำรวจข้อมูลผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับนวัตกรรม	
ใช้คำว่า Social Business	ใช้คำว่า Social Enterprise
▼ 1) ค้นหาข้อมูลในฐานข้อมูล Scopus เนื่องจากเป็นฐานข้อมูลที่มีคุณภาพ และเป็นฐานข้อมูลที่ใหญ่ที่สุด ครอบคลุมทุกเนื้อหา ทุกสาขาวิชา 2) ค้นหาโดยระบุคำที่ต้องการค้นหา คือ “social business” and “innovation” 3) ระบุช่วงเวลาที่ดีที่สุดปี ในระหว่างปี 2007 ถึง 2017 4) ระบุขอบเขตของเนื้อหา (Subject Area) Business, Management and Accounting และ Social Sciences 5) ระบุรูปแบบข้อมูล (Document Type) แบบ Article 6) ระบุคำสำคัญ คือ Innovation, Social Business, Social Innovation, Business Model Innovation และ Social Enterprise 7) เลือกแหล่งที่มาของข้อมูลจาก Journals	▼ 1) ค้นหาข้อมูลในฐานข้อมูล Scopus 2) ค้นหาโดยระบุคำที่ต้องการค้นหา คือ “social enterprise” and “innovation” 3) ระบุช่วงเวลาที่ดีที่สุดปี ในระหว่างปี 2007 ถึง 2017 4) ระบุขอบเขตของเนื้อหา (Subject Area) Business, Management and Accounting, Social Sciences และ Multidisciplinary 5) ระบุรูปแบบข้อมูล (Document Type) แบบ Article 6) ระบุคำสำคัญ คือ Social Enterprise, Innovation และ Social Innovation 7) เลือกแหล่งที่มาของข้อมูลจาก Journals
พบบทความทั้งหมด 17 บทความ	พบบทความทั้งหมด 73 บทความ
▼ อ่านบทคัดย่อเพื่อคัดเลือกรายบทความที่มีเนื้อหาที่แสดงความเกี่ยวข้องกันระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับนวัตกรรม	

ขั้นตอนที่ 3 ทบทวนความหมายของคำว่า กิจการเพื่อสังคม เพื่อนำมาวิเคราะห์ส่วนประกอบข้อมูลพร้อมทั้งเปรียบเทียบความเหมือนความต่างของคำนิยามในแต่ละแหล่งที่มา โดยจะนำข้อมูลส่วนนี้ไปกำหนดเป็นเกณฑ์การคัดเลือกร่องรอยที่ได้รับความนิยมทางสถาปัตยกรรมว่าเป็นองค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคมหรือไม่

ขั้นตอนที่ 4 สืบค้นผลงานทางสถาปัตยกรรมที่ได้รับรางวัลในระดับนานาชาติ เพื่อนำมาวิเคราะห์ประเด็นเรื่อง ในแวดวงการออกแบบสถาปัตยกรรมและการก่อสร้างจะมีองค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคมเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาผลงานทางสถาปัตยกรรมจนได้รับรางวัลหรือการยอมรับว่าเป็นมีผลงานเป็นนวัตกรรมหรือไม่ เพียงใด

5.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นหลัก ได้แก่ การจำแนกชนิดข้อมูล การวิเคราะห์ส่วนประกอบข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล และการวิเคราะห์ตีความ โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 2

6. ผลการศึกษา

ในหัวข้อผลการศึกษามีทั้งหมด 4 ประเด็น โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.1 ผลการสำรวจแนวโน้มด้านกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนานวัตกรรม

จากการวิเคราะห์ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบบทความที่กล่าวถึงความเกี่ยวข้องระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับนวัตกรรม จำนวน 6 บทความ แต่ยังไม่พบทฤษฎีหรือสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวข้องกันระหว่างกิจการเพื่อสังคมกับนวัตกรรมทางด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมและการก่อสร้าง (ใน 6 บทความ ประกอบไปด้วยบทความที่ศึกษาในขอบเขตและประเด็นทางด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม การจัดการและการบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ การบริการด้านสุขภาพ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และทุนทางปัญญา)

6.2 คุณลักษณะของรางวัลนวัตกรรมทางสถาปัตยกรรม

จากการสำรวจรางวัลสถาปัตยกรรมระดับนานาชาติ มีทั้งหมด 28 รางวัล ผู้วิจัยจึงนำทั้ง 28 รางวัลนี้มาคัดเลือกในขั้นแรก โดยใช้เกณฑ์การเลือกจากรางวัลได้แก่ (1) เป็นรางวัลระดับนานาชาติ และ (2) เป็นรางวัลที่มอบให้ในฐานะสถาปนิกหรือองค์กรสถาปัตยกรรม ไม่ได้มอบให้ในฐานะอาคารที่ได้รับรางวัล ผลการคัดเลือกรางวัลทางสถาปัตยกรรมในขั้นแรก ได้ 10 รางวัลจาก 28 รางวัล หลังจากนั้นจึงนำ 10 รางวัลนี้มาวิเคราะห์หารางวัลที่เหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์ลักษณะองค์กรที่ได้รับรางวัลว่าเป็น

ตารางที่ 2 รายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูล (A detailed analysis of data)

ประเด็นในการวิเคราะห์	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	จุดมุ่งหมายในการวิเคราะห์
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	การจำแนกชนิดข้อมูล	เพื่อสำรวจแนวโน้มด้านกิจการเพื่อสังคมกับการพัฒนานวัตกรรม
▼		
รางวัลนวัตกรรมทางสถาปัตยกรรม	การจำแนกชนิดข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล และการวิเคราะห์ตีความ	เพื่อคัดเลือกรางวัลทางสถาปัตยกรรมที่จะนำมาวิเคราะห์ลักษณะขององค์กรในขั้นต่อไป
▼		
คุณลักษณะของกิจการเพื่อสังคม	การวิเคราะห์ส่วนประกอบข้อมูล	เพื่อสร้างเกณฑ์ในการคัดเลือกองค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคม
▼		
ประเด็นในการวิเคราะห์	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	ประโยชน์ที่ได้รับ
ผลงานที่ได้รางวัลระดับนานาชาติ	▼	เพื่อศึกษาว่าในแวดวงสถาปัตยกรรมและการก่อสร้างนั้น จริงหรือไม่ที่องค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคมนั้นจะสามารถเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนนวัตกรรมได้สูง
ผลงานที่เข้ารอบและได้รางวัล Holcim Awards	วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และร้อยละ	

กิจการเพื่อสังคมมากนักน้อยเพียงใดในขั้นต่อไป เกณฑ์การวิเคราะห์รางวัลทั้ง 10 รางวัลนี้ให้ความสำคัญโดยเรียงน้ำหนักมากน้อย ได้แก่ (1) ให้ความสำคัญกับความเป็นนวัตกรรม (2) เป็นรางวัลระดับโลกหรือระดับนานาชาติ (3) การเข้าถึงข้อมูลได้มากหรือครบถ้วน (4) รางวัลมีความเป็นกลางและหลากหลาย คือ ไม่กระจุกตัวอยู่เฉพาะในโซนยุโรปหรืออเมริกาเท่านั้น และมีความหลากหลายของผลงาน เช่น ไม่ใช่นวัตกรรมทางเทคโนโลยีเป็นหลัก (5) มีการก่อตั้งมากกว่า 5 ปี (ตารางที่ 3)

จากการคัดเลือกรางวัลทางสถาปัตยกรรมพบว่ารางวัลที่เหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์ลักษณะองค์กรที่ได้รับรางวัลว่าเป็นกิจการเพื่อสังคมมากนักน้อยเพียงใดนั้นพบว่ารางวัลโฮลซิม อวอร์ด (Holcim Awards) เป็นรางวัลที่มีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไปมากที่สุด เนื่องจากเป็นรางวัลที่มีการคัดเลือกผู้ชนะรางวัล 3 ลำดับแรกในแต่ละทวีป ทั้งหมด 5 ทวีป รวม 15 รางวัลในแต่ละครั้ง หลังจากนั้นทาง โฮลซิม อวอร์ด จึงนำรางวัลทั้งหมดมาคัดเลือกให้ได้รางวัลระดับโลก 3 รางวัลอีกครั้ง นอกจากนี้รางวัลโฮลซิม อวอร์ด ยังมีรายละเอียดของข้อมูลครบถ้วน และคัดกรองโดยคณะกรรมการที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ ตั้งแต่ผลงานที่ผ่านเข้ารอบจนถึงการตัดสินจนได้รางวัลระดับโลก ซึ่งข้อมูลชุดนี้สามารถนำมาวิเคราะห์ต่อในเชิงลึกในขั้นต่อไปได้

อย่างไรก็ตาม จากการคัดเลือกยังมีรางวัลที่เหมาะสมรองลงมาจากรางวัลโฮลซิม อวอร์ด อีก 3 รางวัล ได้แก่ รางวัลเคอร์รี่ สโตน ดีไซน์ ไพร์ซ (Curry Stone Design

Prize) รางวัลเอริช สเคลลิง อาร์คิเทคเจอร์ อวอร์ด (Erich Schelling Architecture Award) และรางวัลซุมโทเบล กรุ๊ป อวอร์ด (Zumtobel Group Award) ดังแสดงในตารางที่ 3

6.3 คุณลักษณะของกิจการเพื่อสังคม

จากการวิเคราะห์ส่วนประกอบข้อมูลของคำนิยามกิจการเพื่อสังคมจาก 10 แหล่งที่มาของข้อมูล ดังแสดงในตารางที่ 4 และรูปที่ 3 พบว่า ประเด็นที่มีซ้ำกันมากที่สุดคือ มีพันธกิจทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม รองลงมา คือ เป็นธุรกิจการค้าที่ก่อให้เกิดรายได้ และขับเคลื่อนด้วยกลไกทางการตลาดด้วยวิธีการทางธุรกิจ ผู้วิจัยจึงนำเกณฑ์ 3 ข้อนี้มาเป็นสิ่งพิจารณาถึงลักษณะกิจการเพื่อสังคมในขั้นตอนต่อไป โดยมีวิธีการพิจารณาดังแสดงในตารางที่ 5

6.4 ผลจากการวิเคราะห์ลักษณะขององค์กรที่ได้รับรางวัลทางสถาปัตยกรรม

จากการวิเคราะห์ลักษณะองค์กรที่ได้รับรางวัล (ตารางที่ 6) รวม 4 รางวัล ได้แก่ รางวัลโฮลซิม อวอร์ด รางวัลเคอร์รี่ สโตน ดีไซน์ ไพร์ซ รางวัลเอริช สเคลลิง อาร์คิเทคเจอร์ อวอร์ด และรางวัลซุมโทเบล กรุ๊ป อวอร์ด พบว่ามีจำนวนองค์กรที่ได้รับรางวัลทั้งหมด 67 รางวัล และจาก 67 รางวัลนี้มีองค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคมทั้งหมด 41 รางวัล หรือคิดเป็นร้อยละ 61.2

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์รางวัลทางสถาปัตยกรรม (Analysis of architectural awards)

รางวัล	ปีที่ก่อตั้ง / ปี			ระดับ			ให้ความสำคัญกับ นวัตกรรม			เข้าถึงข้อมูล			เป็นกลาง / หลากหลาย		
	>10	>5	>1	โลก	ทวีป	ชาติ	มาก	กลาง	น้อย	มาก	ครบ	ไม่ได้	มาก	กลาง	น้อย
1. HOLCIM AWARD	●			●			●			●			●		
2. RIBA INTERNATIONAL PRIZE		○		●			●					○		○	
3. AIA AWARDS – ARCHITECTURE			○	●				○				○	●		
4. THE AMERICAN ARCHITECTURE PRIZE	●			●			●					○		○	
5. AGA KHAN AWARDS	●			●			●				○				○
6. THE CURRY STONE DESIGN PRIZE		○		●			●				○		●		
7. WORLD ARCHITECTURE FESTIVAL PRIZE		○		●				○			○		●		
8. ERICH SCHELLING ARCHITECTURE AWARD	●			●			●				○		●		
9. THE INTERNATIONAL ARCHITECTURE AWARD	●			●				○			○			○	
10. ZUMTOBEL GROUP AWARD		○		●			●				○		●		

● น้ำหนักมาก ○ น้ำหนักปานกลาง ○ น้ำหนักน้อย

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์เกณฑ์การพิจารณาลักษณะกิจการเพื่อสังคม สังคม (Analysis of criteria for consider the characteristics of social enterprise)

ประเด็นที่อยู่ในคำนิยาม	แหล่งที่มาของข้อมูล									
	Social Enterprises UK. (2011)	BC Centre for Social Enterprise. (2013)	Social Enterprise Alliance. (2017)	Thai Social Enterprise Office. (2012)	Yamlaor. (2016)	Social Enterprise Scotland. (n.d.)	Achavanuntakul. (2010)	Larattia, Nakagawa, & Sakurai. (2011).	Yunus, M. (n.d.)	Kay, Roy, & Donaldson. (2016).
เป็นธุรกิจการค้าที่ก่อให้เกิดรายได้	●	●	●	●	●	●			●	
มีพันธกิจทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
พันธกิจขององค์กรมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้	●	●								●
ขับเคลื่อนด้วยกลไกทางการตลาดด้วยวิธีการทางธุรกิจ				●	●	●	●	●		●
มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการเงิน					●	●	●		●	
ใช้กระบวนการสร้างนวัตกรรม						●	●	●		
รายได้ส่วนใหญ่มาจากการค้า	○									
มีผลกำไรกลับไปลงทุนในพันธกิจเพื่อสังคม	○	○			○	○				●
เป็นอิสระจากรัฐ	○					○				
มีความรับผิดชอบต่อความโปร่งใส	○									
สร้างความเปลี่ยนแปลงทางสังคมในเชิงบวก		○					●		●	
ทำกำไรให้กับองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ที่ตนจัดตั้งขึ้น		○								
สินค้าหรือบริการมีคุณภาพดี					○					
มีการจ่ายเงินเดือนให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม										●
มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียรวมถึงชุมชน										●

● นิยามหลัก ○ คำนิยามเพิ่มเติม

สรุปผลค่าน้ำหนักในแต่ละประเด็น มีพันธกิจทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม เป็นธุรกิจการค้าที่ก่อให้เกิดรายได้ ขับเคลื่อนด้วยกลไกทางการตลาดด้วยวิธีการทางธุรกิจ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการเงินให้กับองค์กร พันธกิจขององค์กรมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ ใช้กระบวนการสร้างนวัตกรรม สร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในเชิงบวก มีผลกำไรกลับไปลงทุนในพันธกิจเพื่อสังคม มีการจ่ายเงินเดือนให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม มีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียรวมถึงชุมชน เป็นอิสระจากรัฐ รายได้ส่วนใหญ่มาจากการค้า มีความรับผิดชอบต่อสังคมและความโปร่งใส ทำกำไรให้กับองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่ตนจัดตั้งขึ้นมาเพื่อพันธกิจทางสังคม มีการจ่ายเงินเดือนให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม	●●●●●●●●●● ●●●●●●●● ●●●●●●●● ●●●●● ●●●● ●●● ●●● ●●● ●●●●● ● ● ●● ● ● ● ●
---	--

ที่มา: ผู้วิจัย

รูปที่ 3 สรุปผลค่าน้ำหนักในแต่ละประเด็นเรื่องลักษณะของกิจการเพื่อสังคม
(Summarize the weighted value in each issue on the characteristics of social enterprise)

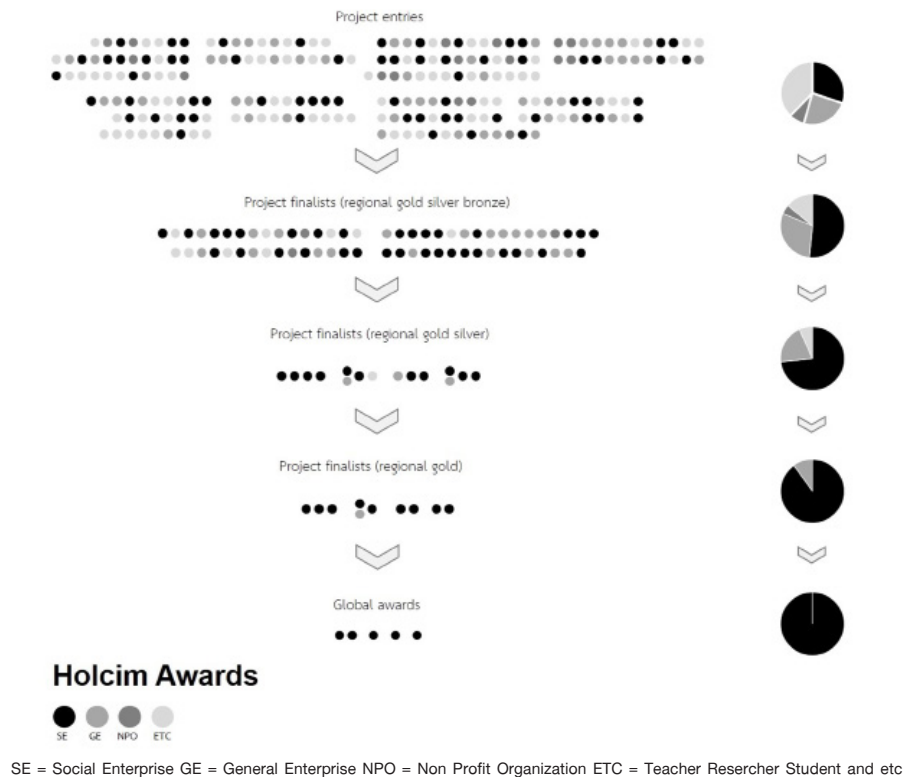
ตารางที่ 5 วิธีการพิจารณาจากเกณฑ์การพิจารณาลักษณะกิจการเพื่อสังคม (Method of consideration from the criteria for considering the characteristics of social enterprise)

นิยามกิจการเพื่อสังคม	วิธีพิจารณา
1) มีพันธกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	- พิจารณาจากข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร วิสัยทัศน์ หรือพันธกิจ - โครงการออกแบบ สร้างผลกระทบเชิงบวกให้สังคมหรือสิ่งแวดล้อม
2) เป็นธุรกิจการค้าที่ก่อให้เกิดรายได้	- โครงการส่วนใหญ่ต้องไม่เป็นโครงการที่ทำเพื่อการกุศล - โครงการส่วนใหญ่ต้องไม่เป็นโครงการที่เกิดจากการระดมทุน
3) ขับเคลื่อนด้วยกลไกทางการตลาดและวิธีการทางธุรกิจ	- มีพนักงานประจำ - มีกลุ่มลูกค้า - มีโครงการต่อเนื่อง

ตารางที่ 6 ตัวอย่างการวิเคราะห์ลักษณะองค์กรที่ได้รับรางวัล (For example, analysis of the enterprise award)

รางวัล ZUMTOBEL GROUP AWARD					
องค์กร	นิยามกิจการเพื่อสังคม			กิจการเพื่อสังคม	รายละเอียด
	ข้อ 1	ข้อ 2	ข้อ 3		
2014 ELEMENTAL	●	●	●	✓	- พื้นที่บรรเทาภัยพิบัติหลังเกิดสึนามิที่ชิลี - รางวัลประเภทการพัฒนาเมือง - ได้รางวัล เคอร์รี่ สโตน ดีไซน์ ไพร์ซ ด้วย
TAM ASSOCIATI	●	●	●	✓	- รางวัลประเภทอาคาร - ได้รางวัล เคอร์รี่ สโตน ดีไซน์ ไพร์ซ ด้วย
2012 MASS DESIGN	●				- ได้รางวัล เคอร์รี่ สโตน ดีไซน์ ไพร์ซ ด้วย

ข้อ 1 = มีพันธกิจทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม ข้อ 2 = เป็นธุรกิจการค้าที่ก่อให้เกิดรายได้ ข้อ 3 = ขับเคลื่อนด้วยกลไกทางการตลาดด้วยวิธีการทางธุรกิจ



ที่มา: ผู้วิจัย

รูปที่ 4 องค์กรที่ได้รับรางวัลโฮลซิม อวอร์ด แยกตามประเภทขององค์กร
(The enterprises that have been awarded Holcim Awards by enterprise type)

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลผู้เข้ารอบ (ยังไม่ตัดสินรางวัล) ทั้งหมดของรางวัลโฮลซิม อวอร์ด (ที่นำรางวัลนี้มาวิเคราะห์เนื่องจากเป็นรางวัลเดียวที่มีข้อมูล) มาวิเคราะห์ดูว่าในการได้รางวัลระดับสูง ได้แก่ รางวัลเหรียญทอง เหรียญเงิน และเหรียญทองแดง ทั้งจากระดับทวีปและระดับโลกนั้น องค์กรลักษณะกิจการเพื่อสังคมนั้นได้รับรางวัลระดับสูงมากน้อยเพียงใด

จากการศึกษาพบว่าผู้ส่งผลงานและเข้ารอบทั้งหมด 215 ผลงานนั้น แบ่งออกเป็น กิจการเพื่อสังคม 65 ผลงาน (ร้อยละ 30.23) ธุรกิจทั่วไป 52 ผลงาน (ร้อยละ 24.19) องค์กรการกุศล 17 ผลงาน (ร้อยละ 7.91) และองค์กรรูปแบบอื่น ๆ 81 ผลงาน (ร้อยละ 37.67) โดยผู้ที่ได้รับรางวัลระดับทวีปทั้งหมด 64 ผลงาน แบ่งออกเป็น กิจการเพื่อสังคม 33 ผลงาน (ร้อยละ 51.56) ธุรกิจทั่วไป 19 ผลงาน (ร้อยละ 29.69) องค์กรการกุศล 3 ผลงาน (ร้อยละ 4.69) และองค์กรรูปแบบอื่น ๆ 9 ผลงาน (ร้อยละ 14.06) สุดท้ายองค์กรที่ได้รับรางวัลเหรียญทองระดับโลกทั้งหมด 4 ครั้ง คือปี 2005-2006 2008-2009 2011-2012 และปี 2014-2015 เป็นกิจการเพื่อสังคมทั้งหมด 5 องค์กร (ปี 2005-2006 มีเหรียญทอง 2 รางวัล) จากข้อมูลทั้งหมดสามารถสรุปเป็นภาพได้ดังรูปที่ 4

7. การอภิปรายผล

กระบวนการวิจัยที่ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกรางวัลทางสถาปัตยกรรมที่ให้ความสำคัญกับผลงานที่มีนวัตกรรมเนื่องจากการพิสูจน์หรือรับรองว่าผลงานทางสถาปัตยกรรมชิ้นใดถือเป็นนวัตกรรมนั้น เป็นเรื่องยากที่จะพิสูจน์หรือรับรอง ดังนั้นการเลือกผลงานที่ได้รับรางวัลทางสถาปัตยกรรมเป็นตัวแทนของงานสถาปัตยกรรมที่มีนวัตกรรม ผ่านกระบวนการคัดเลือกและขั้นตอนการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในระดับนานาชาติ จึงถือว่าเป็นที่ยอมรับได้ว่าผลงานสถาปัตยกรรมที่ได้รับรางวัลนั้นมีคุณภาพและแสดงให้เห็นถึงความเป็นนวัตกรรมทางสถาปัตยกรรม

ส่วนการเลือกและให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ผลงานที่ได้รับรางวัลโฮลซิม อวอร์ด นั้น เนื่องจากเป็นรางวัลที่สามารถเข้าถึงรายละเอียดของข้อมูลได้มากที่สุด และเป็นรางวัลที่มีข้อมูลเก็บรวบรวมผลงานไว้ตั้งแต่ในขั้นผ่านเข้ารอบการประกวด จึงทำให้สามารถนำข้อมูลชุดนี้มาวิเคราะห์ต่อได้ว่า องค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคมนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนกับองค์กรประเภทอื่น มีความสามารถในการเข้าไปสู่อันดับ 1 ของการแข่งขัน จนถึงการแข่งขันรางวัลหรือได้รับการยอมรับว่าเป็นรางวัลที่แสดง

ให้เห็นถึงนวัตกรรมทางด้านสถาปัตยกรรมได้มากนักย
เพียงใด การวิเคราะห์ผลในลักษณะนี้มีประโยชน์ทำให้เรา
สามารถเห็นภาพความสามารถขององค์กรแต่ละประเภท
ได้อย่างชัดเจน

ผลการวิจัยพบว่าองค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคม
นั้นมีความสามารถที่จะนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมได้
มากกว่าองค์กรประเภทธุรกิจทั่วไป และองค์กรการกุศล
โดยเฉพาะข้อพิสูจน์จากรางวัลทางสถาปัตยกรรม โฮลซิม
อวอร์ดแล้ว จะเห็นได้ว่าองค์กรประเภทกิจการเพื่อสังคม
นั้นมีความสามารถผ่านเข้ารอบการคัดเลือกเล็ก ๆ ไปจนถึง
ความสามารถในการเอาชนะรางวัลได้ร้อยละ 100 จากการ
เริ่มต้นมีผลงานทั้งหมดร้อยละ 30.23

ข้อมูลชุดนี้เริ่มแสดงให้เห็นว่ากิจการเพื่อสังคมนั้น
โดยธรรมชาติแล้ววัตถุประสงค์ของการประกอบการ
ต้องการแก้ปัญหาทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก
รวมถึงปัญหาความอยู่รอดขององค์กรด้วย ด้วยลักษณะ
ของการคิดวิธีการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ในรูปแบบ
นี้เองจึงทำให้การประกอบการลักษณะกิจการเพื่อสังคมนั้น
มีความสามารถในการสร้างนวัตกรรมได้สูงกว่าการ
ประกอบการในลักษณะอื่น

8. ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง การ
พัฒนานวัตกรรมของกิจการเพื่อสังคมในการออกแบบ
สถาปัตยกรรมและการก่อสร้าง ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นการวิจัย
ในขั้นต้น ทำให้การวิเคราะห์ผลการวิจัยเป็นเพียงการ
วิเคราะห์เพื่อทราบผลเพียงว่าองค์กรประเภทกิจการเพื่อ
สังคมมีความสามารถในการขับเคลื่อนนวัตกรรมได้สูงจริง
หรือไม่ ดังนั้นในการวิจัยในขั้นต่อไปควรจะศึกษาราย
ละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ทำให้องค์กร
ประเภทกิจการเพื่อสังคมมีความสามารถในการสร้าง
นวัตกรรมได้จนประสบความสำเร็จ

9. กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ในหลักสูตร
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อมสรรค์สร้าง เรื่อง การ
พัฒนานวัตกรรมทางสถาปัตยกรรมของกิจการเพื่อสังคม
ผู้วิจัยขอขอบคุณ ดร.สิทธา สุขกสิ ที่ช่วยแนะนำสิ่งต่าง ๆ
ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย และขอขอบคุณ ผศ.ดร. ศิรเดช
สุริต ที่ช่วยแนะนำวิธีการใช้งานเครื่องมือในการวิเคราะห์
ข้อมูลในงานวิจัย

References

- Achavanuntakul, S. (2010). *What is social enterprise?*. Retrieved January 19, 2017, from <http://www.socialenterprisescotland.org.uk/our-story/what-is-social-enterprise/>
- Barros, I. (2003). *Design Strategy for Innovation and Organizational Effectiveness*. Graduate College of the Illinois Institute of Technology, Doctor of Philosophy in Design. Chicago, Illinois: ProQuest.
- BC Centre for Social Enterprise. (2013). *What is social enterprise?*. Retrieved January 19, 2017, from <http://www.centreforsocialenterprise.com/what-is-social-enterprise/>
- Brennan, B. (2010). *Muhammad Yunus On Microfinance*. Retrieved March 19, 2017, from [www.forbes.com:microfinance/#321d75b0420f](http://www.forbes.com/microfinance/#321d75b0420f)
- Grameen Bank. (n.d.). *Founder: Short Biography*. Retrieved April 20, 2017, from <http://www.grameen.com/founder-2/>
- Kay, A., Roy, M. J., & Donaldson, C. (2016). "Re-imagining social enterprise". *Social Enterprise Journal*, 12(2), 217-234.
- Keeley, L. (2015). *Ten Types of Innovation: The Discipline of Building Breakthroughs* (J. Pusumas & S. Saeung, Trans.). Nonthaburi: IDC.

- Kong, E. (2010). Innovation processes in social enterprises: an IC perspective. *Journal of Intellectual Capital*, 11, 158-178.
- Laratta, R., Nakagawa, S., & Sakurai, M. (2011). Japanese social enterprises: Major contemporary issues and key challenges. *Social Enterprise Journal*, 7(1), 50-68.
- Marketing Oops. (2017). *Social business concept revealed*. Retrieved June 7, 2018, from <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/ptt-social-enterprise/>
- National Statistics Office Thailand. (2014). *Construction industry 2014*. Retrieved March 19, 2017, from <http://service.nso.go.th/nso/web/survey/surbus4-1-6.html>
- Pomerantz, M. (2003). The business of social entrepreneurship in a 'down economy'. *In Business*, 25(2), 8-25.
- Rahdari, A., Sepasi, S., & Moradi, M. (2015). Achieving sustainability through Schumpeterian social entrepreneurship: The role of social enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 137(2), 347-360.
- Social Enterprise Alliance. (2017). *What is social enterprise?*. Retrieved January 19, 2017, from <https://socialenterprise.us/about/social-enterprise/>
- Social Enterprise Scotland. (n.d.). *What is social enterprise?*. Retrieved January 19, 2017, from <http://www.socialenterprisescotland.org.uk/our-story/what-is-social-enterprise/>
- Social Enterprises UK. (2011). *Social enterprise explained*. Retrieved January 19, 2017, from http://www.socialenterprise.org.uk/uploads/editor/files/Publications/Social_Enterprise_Explained.pdf
- Thai Social Enterprise Office. (2012). *Basic concept of social enterprises*. Retrieved January 19, 2017, from http://oranuch.nsdv.go.th/main/attachments/237_2012text1.pdf.pdf
- Trading economics, (2016). *Thailand GDP From Construction*. Retrieved March 19, 2017, from [www.tradingeconomics.com: http://www.tradingeconomics.com/thailand/gdp-from-construction/forecast](http://www.tradingeconomics.com/thailand/gdp-from-construction/forecast)
- Tumwongsa, N. (2016). *Business and industry trends for 2016-2018: Construction business*. Retrieved March 17, 2017, from www.krungsri.com: https://www.krungsri.com/bank/getmedia/274329bf-8ca4-48d9-928a-1b292bef2b69/IO_Construction_Contractor_2016.aspx
- Yamlaor, P. (2016). *Understand the 8 issues of social enterprise*. Retrieved January 19, 2017, from http://www.salforest.com/blog/8-issues-se#_edn1
- Youngsuksathaporn, P. (2009). A Fundamental Theory of Innovation. *Productivity World*, pp. 87-94.
- Yunus, M. (n.d.). What is social business?. Retrieved January 19, 2017, from <http://www.yunusfb.com/about/>