

บทบาทการสื่อสารขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน The Role of Communication of Grassroots Innovation Network Organization

ขวัญชนก มั่นหมาย

พัชนี เชยจรรยา

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทการสื่อสารขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในมิติของการพัฒนาตามทฤษฎี Triple Bottom Line นั่นคือ การพัฒนา ด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ด้วยการประยุกต์ใช้แนวคิดนวัตกรรมสังคม แนวคิดกิจการเพื่อสังคม และแนวคิดเกษตรอินทรีย์นานาชาติ โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมด้วยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณใช้การวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรหลักในการศึกษานี้คือสมาชิกขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน

ผลการศึกษาพบว่า 1) การพัฒนาสังคมด้วยกระบวนการนวัตกรรมสังคมนั้นจะต้องมีคุณค่าต่อสังคม มีความใหม่และมาจากแรงจูงใจเชิงสังคม โดยการสื่อสารมีบทบาทในการสร้าง บุคลากร และขยายผลนวัตกรรมสังคม ส่วนการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานนวัตกรรมสังคมนั้นพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่รับรู้ในระดับปานกลาง 2) การพัฒนาเศรษฐกิจมีการพัฒนาตามลักษณะกิจการเพื่อสังคมของสำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ โดยการสื่อสารมีบทบาท คือ การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ การวางแผนการตลาด ความมั่นคงในการประกอบอาชีพ และการเสริมประสิทธิภาพการผลิต ส่วนการรับรู้ประโยชน์ในกิจการเพื่อสังคมนั้นพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่รับรู้ในระดับปานกลาง 3) การพัฒนาสิ่งแวดล้อมมีการพัฒนาตามข้อกำหนดของสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ โดยมีหลักสำคัญด้านสุขภาพ ด้านนิเวศวิทยา ด้านความเป็นธรรม และด้านการดูแลเอาใจใส่ โดยการสื่อสารมีบทบาท คือ การเสริมศักยภาพและให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม การเสริมสร้างสุขภาวะที่ดีของสิ่งมีชีวิต การส่งเสริมและถ่ายทอดความรู้ในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ

ขวัญชนก มั่นหมาย (นศ.ม. คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2558) และ พัทณี เชยจรรยา ปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “นวัตกรรมการพัฒนาของกิจการเพื่อสังคม องค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน” ของขวัญชนก โดยมี รองศาสตราจารย์ พัทณี เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

ให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม การปลูกฝังแนวคิดการรักและใส่ใจธรรมชาติ ส่วนการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานเกษตรอินทรีย์นั้นพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีการรับรู้ในระดับสูงมาก

คำสำคัญ: บทบาทการสื่อสาร, นวัตกรรมชาวบ้าน, นวัตกรรมสังคม, กิจกรรมเพื่อสังคม, เกษตรอินทรีย์นานาชาติ

Abstract

This research aims to study the role of communication of Grassroots Innovation Network organization, as well as their innovative ways in developing social, economic activity, and environment, based on Triple Bottom Line theory, by using Social Innovation, Social Enterprise, and the Principles of Organic Agriculture. Mixed research method which consists of qualitative and quantitative approaches are being used for this research. Primary methods of qualitative data collection include document analysis, non-participant observation, focus group, and in-depth interview with key members in different parts of the organization. With the quantitative approach, a hundred members of the organization were recruited to participate in this study.

The result has shown that social value, newness, and social motivation are the main factors of social innovation to improve the society. The important roles of communication are to create, integrate, and expand the innovation to the society. However, according to the result, most of the members could only perceive the usefulness of social innovation in a mid-level. The economy has been developed by social enterprise by following the rule of Thai Social Enterprise Office. Communication plays important roles in building a business partner, plan marketing, creating financial stability, and enhancing production efficiency. As the result, most of the members could perceive the usefulness of social enterprise in the mid-level. Environment is developed according to the requirements of The International Federation of Organic Agriculture

Movements (IFOAM) by the principle of health, ecology, fairness, and care. The communication plays an important role in empowering in the education of the environment, enhancing health and wellness, and making members acknowledge of the use of natural resources for maximum benefit and to be aware of the limited natural resources. According to the research, it shows that most members perceived the usefulness of international organic agriculture in very high level.

Keywords: The role of communication, Grassroots Innovation, Social Innovation, Social Enterprise, International Organic Agriculture

บทนำ

พัฒนาการของทฤษฎีการพัฒนา (Development Theory) นั้น ในยุคแรกเป็นการพัฒนาในแนวทางระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมหรือกระบวนการทำสังคมให้ทันสมัย (Modernistic Paradigm) แต่เนื่องจากกระบวนการทันสมัยเป็นตัวอย่างที่ทำให้ประเทศด้อยพัฒนาต้องไปพึ่งพาขึ้นต่อประเทศที่พัฒนาแล้วจึงมีการเสนอกระบวนการทันสมัยที่คัดค้านกระบวนการทันสมัยเดิมคือ ทฤษฎีการพึ่งพา (Dependency Theory) ซึ่งถือเป็นการพัฒนาในยุคที่สอง ต่อมาในยุคที่สาม หลังจากผลลัพธ์ของการพัฒนาที่ผ่านมาในช่วง 3 ทศวรรษ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า สามารถก่อให้เกิดผลดีเพียงเล็กน้อย แต่กลับสร้างผลเสียอย่างไม่คุ้มค่ากัน จึงทำให้เกิดข้อเสนอต่อการพัฒนายุคใหม่หรือยุคทางเลือก (กาญจนา แก้วเทพ, 2548)

การพัฒนาที่ผ่านมาสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ก็ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมตามมา จนกระทั่งในช่วงทศวรรษที่ 70 จึงมีการเริ่มต้นของการทำธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและชุมชน นับจากนั้นเป็นต้นมาแนวคิดในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ (Corporate Social Responsibility: CSR) จึงเกิดขึ้น (มนตรี ช่วยชู, 2539) นับได้ว่าเป็นแนวคิดแรกๆ ของการดำเนินธุรกิจที่มีการผนวกประโยชน์ทางธุรกิจกับสังคมเข้าด้วยกันแต่ถึงกระนั้นการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อ

ต่อสังคมส่วนใหญ่เป็นเพียงส่วนหนึ่งของกิจกรรมการสื่อสาร เพื่อให้เกิดการตระหนักถึงสินค้า การสร้างภาพลักษณ์ และ เพื่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้ามากขึ้นเพียงช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ทำให้เป็นการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืน และไม่สามารถ แก้ไขปัญหาได้ทัน โลกยุคโลกาภิวัตน์

จากปัญหาการพัฒนาโดยใช้แบบแผนเดิมๆ ทำให้ไม่สามารถเกิดการเปลี่ยนสังคมในยุคสมัยนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงมีแนวคิดการพัฒนาที่นักวิชาการหลาย ท่านให้ความเห็นว่าเป็นการพัฒนาต่อยอดจากแนวคิด การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นการนำ ทฤษฎีนวัตกรรมมาใช้ร่วมกับทฤษฎีการบริหารจัดการใน ทศวรรษที่ 70 และในช่วงทศวรรษท้ายสุดนี้จึงมีการกล่าวถึง แนวคิดนวัตกรรมสังคม (Social Innovation) ขึ้น (Osburg, 2013) นวัตกรรมสังคมนี้ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในธุรกิจที่ ไม่แสวงผลกำไร โดยรูปแบบที่กำลังได้รับความสนใจจาก ทุกภาคส่วนอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน คือ การเป็นกิจการ เพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) หรือก็คือ องค์กรที่ ดำเนินงานโดยมีเป้าหมาย 3 อย่างควบคู่กัน หรือที่เรียก ว่า Triple Bottom Line ซึ่งเป็นทฤษฎีของ John Elkington (1994) คือ การสร้างกำไร สร้างสรรค์สังคม และสนับสนุน สิ่งแวดล้อม โดยเน้นบริหารความสมดุลระหว่างผลกำไร (profit) คน (people) และ โลก (planet) ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม ช่วยสร้างงาน สร้าง รายได้ ทำให้คนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ยังส่งผล ให้เศรษฐกิจของประเทศมีการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน

สำหรับกิจการเพื่อสังคมที่ผู้วิจัยเลือกมาศึกษา ก็คือ องค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเป็น องค์กรที่ชาวบ้านร่วมกันบริหารจัดการ เป็นองค์กรชุมชน ที่สามารถพัฒนาชุมชนท้องถิ่นได้ด้วยความเข้มแข็งของ ชุมชนเอง โดยไม่ต้องพึ่งพาทองทุนจากองค์กรภายนอกและเป็น กิจการเพื่อสังคมกิจการเดียวในประเทศไทยที่เป็นกิจการ ในพื้นที่ชนบท และแก้ไขปัญหาสังคมชนบทซึ่งก็คือ การทำเกษตรกรรม โดยมีการบริหารจัดการแบบบูรณาการ ครบวงจร กล่าวคือ มีองค์กรภายในที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

1. เครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน คือ การรวมกลุ่ม

ของชาวบ้านเพื่อร่วมกันแสดงความคิดเห็นต่อปัญหา ด้านการเกษตรของชุมชน รวมทั้งการร่วมกันหาวิธีแก้ไข ปัญหา และร่วมกันประเมินผลการแก้ไขปัญหาที่ได้นั้น เรียกได้ว่า เป็นส่วนงานด้านการวิจัยและประเมินผล

2. วิสาหกิจชุมชนมีกินมีใช้ คือ ธุรกิจของชาวบ้าน จัดตั้งขึ้นโดยคนในชุมชนเอง ซึ่งก็คือ สมาชิกเครือข่าย นวัตกรรมชาวบ้าน เพื่อที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ในราคาย่อมเยาสำหรับคนในชุมชน และยังเป็นการส่งเสริมรายได้และอาชีพให้กับชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย รวมทั้งเป็นส่วนงานที่พัฒนากระบวนการคิดทางการตลาดให้ กับเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน

3. บริษัท นวัตกรรมชาวบ้าน จำกัด คือ บริษัทที่ผลิต ปัจจัยการผลิตต่างๆ เช่น ปุ๋ยอินทรีย์ เมล็ดพันธุ์พืชอินทรีย์ เป็นต้น เพื่อกระจายปัจจัยการผลิตให้กับเกษตรกร และยัง เป็นศูนย์กลางในการรับซื้อผลผลิตของเกษตรกร แล้วจึงนำ สินค้าไปกระจายในช่องทางทางการจำหน่ายต่างๆ อีกทั้ง ยังบริหารจัดการทางพาณิชย์ ดูแลระบบเอกสาร ความน่า เชื่อถือ และภาพลักษณ์ขององค์กร

4. กองทุนนวัตกรรมชาวบ้าน คือ กองทุนที่ให้นักลงทุน รายย่อยได้มาร่วมลงทุนเพื่อเปลี่ยนแปลงเกษตรกรที่ใช้สารเคมีให้หันมาทำเกษตรอินทรีย์ และเพื่อเป็นทุนสำรองใน การดำเนินการต่างๆ ภายในองค์กรให้สามารถขับเคลื่อน ไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน เป็นลักษณะของกิจการเพื่อ สังคมที่จดทะเบียนในปีพ.ศ. 2553 กับสำนักงานส่งเสริม กิจการเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (สกส.) ซึ่งเป็นองค์กรที่ จัดตั้งขึ้นตามระเบียบกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพว่าด้วยการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม แห่งชาติ พ.ศ. 2553 เพื่อเป็นกลไกสนับสนุนการดำเนินงาน ตามแผนแม่บทว่าด้วยการสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ. 2553 -2557 ตามนโยบายของรัฐบาลอย่างถูกต้อง ตามกฎหมาย มีรายได้จากการประกอบธุรกิจด้านการเกษตร ซึ่งเป็นอาชีพหลักของคนในชุมชน โดยการทำ การเกษตรนั้นเป็นเกษตรกรรมที่ใช้นวัตกรรมจากภูมิปัญญา ชาวบ้าน และได้มีการใช้ระบบเกษตรอินทรีย์นานาชาติ ตามข้อกำหนดโดยสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ

(International Federation of Organic Agriculture Movements : IFOAM) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่เป็นที่ยอมรับระดับโลก (Willer & Yussefi, 2005) การประกอบธุรกิจจึงเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการลงทุนและบริหารจัดการ อีกทั้งยังช่วยให้คนในชุมชนได้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมต่อคุณภาพชีวิตอีกด้วย นวัตกรรมขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านจึงมีการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการใช้สื่อสารมีบทบาทในการขับเคลื่อนนวัตกรรมและสร้างการยอมรับให้กับชาวบ้านในชุมชน จึงนับได้ว่าเป็นการสื่อสารแนวคิดใหม่ในชุมชนการเกษตร

แม้ว่าการศึกษาในทฤษฎีบทบาทนิยมได้มีผู้วิจัยศึกษาทางนิเทศศาสตร์มาแล้ว แต่ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยบทบาทขององค์กรประกอบการสื่อสารองค์กรประกอบใดองค์กรประกอบหนึ่งเท่านั้น โดยหัวข้อวิจัยที่ได้รับความนิยมจะเป็นเรื่องบทบาทของสื่อ ตัวอย่างเช่น การศึกษาบทบาทของสื่อบุคคลในงานวิจัยของอมรรัตน์ และอื่นๆ (2547) ซึ่งเป็นการศึกษาบทบาทด้านการสื่อสารของประธานชุมชน การศึกษาบทบาทของเครือข่ายในงานวิจัยเครือข่ายการสื่อสารกับศักยภาพชุมชน บ้านทุ่งขวาง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ของสมสุข หินวิมาน และอื่นๆ (2547) จำรัส เสือดี และอื่นๆ (2547) ศึกษาบทบาทของมูลนิธิร่วมพัฒนาพิจิตรต่อชมรมเกษตรธรรมชาติ เป็นต้น จากการศึกษาที่ผ่านมา ผู้วิจัยเล็งเห็นว่ายังขาดการศึกษารูปแบบของการสื่อสารโดยรวมที่ก่อให้เกิดการบรรลุเป้าหมายในการพัฒนา ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์พัฒนาการ และผู้สนใจต่อการศึกษาการพัฒนาในมิติใหม่ๆ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “นวัตกรรมการพัฒนาขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน” (ขวัญชนก มั่นหมาย, 2558) ซึ่งได้อธิบายการสื่อสารตลอดทั้งกระบวนการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านว่ามีลักษณะบูรณาการแบบสหองค์กร (4 องค์กรย่อย) ทั้งเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างและพัฒนาตัวองค์กรและการสื่อสารนวัตกรรมขององค์กรสู่กลุ่มเป้าหมายอีกด้วย การนำเสนอ

บทบาทการสื่อสารในการพัฒนามิตินด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม จึงเป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบการพัฒนาเพื่อให้เห็นเสาหลักของการพัฒนาที่เกื้อกูลหรือบูรณาการกันเพื่อความเหมาะสมต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความผันแปรอย่างรวดเร็วและต้องการนวัตกรรมใหม่ๆ มาปรับใช้ให้เท่าทันต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่หลากหลายอยู่เสมอ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาบทบาทการสื่อสารขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในการพัฒนาด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเฉพาะเนื้อหาการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านที่ประกอบไปด้วยองค์กรย่อย ได้แก่ เครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน บริษัทนวัตกรรมชาวบ้าน วิสาหกิจชุมชน และกองทุนนวัตกรรมชาวบ้าน

ขอบเขตด้านพื้นที่ งานวิจัยเชิงคุณภาพจะศึกษาในข้อมูลจากพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านทั้งหมด โดยในส่วนบริบทการสื่อสารจะเน้นพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์เป็นหลัก ในพื้นที่อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารของกลุ่มเป้าหมายภายนอกจะเป็นข้อมูลในรายละเอียดเพิ่มเติมเท่านั้น ส่วนงานวิจัยเชิงปริมาณจะศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเขตอำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์เท่านั้น เนื่องจากสมาชิกของเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้านเกือบทั้งหมดอยู่ในพื้นที่ดังกล่าว

ขอบเขตด้านเวลา การศึกษานี้ศึกษาตามพัฒนาการขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านตั้งแต่อดีตจนถึงแนวโน้มในอนาคต ระยะเวลาการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2557- เดือนกุมภาพันธ์ 2558

นิยามศัพท์

บทบาทการสื่อสาร คือ บทบาทการสื่อสารขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน ในที่นี้ การสื่อสารหมายถึงกระบวนการ รูปแบบ และกลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนา 3 มิติ ได้แก่ บทบาทการสื่อสารในการพัฒนามิติ

ด้านสังคม บทบาทการสื่อสารในการพัฒนามิติด้านเศรษฐกิจ และบทบาทการสื่อสารในการพัฒนามิติด้านสิ่งแวดล้อม ในบริบทชุมชนของพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ซึ่งเป็นพื้นที่ในการประกอบอาชีพของสมาชิกเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้านเกือบทั้งหมด

องค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน คือ องค์กรพัฒนาชุมชนที่มีการพัฒนาองค์กรให้มียุทธศาสตร์ย่อยที่หลากหลายเพื่อสนับสนุนเป้าหมายขององค์กร องค์กรย่อยประกอบด้วย 4 องค์กร ได้แก่ เครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน บริษัทนวัตกรรมชาวบ้าน วิสาหกิจชุมชน และกองทุนนวัตกรรมชาวบ้าน ทั้งนี้สมาชิกขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านซึ่งเป็นชาวบ้านถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักขององค์กร

งานนวัตกรรมพัฒนาขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน ประกอบด้วย

1) ด้านสังคม ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรภาคอีสานที่มีความยากจนให้สามารถสร้างรายได้ภายในชุมชน ทำให้ลดการอพยพย้ายถิ่นฐาน ลดปัญหาชุมชนแออัด คนในชุมชนได้ทำมาหากินในพื้นที่ของตนเอง ด้วยการร่วมกันประกอบอาชีพเกษตรกรรมผ่านการระดมความคิดและทดลองใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

2) ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การจดทะเบียนจัดตั้งกิจการเพื่อสังคม เพื่อกำกับกิจการให้มีเป้าหมายเพื่อแก้ไขสังคม โดยใช้วิธีการทางเศรษฐกิจ ผ่านการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร และนำเงินมาเป็นทุนในการให้สินเชื่อปัจจัยการผลิตแก่สมาชิก เพื่อให้มีรายได้หมุนเวียนต่อไป

3) ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การทำเกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์นานาชาติ (IFOAM) ซึ่งนับเป็นรูปแบบใหม่ของการทำเกษตรในพื้นที่ของสมาชิก รวมถึงการทำเกษตรร่วมกันทั้งในรูปแบบเครือข่าย กิจการ และวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีใช้การทำเกษตรเชิงเดี่ยวรายบุคคลอย่างในอดีต

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในบทความนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดสำคัญมาใช้ 3 แนวคิดดังนี้

1. แนวคิดนวัตกรรมสังคม

เนื่องจากนวัตกรรมสังคมเป็นแนวคิดค่อนข้างใหม่

จึงมีการให้คำนิยามจากนักวิชาการที่หลากหลายมาก ผู้วิจัยจึงได้นำมาแยกองค์ประกอบและจัดหมวดหมู่จากคำนิยาม ทำให้ได้ข้อสรุปว่า นวัตกรรมทางสังคมครอบคลุมความหมายทั้ง 5 มิติ ได้แก่ เป็นแนวคิดที่ใหม่ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาต่อส่วนรวม โดยความร่วมมือของคนในสังคม และมีความหลากหลายทั้งกระบวนการและมิติในการพัฒนาเพื่อให้เกิดความยั่งยืน หรืออาจกล่าวได้ว่า นวัตกรรมทางสังคมนั้นคือ “แนวคิดใหม่ วิธีการใหม่ในการพัฒนาสังคมโดยรวมให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน” สำหรับงานวิจัยนี้ ความเป็นนวัตกรรมสังคมนั้นจะต้องมีองค์ประกอบนวัตกรรม ได้แก่ มีคุณค่าต่อสังคม มีความใหม่ และมาจากแรงจูงใจเชิงสังคม (อลงกรณ์ คูตระกูล, 2553)

2. แนวคิดกิจการเพื่อสังคม

งานวิจัยนี้ใช้แนวคิดกิจการเพื่อสังคมหลักจากสำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย (สกส.) เนื่องจากองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านได้มีการนำแนวคิดของสกส. มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรซึ่งสกส. ได้อธิบายความเป็นกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) (2553) ไว้ว่า กิจการที่มีรายได้จากการขายการผลิตสินค้า และ/หรือการให้บริการ ที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อเป้าหมายอย่างชัดเจน ตั้งแต่แรกหรือมีการกำหนดเพิ่มเติม หรือปรับเปลี่ยนเป้าหมาย ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม และ/หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก โดยไม่ได้มีเป้าหมายในการสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและเจ้าของเท่านั้น และมีลักษณะพิเศษ ได้แก่ กระบวนการผลิต การดำเนินกิจการ รวมถึงผลิตภัณฑ์ หรือ ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อเนื่องในระยะยาวต่อสังคม สุขภาวะ และสิ่งแวดล้อม มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีศักยภาพที่จะมีความยั่งยืนทางการเงินได้ด้วยตนเอง ผลกำไรส่วนใหญ่ถูกนำไปเพื่อการลงทุนกลับไปใช้ในการขยายผลเพื่อการบรรลุเป้าหมายดังกล่าว หรือคืนผลประโยชน์ให้แก่สังคม หรือผู้ให้บริการ สามารถมีรูปแบบองค์กรที่หลากหลาย และมีการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้

3. แนวคิดการเกษตรอินทรีย์นานาชาติ

มาตรฐานเกษตรอินทรีย์กำหนดขึ้นโดยองค์กรภาคเอกชนที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกในการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์คือ สหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movement-IFOAM) โดยมีการให้ความหมายของเกษตรอินทรีย์ไว้ว่าเกษตรอินทรีย์เป็นระบบการผลิตที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของสุขภาพดิน ระบบนิเวศ และผู้คน มีการพึ่งพาอาศัยกระบวนการทางนิเวศวิทยา ความหลากหลายทางชีวภาพ และวงจรธรรมชาติ ที่มีลักษณะเฉพาะแต่ละพื้นที่ แทนที่จะใช้ปัจจัยการผลิตที่มีผลกระทบทางลบ เกษตรอินทรีย์ผสมผสานองค์ความรู้พื้นบ้าน และความรู้ทางวิทยาศาสตร์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และส่งเสริมความสัมพันธ์ที่เป็นธรรม และคุณภาพชีวิตที่ดีของทุกคนรวมถึงสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นจะเห็นว่า องค์ประกอบสำคัญของเกษตรอินทรีย์ตามความหมายของ IFOAM จะประกอบด้วย 4 มิติ คือ สุขภาพ นิเวศวิทยา ความเป็นธรรม และการดูแลเอาใจใส่

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้แบ่งรูปแบบการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับสมาชิกขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านที่เป็นแกนนำหรือมีบทบาทสำคัญในแต่ละองค์กรย่อย ได้แก่ เครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน บริษัทนวัตกรรมชาวบ้าน วิสาหกิจชุมชนมีกินมีใช้ และกองทุนนวัตกรรมชาวบ้าน ส่วนที่สองเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ

ผลการวิจัย

การสื่อสารขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านใช้นวัตกรรมนำการพัฒนาโดยบทบาทการสื่อสารขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านมีบทบาทในการพัฒนาแบ่งออกเป็น 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านสังคม มิติด้านเศรษฐกิจ และมิติด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งแม้ผู้วิจัยจะนำเสนอบทบาทการสื่อสารขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านออกเป็นแต่ละมิติอันที่จริงการพัฒนา

ขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านมีลักษณะบูรณาการทั้ง 3 มิติ ผู้วิจัยเพียงแต่แยกผลการวิจัยให้เห็นความชัดเจนในแต่ละมิติเท่านั้น มิได้หมายถึงการพัฒนาในแต่ละมิติเป็นอิสระต่อกัน ผลการวิจัยมีรายละเอียด ดังนี้

มิติที่ 1 นวัตกรรมการพัฒนาในมิติด้านสังคม “นวัตกรรมสังคม”

นวัตกรรมการพัฒนาขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในมิติด้านสังคมนั้น ผู้วิจัยพบว่า การพัฒนาด้านนี้ใช้กระบวนการนวัตกรรมสังคมในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาเชิงสังคม

1. ความเป็นนวัตกรรมสังคมขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน

ความเป็นนวัตกรรมสังคมสามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบของนวัตกรรมสังคม ซึ่งมีทั้งหมด 3 องค์ประกอบ (อลงกรณ์ ภูตระกูล, 2553) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 คุณค่าต่อสังคม

องค์กรนวัตกรรมชาวบ้านสร้างคุณค่าของนวัตกรรมท้องถิ่นที่มีต่อสังคมส่วนรวมไม่ว่าจะเป็นในเชิงแก้ปัญหาหรือในเชิงพัฒนา ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตที่คนในชุมชนทำอยู่เป็นประจำให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น พัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรภาคอีสานที่มีความยากจน สร้างรายได้ภายในชุมชน ทำให้ลดการอพยพย้ายถิ่นฐาน ลดปัญหาชุมชนแออัด คนในชุมชนได้ทำมาหากินในพื้นที่ของตนเอง สฤณี อาชวานันทกุล และภัทราพร แยมละออ (2554) กล่าวในแผนที่ผลลัพธ์ (impact value chain) ขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านว่า ผลกระทบทางสังคมหรือความเปลี่ยนแปลงที่เป็นภาพใหญ่สำหรับกลุ่มคนในวงกว้างขององค์กรนี้

- 1) เศรษฐกิจของชุมชนดีขึ้น
- 2) สุขภาพของคนในชุมชนดีขึ้น
- 3) คุณภาพสิ่งแวดล้อมดีขึ้น
- 4) เกิดความสามัคคีในชุมชน
- 5) ชาวบ้านมีความมั่นใจในตัวเอง
- 6) ดำรงรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 7) ลดภาระของภาครัฐในการช่วยเหลือ

1.2 ความใหม่

เครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน บริษัทนวัตกรรมชาวบ้าน วิสาหกิจชุมชน และกองทุนนวัตกรรมชาวบ้าน เป็นรูปแบบองค์กรพัฒนาสังคมแบบครบวงจร ทั้งการผลิต การกระจายสินค้า และการบริโภค องค์กรชุมชนลักษณะนี้ถือได้ว่าเป็นองค์กรแรกในประเทศไทยที่ดำเนินการโดยชาวบ้านเอง ทำให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน โดยเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมทางการสื่อสารให้ชาวบ้านกล้าแสดงความคิดเห็น การพัฒนาสังคมดังกล่าวจะทำให้เกิดการพัฒนาสังคมด้วยวิธีใหม่ๆ ได้ตลอดเวลา โดยประเด็นต่างๆ มีความยืดหยุ่น ต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

มิติด้านความใหม่นั้น อาจไม่ใช่แนวคิดใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้น แต่ยังรวมถึงแนวคิดเก่าที่นำมาพัฒนาใหม่ได้อีกด้วย หรือแม้แต่แนวคิดบางแนวคิดอาจจะเก่าสำหรับสังคมหนึ่งแต่ใหม่สำหรับอีกสังคมหนึ่ง มิติความใหม่จึงครอบคลุมนัยยะในวงกว้าง สำหรับองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านมีทัศนะด้านความใหม่ว่า “ความรู้ใหม่ๆ ที่เราใช้มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านเอง เราเอามาพัฒนาให้เป็นปัจจุบันมากขึ้น” (นาวิ นาควัชร, สัมภาษณ์)

ความใหม่นี้ไม่จำเป็นต้องเป็นความใหม่สำหรับทุกคนเป็นการทั่วไปแต่ต้องเป็นความใหม่สำหรับบริบทนั้นๆ

นั่นคือ คนในบริบทต้องรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ (Rogers, 2003, p.12) ดังนั้น กิจกรรมขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านที่เข้าข่ายค่ากล่าวข้างต้นคือ การนำสมาชิกเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้านไปศึกษาดูงาน โครงการพัฒนาที่ประสบความสำเร็จจากชุมชนอื่นมาปรับใช้กับชุมชนของตัวเอง การทำอินทรีย ก็เป็นอีกหนึ่งโครงการที่มีการอบรม ศึกษาดูงานจากพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จมาก่อน

1.3 แรงจูงใจเชิงสังคม

แรงจูงใจเชิงสังคมคือการมุ่งผลประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว หรือการมีความต้องการทำให้สังคมดีขึ้นมากกว่าความต้องการที่จะได้รับประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ องค์กรนวัตกรรมชาวบ้านตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของเกษตรกรภาคอีสาน แรงจูงใจขององค์กรมาจากกลุ่มเกษตรกรในชุมชนท้องถิ่นเองที่ต้องการการประกอบอาชีพที่มีความมั่นคงจึงร่วมกันสร้างเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้านขึ้นมา ต่อมาจึงพัฒนาให้มีกิจการเพื่อสังคมขึ้น ซึ่งยังคงเป็นกิจการที่มีแรงจูงใจในการแก้ปัญหาของสังคมเช่นเดิมแต่ใช้วิธีการธุรกิจในการแก้ปัญหา รวมถึงวิสาหกิจชุมชนและกองทุนนวัตกรรมชาวบ้าน ต่างจัดตั้งขึ้นมาจากแรงจูงใจของคนส่วนรวมในการอุดหนุนโหว่ของการพัฒนานั้นเอง

2. บทบาทการสื่อสารในกระบวนการนวัตกรรมสังคม

2.1 ตัวแสดงสำคัญในกระบวนการนวัตกรรมสังคม

จากแผนภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงตัวแสดงสำคัญที่มีบทบาทในการสร้างกระบวนการนวัตกรรมสังคมขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน โดยองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านมีลักษณะสหองค์กร นั่นคือ การประกอบด้วยองค์กรย่อย 4 องค์กร ได้แก่ เครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน บริษัทนวัตกรรมชาวบ้าน วิสาหกิจชุมชนมีกินมีใช้ และกองทุนนวัตกรรมชาวบ้าน จึงมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องมากมาย ผู้วิจัยเลือกเฉพาะกลุ่มที่เป็นตัวแสดงสำคัญในการสร้างนวัตกรรมสังคม โดยเส้นเชื่อมระหว่างตัวแสดงหมายถึงตัวแสดงมีความสัมพันธ์กัน ตามทิศทางของหัวลูกศร และมีความสัมพันธ์กับไบบนเส้นทางความสัมพันธ์นั้น ใ้รวมทั้งการแสดงระดับความความกระตือรือร้นของตัวแสดง ในที่นี้มี 2 ระดับ ได้แก่ “กระตือรือร้น” (Active) หมายถึง ตัวแสดงที่มีการติดต่อสื่อสารกับองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านก่อนหรือมีความเป็นผู้ส่งสาร หรือ “ไม่กระตือรือร้น” (Passive) หมายถึง ตัวแสดงที่องค์กรนวัตกรรมชาวบ้านเป็นฝ่ายติดต่อสื่อสารไปก่อนหรือเป็นตัวแสดงที่ต้องรอการปฏิสัมพันธ์จากองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านก่อนจึงจะมีการตอบรับ กล่าวคือ มีลักษณะเป็นผู้รับสาร ได้แก่ นักลงทุนรายย่อยและแหล่งทุน ซึ่งเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับเงิน จะต้องใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจหรือสร้างความน่าเชื่อถือเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม เนื่องจากปัจจัยด้านการลงทุนเป็นปัจจัยที่อ่อนไหวและต้องมีความเชื่อมั่นสูงในการตอบรับ นอกจากนี้ชุมชนในพื้นที่ขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านยังไม่ค่อยมีบทบาทในการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมสังคมนัก ส่วนใหญ่ชุมชนจะอยู่ในขั้นรับรู้ว่ามีองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านอยู่ในนาม “เกษตรเขียว” หรือ “ศูนย์เกษตร” แต่ไม่มีส่วนร่วมใดๆ องค์กรนวัตกรรมชาวบ้านจึงต้องมีการสื่อสารผ่านสื่อกิจกรรมหรือวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น การเข้าร่วมเป็นเจ้าภาพงานบุญประเพณีต่างๆ เป็นต้น

สำหรับงานวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดกระบวนการนวัตกรรมสังคม (อลงกรณ์ คุตระกุล, 2553) ซึ่งหมายถึงรูปแบบของขั้นตอนและกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ

การสร้าง การบูรณาการ และการขยายผลนวัตกรรมสังคม การศึกษาบทบาทการสื่อสารขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านจึงมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.2 บทบาทการสื่อสารต่อการสร้างนวัตกรรมสังคม (Creation of Social Innovation)

2.2.1 บทบาทในการสร้างรักษาความสัมพันธ์ของชุมชน: การนำกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมมาใช้ให้เกิดประโยชน์โดยการเพิ่มเนื้อหาหรือหัวข้อการสนทนาที่เป็นประโยชน์ให้กับชาวบ้านได้แลกเปลี่ยนกัน มิใช่เพียงการเขียนเขียนกันโดยไม่มีการ

2.2.2 บทบาทในการสืบทอด/รื้อฟื้นภูมิปัญญาท้องถิ่น: การรวบรวมสารที่เป็นมุขปาฐะจากชาวบ้านหลายคนทำให้ภูมิปัญญาต่างๆ ได้รับการประมวลขึ้น

2.2.3 บทบาทในการช่วยตัดสินใจและเลือกสรรภูมิปัญญา: กลุ่มเกษตรกรจะร่วมกันแสดงความคิดเห็นและคัดเลือกภูมิปัญญาที่สามารถนำมาทดลองใช้ได้จริงอย่างไม่ยุ่งยากมาทำการศึกษาทดลองในแปลงเกษตรของตนเองร่วมกัน

2.2.4 บทบาทในการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นนวัตกรรมชาวบ้าน: การรวมตัวกันเพื่อร่วมกันทำการเกษตร และยังมีการใช้พื้นที่สาธารณะเป็นประจำจึงเป็นปัจจัยเอื้อในการร่วมกันพัฒนาแนวคิดทางการเกษตร

2.2.5 บทบาทในการสร้างการยอมรับร่วมของเจ้าของนวัตกรรม: การถ่ายทอดความรู้หรือแนวคิดของแต่ละคน ทำให้เกิดความรู้สึกร่วมกันมีส่วนร่วมในนวัตกรรมสุทธิที่ผลิตขึ้นมาเป็นการสร้างสิทธิในการส่งข่าวสาร (right to inform) ให้กับคนในชุมชนได้มีโอกาสสอบถามปัญหา ปัญหาต่างๆ ก็จะกลายเป็นปัญหาที่ทุกคนต้องการแก้ไข

2.2.6 บทบาทในการสร้างอัตลักษณ์และการสำนึกท้องถิ่น: การทำงานในนามกลุ่มหรือเครือข่ายจึงเป็นที่สังเกตได้ชัดเจนว่ามีใครบ้างที่มักมานั่งคุยจับกลุ่มกัน รวมถึงการทำนาข้าวกล้องสีดำที่โดดเด่นในทุกนา

2.3 บทบาทการสื่อสารต่อการบูรณาการนวัตกรรมสังคม (Integration of Social Innovation)

2.3.1 บทบาทในการปรับปรุงวิถีชีวิตให้ก้าวหน้าโลกาภิวัตน์: เกษตรกรได้รับความเป็นธรรมในการต่อรอง

ราคาสินค้าทำให้เกษตรกรสามารถอยู่รอดได้ในสังคมทุนนิยม

2.3.2 บทบาทในการสร้างสภาพแวดล้อมแห่งการพัฒนาต่อเนื่อง: การสื่อสารรูปแบบเดิม เช่น การจัดอบรม ประชุมสัมมนา การศึกษาดูงานจากเกษตรกรต้นแบบ เป็นต้น ทำให้เกษตรกรเปลี่ยนแปลงได้ แต่เปลี่ยนแปลงได้เพียงระยะเริ่มต้นเท่านั้น องค์กรณ์นวัตกรรมชาวบ้านจึงปรับปรุงการสื่อสาร โดยเน้นเรื่องการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (Learning by doing) และทำร่วมกันเป็นเครือข่ายเพื่อส่งเสริมกัน

2.3.3 บทบาทในการผสมผสานนวัตกรรมกับวิถีสังคม: นวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านเป็นนวัตกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงไม่ยากที่จะเชื่อมโยงวิถีชีวิตเดิมให้เข้ากับภูมิปัญญาที่ผ่านการปรับปรุง

2.4 บทบาทการสื่อสารต่อการขยายผลนวัตกรรมสังคม (Expansion of Social Innovation)

2.4.1 บทบาทในการสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืน: หากยังมีการแลกเปลี่ยน พูดคุย หรือมีการใช้พื้นที่สาธารณะอยู่ การพัฒนาจะไม่หยุดนิ่ง เพราะเกษตรกรจะพบกับปัญหาหรือมีแนวคิดใหม่ๆ อยู่เสมอ

2.4.2 บทบาทในการสร้างผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง: การขยายจำนวนสมาชิกเรื่อยๆ พร้อมกับการสร้างกิจการเพื่อสังคมเพื่อขยายวิสัยทัศน์ขององค์กรให้กว้างขึ้นและกระจายนวัตกรรมผ่านสินค้าทั่วประเทศไทย

นอกจากนี้ยังมีการขยายพื้นที่การพัฒนาไปสู่จังหวัดอื่นๆ ได้แก่ สุรินทร์ ร้อยเอ็ด ลพบุรี และตาก

2.4.3 บทบาทในการเชื่อมประสานชุมชน: สมาชิกเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้านเป็นเครือข่ายที่มีโครงสร้างมาจากกลุ่มย่อยของสมาชิกในหมู่บ้านที่แตกต่างกัน

2.4.4 บทบาทในการสร้างความร่วมมือภายในและภายนอก: การสร้างเครือข่ายกิจการเพื่อสังคม วิสาหกิจชุมชน และกองทุน เป็นการขยายความร่วมมือเพื่อเป็นการเปิดรับแนวคิดและวิธีแก้ปัญหาใหม่ๆ

3. การยอมรับนวัตกรรมการพัฒนาของสมาชิกองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในมิติด้านสังคม

สมาชิกเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้านซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักพบ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานนวัตกรรมขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในด้านสังคมว่า

- เกษตรกรเห็นด้วยอย่างมากกับประโยชน์ในการใช้งานเกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.59

- เกษตรกรเห็นด้วยปานกลางกับการมีเพื่อนร่วมกันคิดร่วมกันทำการเกษตร เมื่อทำเกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.19

- เกษตรกรเห็นด้วยปานกลางกับการสร้างความมั่นคงให้กับชีวิตของตนเอง เมื่อทำเกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.26

ตารางที่ 1 แสดงการยอมรับนวัตกรรมขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในมิติด้านสังคม

การยอมรับนวัตกรรมขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน: การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	ค่าเฉลี่ย	ผล
3.1. เกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน เป็นประโยชน์ต่อวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกัน	3.59	เห็นด้วยอย่างมาก
3.2. เกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านทำให้ฉันเพื่อนร่วมกันคิด ร่วมกันทำการเกษตร	3.19	เห็นด้วยปานกลาง
3.3. เกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านทำให้สร้างความมั่นคงให้กับชีวิตของฉันในระยะยาว	3.26	เห็นด้วยปานกลาง

มิติที่ 2 นวัตกรรมพัฒนาในมิติด้านเศรษฐกิจ “กิจการเพื่อสังคม”

นวัตกรรมพัฒนาขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในมิติด้านเศรษฐกิจนั้น ผู้วิจัยพบว่า การพัฒนาด้านนี้ใช้รูปแบบธุรกิจของกิจการเพื่อสังคมในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจ ดังนี้

1. ความเป็นกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

องค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในส่วนที่เป็นกิจการคือ บริษัท นวัตกรรมชาวบ้าน จำกัด ซึ่งได้จดทะเบียนเป็นกิจการเพื่อสังคมหรือเรียกสั้นๆ ว่า SE ในปี 2553 โดยสำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) ภายใต้กฎหมายและระบบทะเบียนสำนักงานรัฐมนตรีว่าด้วยการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ. 2554 และได้เป็นกิจการเพื่อสังคมตัวอย่างสำคัญในประเทศไทย ดังนั้น ความเป็นกิจการเพื่อสังคมของบริษัท นวัตกรรมชาวบ้าน จำกัด จะพิจารณาเปรียบเทียบกับข้อกำหนดในการจดทะเบียนเป็นเครือข่ายกิจการเพื่อสังคมของสำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ ดังนี้

1.1 ลักษณะของ“กิจการเพื่อสังคม”

1.1.1 ลักษณะทั่วไป

บริษัท นวัตกรรมชาวบ้านเป็นภาคเอกชน ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลในชุมชนร่วมกันประกอบกิจการหรือดำเนินการ นั่นก็คือ เครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน โดยมีกรรมการผู้จัดการบริษัทคือ นาวิ นาควัชรระ รวมทั้งเป็นผู้ประสานงานเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้านร่วมด้วย ส่วนเป้าหมายของบริษัทมุ่งแก้ไขปัญหาการเกษตรในสังคมอีสานด้วยการผลิตและจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์

1.1.2 ลักษณะพิเศษ

1.1.2.1 มีกระบวนการผลิต การดำเนินการกิจการหรือการดำเนินการในส่วนของการผลิตภัณฑหรือบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ยังมีการสนับสนุนการทำงานของเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้านเพื่อการส่งเสริมการประกอบอาชีพเกษตรกรให้มีคามยั่งยืนและอยู่รอดในสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป “โดยมีการวัดและประเมินผลด้วย

ตัวชี้วัด ได้แก่ รายได้ สุขภาพ สภาพแวดล้อม ความสุขของเกษตรกร” (นาวิ นาควัชรระ, สัมภาษณ์)

1.1.2.2 มีการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ร่วมกับระบบทุนนิยมให้มีความสมดุลกัน หรือกล่าวได้ว่ามีความพอเพียงในระดับที่อยู่รอดและเป็นไป เกษตรกรสามารถรับปัจจัยการผลิตไปผลิตและนำผลผลิตกลับมาคืน

1.1.2.3 มีศักยภาพที่จะมีความยั่งยืนทางการเงินได้ด้วยตนเอง โดยมีการจัดตั้งกองทุนนวัตกรรมชาวบ้านขึ้นเพื่อการวางแผนการเงินโดยเฉพาะ เพื่อให้ นักลงทุนรายย่อยได้ร่วมสนับสนุนการทำงานขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน

1.1.2.4 ผลกำไรนำไปใช้ในการพัฒนาชุมชน โดยยึดหลักการแก้ปัญหาสังคมเป็นหลัก

1.1.2.5 สามารถมีรูปแบบองค์กรที่หลากหลาย ประกอบด้วย บริษัท นวัตกรรมชาวบ้าน เครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน วิทยาลัยชุมชนมีถิ่นมีใช้และกองทุนนวัตกรรมชาวบ้าน

1.1.2.6 มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยการใช้รูปแบบธุรกิจ Social Contract Farming และการผลิตสินค้าและบริการตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา รวมถึงการนำข้อปฏิบัติของกิจการเพื่อสังคมมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กรอีกด้วย

1.2 ประเภทและรูปแบบของกิจการเพื่อสังคม

บริษัท นวัตกรรมชาวบ้านจึงเป็นรูปแบบของธุรกิจประเภทกิจการเพื่อสังคมที่สร้างขึ้นโดยเครือข่ายและองค์กรชุมชน (Community-Based Social Enterprise)

1.3 การแบ่งกลุ่มกิจการเพื่อสังคมตามประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต (Thematic Segmentation)

บริษัท นวัตกรรมชาวบ้านจัดเป็นตัวอย่างสำคัญของประเด็นเกษตรปลอดภัยและยั่งยืน

2. บทบาทการสื่อสารต่อการขับเคลื่อนกิจการเพื่อสังคม

การขับเคลื่อนองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในส่วนของบริษัท นวัตกรรมชาวบ้าน จำกัด ให้เป็นกิจการเพื่อสังคมตามลักษณะกิจการเพื่อสังคมในแผนแม่บทของสำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ. 2553-2557 การสื่อสารขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านมีบทบาทที่สำคัญหลักๆ ดังนี้

2.1 บทบาทในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ: การขยายเครือข่ายชุมชนทำให้เกิดการสนับสนุนจากองค์กรท้องถิ่น ส่วนการขยายเครือข่ายภายนอกนั้นจะมีส่วนช่วยในการดำเนินกิจการของบริษัทที่ต้องอาศัยบุคคลภายนอกในการทำงาน ให้คำปรึกษา เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าและเป็นต้นแบบในเชิงแนวคิด

2.2 บทบาทในการวางแผนการตลาด: องค์กรไม่ความถนัดด้านการตลาด จึงต้องอาศัยพันธมิตรทางธุรกิจในการร่วมวางแผนหรือรับหน้าที่ในการทำการตลาดให้กับบริษัทนวัตกรรมชาวบ้าน

2.3 บทบาทในการสร้างความมั่นคงในการประกอบอาชีพ: อาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพที่ยากจนที่สุด องค์กรนวัตกรรมชาวบ้านได้เล็งเห็นปัญหานี้จึงได้มีการใช้การสื่อสารเป็นปัจจัยหลักในการเชื่อมโยงเกษตรกรให้เป็นเครือข่ายรวมตัวกันให้เกิดเป็นองค์กรที่ใหญ่ขึ้นจึงมีอำนาจต่อรองกับปัจจัยภายนอก

2.4 บทบาทในการเสริมประสิทธิภาพการผลิต: การทำงานผ่านการสื่อสารของเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน

ซึ่งเปรียบเป็นฝ่ายผลิตและฝ่ายวิจัยประเมินผลของบริษัท ในการที่จะชี้แจงหรือร่วมแสดงความคิดเห็นปรับปรุงคุณภาพให้สินค้าอยู่เสมอ

3. การยอมรับนวัตกรรมการพัฒนาของสมาชิกองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในมิติด้านเศรษฐกิจ

สมาชิกเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้านซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักพบ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานนวัตกรรมขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในด้านเศรษฐกิจว่า

- เกษตรกรเห็นด้วยปานกลางกับประโยชน์ในการใช้งานเกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในการสร้างผลผลิตทางการเกษตรของตนเอง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.28

- เกษตรกรเห็นด้วยปานกลางกับประโยชน์ในการใช้งานเกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในการประกอบอาชีพ ทำให้รายได้ของตนเองดีขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ย 3.01

- เกษตรกรเห็นด้วยปานกลางกับประโยชน์ในการใช้งานเกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในการบริหารจัดการทรัพยากรที่ดินตนเองมี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.2

ตารางที่ 2 แสดงการยอมรับนวัตกรรมขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในมิติด้านเศรษฐกิจ

การยอมรับนวัตกรรมขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน: การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	ค่าเฉลี่ย	ผล
3.1. เกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน เป็นประโยชน์ในการสร้างผลผลิตทางการเกษตรของตน	3.28	เห็นด้วยปานกลาง
3.2. เกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านเป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ ทำให้รายได้ของตนเองดีขึ้น	3.01	เห็นด้วยปานกลาง
3.3. เกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านเป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการทรัพยากรที่ดินมี	3.2	เห็นด้วยปานกลาง

มิติที่ 3 นวัตกรรมพัฒนาในมิติด้านสิ่งแวดล้อม “เกษตรอินทรีย์นานาชาติ”

นวัตกรรมพัฒนาขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในมิติด้านสิ่งแวดล้อมนั้น ผู้วิจัยพบว่า การพัฒนาด้านนี้ใช้การส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาในมิติด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน

เกษตรอินทรีย์ขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านเป็นเกษตรอินทรีย์ที่ผ่านข้อกำหนดโดยสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements: IFOAM) ประกอบด้วยหลักการทำเกษตรอินทรีย์ (Principles of Organic Agriculture) 4 ข้อสำคัญ ได้แก่ ด้านสุขภาพ ด้านความนิเทศวิทยา ด้านความเป็นธรรม และด้านการดูแลเอาใจใส่ (International Federation of Organic Agriculture Movement, n.d.) โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

1.1 ด้านสุขภาพ (health)

การปรับเปลี่ยนมาทำเกษตรอินทรีย์โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นเป็นการส่งเสริมสุขภาพอย่างเป็นองค์รวมให้กับดิน พืช สัตว์ มนุษย์ และขยายผลได้ในระดับโลก องค์กรนวัตกรรมชาวบ้านมีการวัดดัชนีความสุขภาพของผู้ใช้นวัตกรรมและการวัดปริมาณสารพิษตกค้างในกระแสดเลือด ตลอดจนพื้นที่บริเวณแปลงเกษตรต่างมีสีเขียว และมีสัตว์นานาชนิดมาอยู่อาศัย

1.2 ด้านนิเวศวิทยา (ecology)

เกษตรอินทรีย์ขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านจะใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ 100% การบริหารจัดการทรัพยากรในแปลงเกษตรประณีตเป็นการดูแลระบบนิเวศในพื้นที่ของตนให้หมุนเวียนได้อย่างเป็นธรรมชาติและเป็นการรักษาความหลากหลายทางธรรมชาติ

1.3 ด้านความเป็นธรรม (fairness)

เกษตรอินทรีย์ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่มีความเป็นธรรมระหว่างสิ่งแวดล้อมโดยรวมและสิ่งมีชีวิต การทำนาในบริเวณใกล้แปลงเกษตรอินทรีย์จะไม่ได้รับผลกระทบใดๆ อีกทั้งสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็น

สินค้าคุณภาพพิเศษที่สามารถต่อรองความเป็นธรรมในด้านราคาได้ ด้านการประกอบการของบริษัทนวัตกรรมชาวบ้านที่เป็นกิจการเพื่อสังคมมีการคำนวณต้นทุนการผลิตที่มีใช้เพียงจำนวนเงิน หากแต่รวมถึงต้นทุนทางสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย ระบบการผลิต การจำหน่าย และการค้าผลผลิตเกษตรอินทรีย์จึงมีความโปร่งใสได้รับการวิจัยและประเมินผลโดยเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้านอยู่เสมอ เพื่อให้มีความเป็นธรรม

1.4 ด้านการดูแลเอาใจใส่ (care)

การดำเนินการขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านทั้งองค์กรมีพัฒนาอย่างค่อยเป็นค่อยไป อาศัยการพัฒนาที่เน้นเชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ ชาวบ้านจะเรียนรู้จากการปฏิบัติมากกว่าการรับความรู้แล้วนำไปปฏิบัติเอง พากันคิดพากันทำ ดูแลเอาใจใส่ซึ่งกันและกัน มีเวทีชุมชนในการแสดงความคิดเห็น

2. บทบาทการสื่อสารในการทำเกษตรอินทรีย์

ด้วยการทำเกษตรอินทรีย์ขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านยึดหลักการทำเกษตรอินทรีย์นานาชาติ (Principles of Organic Agriculture) ของ IFOAM บทบาทการสื่อสารในการทำเกษตรอินทรีย์ขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านจึงเป็นไปเพื่อให้บรรลุตามหลักการทำเกษตรอินทรีย์ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนี้

2.1 บทบาทในการเสริมสร้างสุขภาวะที่ดี: องค์กรนวัตกรรมชาวบ้านได้ร่วมกับอนามัยหมู่บ้านและโรงพยาบาลในการเข้าร่วมปรึกษาเรื่องสินค้าการเกษตรที่ปลอดภัยและดีต่อสุขภาพ ทั้งยังมีการร่วมจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในตลาดนัดของโรงพยาบาลด้วย

2.2 บทบาทในการเสริมศักยภาพและให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม: สมาชิกเครือข่ายส่วนใหญ่ผ่านการอบรมทางการเกษตรทำให้มีความรู้เรื่องการทำเกษตรปลอดภัยอยู่แล้ว การส่งเสริมขององค์กรจึงเป็นเพียงการกระตุ้นเตือนให้เกษตรกรตระหนักถึงโทษของสารเคมีเพิ่มขึ้น และการนำเสนอนวัตกรรมทางธรรมชาติที่สามารถนำมาใช้ทดแทนการใช้ปุ๋ยเคมีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 บทบาทในการส่งเสริมและถ่ายทอดความรู้

ในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม: การประชุมเวียนเพื่อร่วมกันทำเกษตรประณีตเป็นบทเรียน เรื่องการบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้เบียดเบียนธรรมชาติน้อยที่สุด โดยมีการปลูกพืช หมุนเวียนเพื่อลดความเสี่ยงในการทำลายแร่ธาตุในดิน และป้องกันการสะสมของโรคและศัตรูพืชได้อีกด้วย อีกทั้งภูมิปัญญาชาวบ้านที่นำมาร่วมคิดและทดลอง ผ่านเวทีชุมชนนั้นยังเป็นการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ซึ่งมีปริมาณที่เพียงพอต่อการใช้งาน ทำให้ไม่มีการนำ สิ่งแปลกปลอมเข้าสู่ระบบนิเวศน์ จึงเกิดการฟื้นฟูตนเอง ของสิ่งแวดล้อมได้โดยง่ายเพราะเป็นทรัพยากรที่เจริญเติบโตได้ดีในพื้นที่นั้นๆ อยู่แต่เดิม

2.4 บทบาทในการปลูกฝังแนวทางการรักและ ใส่ใจธรรมชาติ: การพูดคุยกันถึงประเด็นด้านการเกษตร อินทรีย์บ่อยๆ จะทำให้คุ้นชินกับการเพาะปลูกอย่าง ไม่ทำลายธรรมชาติ และซึมซับวิธีการต่างๆ ที่ใช้ได้ผล ในการปลูกพืชโดยไม่ใช้สารเคมี นอกจากนี้ยังมีการ จัดกิจกรรมเพื่อแสดงข้อดีของการปลูกพืชโดยใช้วัสดุ ธรรมชาติ เช่น การประชุมเชิงปฏิบัติการคำนวณค่าใช้จ่าย ในการทำเกษตรอินทรีย์เปรียบเทียบกับการทำเกษตรเคมี

มีกระบวนการเรียนรู้การทำเกษตรประณีตซึ่งนับได้ว่าเป็น การทำเกษตรที่มีความละเอียดทุกขั้นตอน จึงต้องอาศัย การดูแลเอาใจใส่สูง ทำให้เกิดความรู้สึกรักผูกพันต่ออาชีพ เกษตรกรรม

3. การยอมรับนวัตกรรมการพัฒนาของสมาชิกองค์กร นวัตกรรมชาวบ้านในมิติด้านสิ่งแวดล้อม

สมาชิกเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้านซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย หลักพบ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานนวัตกรรมของ องค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในด้านสิ่งแวดล้อมว่า

- เกษตรกรเห็นด้วยมากกับประโยชน์ในการใช้งาน เกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านต่อสิ่งแวดล้อม รอบตัวที่ตนเองอาศัยอยู่ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.63
- เกษตรกรเห็นด้วยมากกับประโยชน์ในการใช้งาน เกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านที่ทำให้ ตนเองมีความรู้ใหม่ๆ ทางเกษตร โดยมีค่าเฉลี่ย 3.8
- เกษตรกรเห็นด้วยปานกลางกับประโยชน์ในการใช้ งานเกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในการ ถ่ายทอดความรู้และสร้างประสบการณ์ในกระบวนการ ทางเกษตรทั้งกระบวนการ ตั้งแต่ผลิต การตลาด จนถึงมือผู้บริโภค โดยมีค่าเฉลี่ย 3.06

ตารางที่ 3 แสดงการยอมรับนวัตกรรมขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านในมิติด้านสิ่งแวดล้อม

การยอมรับนวัตกรรมขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน: การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	ค่าเฉลี่ย	ผล
3.1. เกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้าน เป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัว ที่ฉันอยู่อาศัย	3.63	เห็นด้วย มาก
3.2. เกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านทำให้ฉันมีความรู้ใหม่ๆ ทางเกษตร	3.8	เห็นด้วย มาก
3.3. เกษตรอินทรีย์แบบองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านทำให้ฉันมีความรู้และประสบการณ์ ในกระบวนการทางการเกษตรทั้งกระบวนการ ตั้งแต่ผลิต การตลาด จนถึงมือผู้บริโภค	3.06	เห็นด้วย ปานกลาง

อภิปรายผลการวิจัย

1. นวัตกรรมการพัฒนาในมิติด้านสังคม “นวัตกรรมสังคม”

การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสังคม เนื่องจากการสื่อสารเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิดนวัตกรรมสังคมได้ หากการสื่อสารนั้นเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากบุคคลที่สามารถเป็นตัวแทนที่มีบทบาทในการสร้างนวัตกรรมสังคมอย่างกระตือรือร้น (Active) ดังที่อลองกรณ์ คูตระกูล (2553) พบว่า หากพิจารณาในรายละเอียดของกระบวนการสร้างนวัตกรรมสังคม โครงการงคเหล้าในงานศพของชุมชนบ้านดง จังหวัดลำปาง นับเป็นนวัตกรรมสังคมที่มีจุดเริ่มต้นเล็กๆ จากการพูดคุยกันสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญตามมาได้เป็นเพราะผู้ที่สนทนาค้างก็เป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นอยากให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นในชุมชน หากผู้ที่สนทนาไม่ใช่คนลักษณะดังกล่าวโอกาสที่นวัตกรรมสังคมจะเกิดขึ้นคงมีน้อยมาก

การพัฒนาสังคมชนบทนั้น องค์การนวัตกรรมชาวบ้านมีการบริหารจัดการสังคมให้เป็นระบบระเบียบมากขึ้น คือ ต้องทำให้มีความเป็นทางการ (Formalization) เพื่อยกระดับการบังคับใช้นวัตกรรมสังคมให้เป็นที่ยอมรับ. โดยทั่วไป เนื่องด้วยลักษณะโดยธรรมชาติของชุมชนชนบทจะมีภูมิปัญญาท้องถิ่นต่างๆ มากมายแต่ไม่มีการจัดให้เป็นระบบจึงทำให้ไม่สามารถเอาความรู้หรือภูมิปัญญานั้นมาจัดการหรือใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุด จึงมักพบปัญหาการสูญหายของภูมิปัญญาตามกาลเวลา ซึ่งเป็นที่น่าเสียดายที่ภูมิปัญญาเหล่านั้นได้ผ่านการใช้แก้ปัญหาต่างๆ ในบริบทชุมชนนั้นๆ มาหลายชั่วอายุคน ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันได้อย่างหนึ่งว่าภูมิปัญญาก็คือ นวัตกรรมสังคมในยุคหนึ่งๆ นั่นเอง การสื่อสารเพื่อรวบรวมภูมิปัญญา มาพัฒนาต่อยอดจึงเป็นการนำของเก่ามาผสมกับของใหม่ (Hybridization) ทั้งนี้ยังอาศัยประเพณีหรือวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เป็นต้นกำเนิดของภูมิปัญญานั้นมาควบรวมกับวิธีการสื่อสาร ในยุคใหม่ ซึ่งผลการวิจัยนี้คล้ายคลึงกับศุภางค์ นันตา และอื่นๆ (2547) ที่พบว่า มีการใช้การผสมผสานระหว่างการใช้สื่อสารกระบวนการทัศน์เดิมกับการสื่อสารกระบวนการทัศน์ใหม่ให้เข้ากันได้ เช่น การจัดเวทีชาวบ้าน

การเสวนาผ่านกิจกรรมของท้องถิ่น ในการพัฒนากลุ่มออมทรัพย์ จ.สุรินทร์ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่น

การนำการสื่อสารที่มีความเป็นกิจลักษณะหรือมีความเป็นทางการมาใช้ทำให้มี “ช่องทาง” ที่จะทำให้เกิดการแพร่กระจายนวัตกรรมสังคมให้สามารถบูรณาการเข้าสู่สังคม ยิ่งมีการปฏิสัมพันธ์ เชื่อมโยงภายในเครือข่ายมาก ก็จะทำให้เกิดการรับรู้และแสดงความคิดเห็นซึ่งยังมีความถี่ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลมากก็จะยิ่งทำให้เกิดการรับส่งระหว่างความคิดเก่าและความคิดใหม่ เกิดเป็นการปรับตัวให้เข้ากับนวัตกรรมสังคมโดยอัตโนมัติ ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่าการพัฒนาชุมชนหรือสังคมชนบทนั้น ไม่สามารถใช้กระบวนการที่ซับซ้อนได้ การสื่อสารจึงมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการทำความเข้าใจในทุกขั้นตอนนวัตกรรม ชาวบ้านสามารถยกเลิกการยอมรับนวัตกรรม หากมีความรู้สึกลัวการใช้ใช้นวัตกรรมนั้นยาก และคนไม่มีที่พึ่งที่สามารถปรึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ดังนั้น การสื่อสารขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านจึงต้องอาศัยการสื่อสารเครือข่ายที่เป็นสื่อสองทางอย่างมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กันให้มากที่สุด ยิ่งมีการพัฒนาองค์กรให้มีความทันสมัยและซับซ้อนมาก ก็ยิ่งต้องอาศัยการสร้างความสัมพันธ์ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้มีช่องทางการบูรณาการนวัตกรรมที่ไม่หยุดนิ่ง (Active) จากการศึกษาพบว่าพนักงานที่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมากมีแนวโน้มจะมีการแบ่งปันความรู้มากตามไปด้วยเพราะปฏิสัมพันธ์ทำให้พนักงานมีแนวโน้มที่จะเรียนรู้มากขึ้นจากเพื่อนร่วมงานที่มีความรู้ที่ตนยังไม่มี (Connelly and Kelloway, 2003 อ้างถึงในอลองกรณ์ คูตระกูล, 2553)

ในส่วนของการแพร่กระจายนวัตกรรมหรือการขยายผลนวัตกรรมสังคมนั้น การสื่อสารมีบทบาทสำคัญที่สุด เพราะต้องอาศัยการเคลื่อนย้ายนวัตกรรมไปสู่บริบทใหม่ๆ ทั้งในเชิงพื้นที่เวลาและแนวคิด เพราะนวัตกรรมไม่สามารถเคลื่อนที่ได้เอง โดยปราศจากการสื่อความหมายถึงนวัตกรรมสังคมที่สร้างขึ้นโดยมนุษย์แล้วต้องมีการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดหรือขยายผลนวัตกรรมนั้นๆ ซึ่งองค์กรนวัตกรรม

ชาวบ้านมีข้อดีที่มีระบบการวิจัยและประเมินผลอยู่เสมอ ทำให้นวัตกรรมยังคงใหม่ไม่ว่าจะเปลี่ยนแปลงบริบทแวดล้อมไปเพียงใด มีการพัฒนานวัตกรรมควบคู่ไปกับการส่งต่อนวัตกรรมนั่นเอง

2. นวัตกรรมการพัฒนาในมิติด้านเศรษฐกิจ “กิจการเพื่อสังคม”

ด้วยปัญหาที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ขององค์กรนวัตกรรมชาวบ้านมีรากฐานมาจากปัญหาทางเศรษฐกิจ นั่นคือปัญหาการย้ายถิ่นฐานจากความยากจนในการประกอบอาชีพ ซึ่งอาชีพส่วนใหญ่ของประชากรบุรีรัมย์คือ อาชีพเกษตรกรรม การแก้ปัญหาความยากจนจึงเป็นการแก้ปัญหาทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจ และด้วยลักษณะปัญหาเป็นปัญหาทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับเงินและทุนนิยม การแก้ปัญหาจึงต้องอาศัยนามยอกนามบ่ง โดยการใช่วิธีการทางธุรกิจเพื่อมาแก้ปัญหาสังคมดังกล่าว ทำให้องค์กรนวัตกรรมชาวบ้านสร้างบริษัทนวัตกรรมชาวบ้านในนามของกิจการเพื่อสังคมขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาความอยู่รอดของสังคมที่ขับเคลื่อนด้วยเศรษฐกิจ สังคมจะอยู่รอดได้นั้นต้องอาศัยความอยู่รอดจากความสามารถในการเลี้ยงปากเลี้ยงท้องของชาวบ้าน และไม่ใช่เพียงความอยู่รอดของสังคมเท่านั้น แม้แต่องค์กรเพื่อพัฒนาสังคมชุมชนเองยังต้องอาศัยงบประมาณในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน การจัดตั้งองค์กรให้สามารถเลี้ยงตัวเองได้ด้วยเงินของตัวเองโดยไม่พึ่งพาใครทำให้องค์กรสามารถพัฒนาและเติบโตได้ในระยะยาว แต่ปัญหาในการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรเปลี่ยนแปลงไปจากเครือข่ายชาวบ้าน กลายเป็นบริษัท แม้จะเป็นกิจการเพื่อสังคมแต่ก็ยังเป็นรูปแบบธุรกิจที่ดีว่าใหม่ในประเทศไทยและเรียกได้ว่าชาวบ้านในชนบทนั้นแทบไม่รู้จักความแตกต่างของบริษัทที่แสวงหากำไรเพียงอย่างเดียวกับกิจการเพื่อสังคม การสื่อสารจึงมีบทบาทอย่างมากในการสื่อสารเพื่อเชื่อมประสานองค์กรย่อยทั้งหลายให้มีวัตถุประสงค์เดียวกัน และสร้างความสมดุลไม่ให้เกิดการพัฒนาแต่ละมิติสูงหรือต่ำจากกันเกินไป

สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ได้จากกิจการเพื่อสังคมนวัตกรรมชาวบ้านนั้นเป็นสินค้าที่มีคุณค่าเชิงสังคม

ร่วมด้วย คือเป็นสินค้าที่จากเกษตรกรในเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน ธุรกิจนี้จึงเป็นธุรกิจเพื่อสังคมในกระบวนการ (In-process) กล่าวคือ มีการบูรณาการรวมมูลค่าทางเศรษฐกิจเข้ากับสังคมในการดำเนินธุรกิจ สินค้าที่จำหน่ายออกไปจึงได้กำไรทั้งเชิงสังคมและเศรษฐกิจไปด้วย นอกจากนี้สินค้ายังเป็นสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จึงทำให้ได้กำไรเชิงสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน ซึ่งวรรณสม สีสั่งข์ (2555) ได้ศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ของกิจการเพื่อสังคมชื่อ บีแมกกาซีน ที่มีการสื่อสารผ่านตัวสินค้า โดยการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้่าน ทำให้การซื้อบีแมกกาซีน นอกจากได้บริโภคเนื้อหาสาระ ยังได้ช่วยเหลือสนับสนุนผู้ด้อยโอกาสทำงาน โดยที่ผู้อ่านไม่ต้องไปเข้าร่วมโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ โดยตรง แต่รู้สึว่าตนเองได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว เช่น ปัญหาการว่างงาน ปัญหาขอทาน ซึ่งเป็นปัญหาที่เราทำให้ผู้อ่านเข้าถึงต้นข้าวหรือผู้จำหน่ายนิตยสารได้โดยตรง จะเห็นได้ว่า การมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม และยังช่วยเหลือทางเศรษฐกิจให้กับสังคมนั้น สามารถทำได้ผ่านการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการจากกิจการเพื่อสังคม ซึ่งเปรียบเสมือนการร่วมลงทุนในการพัฒนาเศรษฐกิจให้กับสังคมนั้นๆ นั่นเอง

ความอยู่รอดของกิจการเพื่อสังคมนั้นจะต้องอาศัยการได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรภายนอกเนื่องจากบุคคลภายในชุมชนไม่มีความถนัดในเรื่องการดำเนินธุรกิจหรือเรียกได้ว่ามีปัญหาในการทำธุรกิจจนถึงขั้นทำให้เกิดปัญหาความยากจน หนี้สินจนต้องย้ายถิ่นฐานไปทำงานในเมืองหรือเปลี่ยนอาชีพจากเกษตรกรรมเป็นอาชีพอื่นๆ ดังนั้น กิจการเพื่อสังคมนั้นต้องอาศัยการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อให้มีผู้ที่ร่วมบริหารจัดการทางการตลาดหรือแนวคิดในการดำเนินธุรกิจ การสื่อสารจึงมีบทบาทสำคัญในการติดต่อประสานงานกับองค์กรภายนอก แล้วจึงนำเข้าข่าวสารจากภายนอกเข้ามาพัฒนานวัตกรรมภายในองค์กรเพื่อให้ได้สินค้าหรือกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพพอจะแข่งขันในตลาดสากลได้ ทั้งยังต้องมีการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีในแต่ละองค์กรย่อยภายในองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านด้วย

3. นวัตกรรมการพัฒนาในมิติด้านสิ่งแวดล้อม “เกษตรอินทรีย์นานาชาติ”

การพัฒนาในมิติด้านสิ่งแวดล้อมนั้น เรียกได้ว่าเป็นผลพลอยได้ที่ลงตัวกับนวัตกรรมสังคมและกิจกรรมเพื่อสังคม ด้วยการเลือกทำเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือเกษตรอินทรีย์นั้นมีส่วนเอื้อให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ดี สามารถลงมือปฏิบัติได้ง่าย แม้ไม่มีเงินลงทุนหรือมีเงินน้อยก็สามารถลงมือทำเกษตรอินทรีย์ได้ ข้อดีคือ ประหยัดทั้งการทำเกษตรอินทรีย์ยังให้ผลผลิตเป็นสินค้าระดับคุณภาพ จับกลุ่มตลาดบน ซึ่งนอกจากจะประหยัดแล้วยังทำให้ได้ราคาผลผลิตสูง การสื่อสารข้อดีนี้จึงทำให้เกษตรกรยอมรับวิธีการทำเกษตรอินทรีย์ได้ง่ายขึ้น การประกอบอาชีพที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมนี้ทำให้ชาวบ้านมีทรัพยากรในการนำมาดำรงชีวิตที่มีคุณภาพและมีค่าครองชีพที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตไม่ต้องเปลี่ยนไปทำอาชีพอื่น

ด้วยการทำให้เป็นทางการจะทำให้เกษตรกรมีวินัยและความรู้รวมถึงมีแรงผลักดันให้เกิดการใช้นวัตกรรมอยู่เสมอ องค์กรนวัตกรรมชาวบ้านจึงมีการจดทะเบียนกับสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพื่อรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรให้กับเกษตรกร นับว่าการทำเกษตรตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากลนี้มีความซับซ้อนและค่อนข้างยากต้องเป็นไปตามกติกา ซึ่งเกษตรกรไม่มีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการเช่นนี้ การสื่อสารจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการถ่ายทอดเพื่อสร้างการยอมรับเกษตรอินทรีย์ในรูปแบบใหม่ โดยองค์กรนวัตกรรมชาวบ้านมีปัจจัยเอื้อต่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อมเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว จากการสื่อสารในการทำเกษตรประณีตที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด การปรับมาทำเกษตรอินทรีย์ที่ต้องมีการบริหารจัดการจึงไม่ใช่เรื่องยากนัก เพียงแต่ต้องการจดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรประกอบการทำเกษตรด้วย สิ่งสำคัญที่สุดคือ สื่อบุคคลที่มีหน้าที่ในการเอาใจใส่กำกับดูแลการทำเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรให้พื้นที่แปลงนั้นผ่านมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ให้ได้ใน 2 ปี หลังจากพื้นที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แล้ว เกษตรกรจะมีความเชี่ยวชาญ

ระดับหนึ่งในการบริหารจัดการทรัพยากรในท้องที่ของตนเองปีต่อๆ ไปได้

ในด้านการสื่อสารจากองค์กรภายนอกในการช่วยเหลือด้านการเกษตรให้เป็นเกษตรแบบปลอดภัยหากเป็นองค์กรท้องถิ่นจะติดต่อผ่านเครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้านและวิสาหกิจชุมชน ส่วนองค์กรภายนอกจะติดต่อผ่านทางบริษัทนวัตกรรมชาวบ้าน ซึ่งการสื่อสารจากองค์กรภายนอกมีส่วนในการเสริมพลังให้กับเกษตรกรอย่างมาก ดังเช่นการสื่อสารของมูลนิธิร่วมพัฒนาพิชิตต่อชมรมเกษตรธรรมชาติที่มีการประสานงานชมรมในแต่ละกลุ่มระดมความคิดเห็น เชื่อมแหล่งทุน และเปิดโอกาสให้เกษตรกรเป็นวิทยากรการทำเกษตร ไม่ใช่สารเคมี (จรัส เสือดี, สุนทร ตูตะพะ, ประกาศิต แจ่มจรัส, เพ็ญศรี แจ่มจรัส, นพพล พึ่งวัฒนะ, 2547)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การทำงานขององค์กรที่มีการพัฒนาในหลายมิติอย่างมีความสมดุลกัน จะต้องอาศัยการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กรให้เป็นหนึ่งเดียวกัน และต้องส่งเสริมให้มีการสื่อสารในแต่ละมิติที่เท่าเทียมกัน

2. การสื่อสารเป็นช่องทางที่ทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพราะเป็นช่องทางในการแสดงปัญหาและวิธีแก้ไขปัญหาหรือเป็นศูนย์รวมความคิดเห็นที่หลากหลายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนานั้นๆ ดังนั้น หากต้องการให้มีการพัฒนาอย่างมีชีวิต (มีความต่อเนื่อง) จะต้องทำให้เกิดการสื่อสารเป็นประจำสม่ำเสมอ

3. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจยังเป็นมิติที่เข้าถึงได้ยากและพัฒนาให้ประสบความสำเร็จได้ยาก มิติดังนี้จะเชื่อมโยงกับสังคมและสิ่งแวดล้อม ยิ่งการพัฒนาชุมชนชนบทที่มีปัญหาด้านความยากจนการสนับสนุนด้านงบประมาณเป็นสิ่งจำเป็นในสังคมทุนนิยม ฉะนั้น การพัฒนาทั้ง 3 มิติจึงมักติดขัดที่มิติด้านเศรษฐกิจที่ต้องใช้เวลาในการพัฒนายาวนานกว่ามิติอื่น สาเหตุหลักเกิดจากการต้องอิงอาศัยความร่วมมือหรือความช่วยเหลือจากภายนอกชุมชน

4. โลกในปัจจุบันมีข้อมูลข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว หากจะพัฒนาให้สามารถแก้ไขปัญหาทันโลกทันเหตุการณ์นั้นจะต้องแข่งขันกับเวลาและคุณภาพ ซึ่งการพัฒนานั้นต้องอาศัยการบ่มเพาะทั้งเชิงแนวคิด และการปฏิบัติ ส่วนใหญ่แล้วในทางแนวคิดหรือวิสัยทัศน์ขององค์กรจะสามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว แต่การแปลงแนวคิดให้เป็นข้อปฏิบัติจริงนั้นต้องอาศัยเวลาอย่างมากกว่าจะสามารถบูรณาการกับวิถีชีวิตของคนในสังคม การพัฒนาที่มีความต่อเนื่องของแนวคิดและการปฏิบัติ จึงทำให้เกิดช่องว่างในการพัฒนาขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบประสิทธิผลของการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากบทบาทในการพัฒนาทางความคิด และการปฏิบัติจริงว่ามีระดับของผลลัพธ์แตกต่างกันอย่างไร และมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการพัฒนาในมิติสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับแนวคิด และการประยุกต์ใช้
2. นอกจากการศึกษายบทบาทการพัฒนาในมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม อาจจะมีการพัฒนาในมิติอื่นๆ เช่น ด้านการเมือง ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้านวัฒนธรรม เป็นต้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ, จาริส เสือคำดี, พรทิพย์ เย็นจะบก, และกมลรัฐ อินทรทัศน์. (2548). *การเลี้ยวโค้งของการสื่อสารการเกษตรในไทย ภาพรวมจากงานวิจัย (2544-2547)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2548). *ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2549). *ได้ฟากฟ้าแห่งการศึกษาสู่บุคคลและเครือข่ายการสื่อสาร*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- จาริส เสือดี, สุนทร ตูตะพะ, ประกาศิต แจ่มจาริส, เพ็ญศรี แจ่มจาริส, และนพพล พึ่งวัฒนะ. (2547). *บทสรุปผู้บริหารโครงการกระบวนการสื่อสารเพื่อขยายผลของการทำเกษตรโดยไม่ใช้สารเคมี*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ชัชรี นฤทุม. (2551). *การพัฒนาการเกษตรแบบมีส่วนร่วม*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พรทิพย์ เย็นจะบก, สุธิดา แสงเพชร, และทิพวรรณ สิทธิรังสรรค์. (2547). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการการสื่อสารเพื่อพัฒนาการ 'เกษตรทฤษฎีใหม่' ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- มนตรี ชั่วชู. (2539). *การเสนอรูปแบบรายงานการบัญชีความรับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณสม สีสั่งข์. (2555). *อัตลักษณ์ของนิยสารที่เป็นกิจการเพื่อสังคม: บีแมกกาซีน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภางค์ นันดา, ภาวดี เลิศพงษ์, และกันดินันท์ ลับโกษา. (2547). *กระบวนการทัศน์ใหม่ในการสื่อสารเพื่อพัฒนา กลุ่มออมทรัพย์ จังหวัดสุรินทร์*. สุรินทร์: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- สมสุข หินวิมาน และอื่นๆ. (2547). *เครือข่ายการสื่อสารกับศักยภาพการดำรงอยู่ของชุมชน: ศึกษากรณีบ้านทุ่งขวาง อ.พนสนิมคม จ.ชลบุรี*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

- สดุณี อาชวานันทกุล และ ภัทราพร แยมลออ. (2554). รายงานประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (*Social Return on Investment: SROI*) เครือข่ายนวัตกรรมชาวบ้าน จ.บุรีรัมย์ ปีประเมิน พ.ศ.2554. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิสาหกิจแบบยั่งยืนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม. (2553). แผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ. 2553-2557. กรุงเทพมหานคร: สำนักงาน.
- สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม. (ม.ป.ป.). *SE Registration* ลงทะเบียนเครือข่ายกิจการเพื่อสังคมไทย [แผ่นพับ]. กรุงเทพมหานคร: สำนักงาน.
- อมรรัตน์ ทิพย์เลิศและอื่นๆ. (2547). สมรรถนะด้านการสื่อสารของสื่อมวลชนกับการระดับพลังการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อลงกรณ์ คูตระกูล. (2553). นวัตกรรมสังคม: กรณีศึกษาโครงการของท้องถิ่นในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุญบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

- Appanah, D. & Shrestha, S. *Startup and Change the World 2007*. Malaysia: Lee Print & Packaging Sdn Bhd.
- Elkington, J. (2004). Enter the Triple Bottom Line. In A. Henriques and J. Richardson (Eds.), *The Triple Bottom Line, Does It All Add Up? Assessing the Sustainability of Business and CSR* (pp. 1-16). London: Earthscan.
- International Federation of Organic Agriculture Movement. (n.d.). *Principles of Organic Agriculture*. Retrieved from <http://www.ifoam.bio/en/organic-landmarks/principles-organic-agriculture>
- Moulaert, F., Martinelli, F., Swyngedouw, E., and Gonzalez, S. (2005). Towards Alternative Model (s) of Local Innovation. *Urban Studies*, 42(11), 1969-1990.
- Osburg, T. (2013). *Social Innovation*. London: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Rogers, E. M. 2003. *Diffusion of Innovations* (3rd ed.). New York: The Free Press.
- Willer, H., & Yussefi, M. (2005). International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM). *The World of Organic Agriculture Statistics and Emerging Trends* (pp. 1-197).

