

โครงการ

หมี่กรอบไข่ผ่านวัฒนธรรมอาหารสุขภาพ
โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว

โดย กลุ่มโปแลนด์โปรตุเกส 19



NBI Cap-Corner Stone Project
Volume 19



สถาบันการสร้างชาติ
Nation-Building Institute

โครงการ หนีกรอบไขผ่านวัตรกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว

สุนทรนักรบริหารระดับสูงเพื่อการสร้างชาติ
กลุ่มประเทศโปแลนด์โปรตุเกส นสข. รุ่นที่ 19
สถาบันการสร้างชาติ (Nation-Building Institute – NBI)

พิมพ์ครั้งที่ 1/2569

เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร นักรบริหารระดับสูงเพื่อการสร้างชาติ
และเป็นทรัพย์สินของมูลนิธิสถาบันการสร้างชาติ
ขอสงวนลิขสิทธิ์ตาม พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2558

ห้ามคัดลอก ทำซ้ำ ตัดแปลง เผยแพร่ หรือทำสำเนาข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ ไม่ว่าในรูปแบบเอกสาร
เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ หรือรูปแบบอื่นใด รวมถึงห้ามมิให้นำไปเก็บไว้หรือดำเนินการใด ๆ
ไม่ว่าบางส่วนหรือทั้งหมดของหนังสือนี้โดยไม่ได้รับอนุญาต จากสถาบันการสร้างชาติ

จัดพิมพ์โดย

มูลนิธิสถาบันการสร้างชาติ
87/110 ซอยเอกมัย 3 ถนนสุขุมวิท 63 แขวงคลองตันเหนือ
เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ 02-711-7474
www.nbi.in.th e-mail : info@nbi.in.th

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

โครงการ หนีกรอบไขผ่านวัตรกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว.-- กรุงเทพฯ :
มูลนิธิสถาบันการสร้างชาติ, 2569.
120 หน้า.

1. อุตสาหกรรมอาหาร. 2. วิสาหกิจชุมชน. 3. การพัฒนาชุมชน. I. ชื่อเรื่อง.

338.47664

ISBN 978-616-8256-67-1

บทคัดย่อ (abstract)

การทำโครงการ CCS ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของเยาวชนในการเป็น “ผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เพื่อสังคม” ที่มีคุณธรรมจริยธรรม มีความรู้ และมีพลังในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ผ่านนวัตกรรมอาหารสุขภาพ “หมี่กรอบไข่ดำ” จากภูมิปัญญาท้องถิ่นของตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยมุ่งส่งเสริมให้เยาวชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนาศักยภาพและใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ในการเป็นผู้ประกอบการตัวจิ๋วผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติ (Action Learning)

แนวคิดสำคัญที่ใช้ในการดำเนินโครงการประกอบด้วย AIMMI Model และ 8E Model ของ ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาเป้าหมาย แรงบันดาลใจ และคุณภาพผลลัพธ์อย่างรอบด้าน ร่วมกับแนวคิด Triple Helix Model (เยาวชน-ศาสนา-ธุรกิจ) ที่ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนในชุมชน รวมทั้งแนวคิด Positive Youth Development (PYD) เพื่อพัฒนาเยาวชนแบบองค์รวม และ Social Entrepreneurship เพื่อสร้างผู้ประกอบการเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

ผลการดำเนินโครงการพบว่า เยาวชนกลุ่มเป้าหมาย มีพัฒนาการด้านทักษะชีวิต ความคิดสร้างสรรค์ และความรับผิดชอบเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สามารถผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ “หมี่กรอบไข่ผ่า” ได้จริงในตลาดท้องถิ่น นอกจากนี้ ชุมชนยังเกิดความร่วมมือระหว่างภาคประชาชน ภาคศาสนา และภาครัฐกิจ ทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและสร้างอัตลักษณ์ร่วมของชุมชนบางพลีใหญ่

ผลกระทบของโครงการในระยะสั้น คือ การลดพฤติกรรมเสี่ยงของเยาวชนและการใช้เวลาว่างอย่างสร้างสรรค์ ระยะกลาง คือ การสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ร่วมกันในชุมชน และในระยะยาวคาดว่าจะนำไปสู่การพัฒนาเป็น “วิสาหกิจชุมชนต้นแบบเยาวชน” ที่สามารถขยายผลเชิงเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: หมี่กรอบไข่ผ่า, การพัฒนาเยาวชน, นวัตกรรม เพื่อสังคม, วิสาหกิจชุมชน, บางพลีใหญ่

ความนำ : การจัดทำโครงการวิชาการ Cap-Corner Stone

โครงการ Cap-Corner Stone (CCS) มาจาก 2 คำ คือ Capstone และ Corner Stone โดยที่ Capstone หมายถึง ป้ายจารึกสุดท้ายที่แสดงความสง่างามของชีวิต ที่คนรุ่นหลังจดจำ ผลงานชีวิตของผู้สร้างผลงาน ดังนั้น Capstone Project คือโครงการที่ทำแล้วเป็นที่จารึกจดจำ ส่วน Corner Stone หมายถึง หินก้อนเล็กที่อยู่ในตำแหน่งมุมและเป็นตัวยึดโยงโครงสร้างทั้งตึกไว้ด้วยกัน หินก้อนเล็กแต่มีพลังยิ่งใหญ่ต่อทั้งตัวอาคาร ดังนั้นโครงการ Cap-Corner Stone คือ โครงการขนาดเล็กที่ทำแล้วมีผลกระทบสูงหรือขยายผลต่อได้มาก เป็นผลงานสำคัญที่จะทิ้งไว้ให้โลกจารึกจดจำ

Cap-Corner Stone Project เป็นโครงการที่นักศึกษาหลักสูตรนักบริหารระดับสูงเพื่อการสร้างชาติ ของสถาบันการสร้างชาติ แต่ละกลุ่มประเทศได้นำความรู้จากการศึกษาในหลักสูตรร่วมกับประสบการณ์ของตนตลอดชีวิตที่ผ่านมาใช้ประยุกต์ร่วมกันทำเป็นโครงการที่ลงมือในภาคปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม โดยเป็นโครงการขนาดเล็กแต่มีศักยภาพในการขยายผล มีประเด็นมุ่งเน้นที่แคบและเจาะจง เปรียบเทียบว่า

สมมตินักศึกษาเป็นนายกรัฐมนตรีของประเทศไทย ให้เลือกโครงการได้เพียง 1 โครงการที่จะลงมือปฏิบัติการเพื่อช่วยให้ประเทศไทยก้าวหน้าอย่างมั่นคงยั่งยืน ช่วยพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม หรือคุณภาพชีวิตของประชาชน

โครงการ CCS มีองค์ประกอบตามโมเดล **3I Innovation Model (Ideation-Implementation-Impact)** ของ ศ.ดร. เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ โดยมีจุดมุ่งหมายของการนำเสนอแนวคิดใหม่ (New idea) ที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาประเทศหรือองค์กรในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเจาะจง (Specific issue) เป็นเรื่องที่มีผลเพื่อส่วนรวม เป็นโครงการที่นำไปปฏิบัติได้จริง (Implementation) แสดงให้เห็นการเชื่อมโยงและการประยุกต์ใช้สิ่งที่ได้เรียนรู้นำไปปฏิบัติได้ และวัดผลกระทบเชิงสัมฤทธิ์ผลได้ (Impact) ทั้งนี้ นักศึกษาจะได้เรียบเรียงการดำเนินการทั้งหมดเป็นเอกสารวิชาการกลุ่ม ซึ่งเป็นผลงานวิชาการบนฐานการทดลอง ทดสอบ ลงมือปฏิบัติจริง ดังนั้น ข้อเสนอแนวคิดของกลุ่มในเอกสารวิชาการจึงเป็นสิ่งที่ปฏิบัติการได้ในโลกจริง

คำนำ

รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ “หมี่กรอบไข่ผ่านวัฒนธรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” เพื่อพัฒนาเยาวชนและชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนในชุมชนได้เรียนรู้กระบวนการคิดและลงมือทำจริง ตั้งแต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การสร้างแบรนด์ ไปจนถึงการจำหน่ายสินค้าในตลาดจริง เพื่อสร้างรายได้และปลูกฝังแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์

การดำเนินโครงการครั้งนี้ได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งเยาวชน หน่วยงานท้องถิ่น ศาสนสถาน และภาคธุรกิจชุมชน ทำให้เกิดการบูรณาการพลังของ “เยาวชน-ศาสนา-ธุรกิจ” ตามแนวคิด Triple Helix Model สร้างพลังร่วมในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และได้สร้างหลักคิดให้กับเยาวชนในเรื่องของการสร้างชาติ การทำคุณประโยชน์เพื่อสังคม ผ่านแนวคิด AIMMI Model และ 8E Model ของ ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ เพื่อตักตวงศักยภาพของเยาวชนออกมาใช้จริงผ่านการดำเนินโครงการ

คณะผู้จัดทำขอขอบคุณทุกภาคส่วนที่ให้การสนับสนุน รวมถึง
เยาวชนที่เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของโครงการนี้ หวังเป็นอย่างยิ่ง
ว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นแนวทางและแรงบันดาลใจในการต่อยอด
การพัฒนาเยาวชนและชุมชนในพื้นที่อื่นต่อไป

นักศึกษากลุ่มโปแลนด์โปรตุเกส
หลักสูตรนักบริหารระดับสูงเพื่อการสร้างชาติ (นสช.) รุ่นที่ 19
สถาบันการสร้างชาติ

สารบัญ

บทคัดย่อ (abstract)	ก
ความนำ : การจัดทำโครงการวิชาการ Cap-Corner Stone	ค
คำนำ	จ
บทที่ 1 บทนำ : ความสำคัญของประเด็นปัญหา	1
บทที่ 2 สภาพปัจจุบันและความจำเป็น และ วัตถุประสงค์โครงการ	4
บทที่ 3 แนวคิด (Ideation) : หลักคิด แนวคิด หรือ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 4 แนวคิด (Ideation) : การประยุกต์หลักคิดหรือ ทฤษฎีกับโจทย์ของโครงการ	32
บทที่ 5 การปฏิบัติ (Implementation) : การเลือกพื้นที่ หรือกลุ่มตัวอย่าง	48
บทที่ 6 การปฏิบัติ (Implementation) : กิจกรรมและ งานสำคัญในโครงการ	53
บทที่ 7 การปฏิบัติ (Implementation) : สถานการณ์ การดำเนินการ ปัญหาและการแก้ไข	69
บทที่ 8 ผลกระทบ (Impact) ต่อกลุ่มเป้าหมาย	75
บทที่ 9 ผลกระทบ (Impact) ต่อภาพรวมนอกกลุ่มเป้าหมาย	85

บทที่ 10 ผลกระทบ (Impact) ระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว	90
บทสรุปและข้อเสนอแนะ	95
บรรณานุกรม	99
รายชื่อคณะผู้จัดทำโครงการ	102
แนะนำสถาบันการสร้างชาติ และหลักสูตรนักบริหาร ระดับสูงเพื่อการสร้างชาติ	105
วิสัยทัศน์	107
พันธกิจ	107
หลักสูตรนักบริหารระดับสูงเพื่อการสร้างชาติ	108

บทที่ 1

บทนำ : ความสำคัญของประเด็นปัญหา

ชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เป็นพื้นที่ที่เผชิญกับปัญหาหลายมิติ ทั้งด้านกายภาพและสังคม โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนช่วงอายุ 9-14 ปี อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ลักษณะพื้นที่เป็นชุมชนแออัดและขาดโครงสร้างพื้นฐานด้านพื้นที่สาธารณะสำหรับการรวมกลุ่มหรือจัดกิจกรรมของคนในชุมชน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนและผู้ปกครอง ซึ่งที่ผ่านมาชุมชนไม่มีการรวมกลุ่มหรือจัดกิจกรรมสำหรับเยาวชนอย่างเป็นระบบ มีแต่การรวมตัวทำกิจกรรมกันบางครั้งที่วัดบางพลีใหญ่หรือศาลเจ้าไถ่ชุมชนเฉพาะเมื่อมีความจำเป็น ส่งผลให้การรวมกลุ่มเพื่อจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ของเยาวชนในชุมชนนี้เกิดขึ้นได้ยาก อีกทั้งยังไม่มีระบบการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากครอบครัวหรือสถาบันอื่นในชุมชน เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมของเยาวชนในพื้นที่ที่เริ่มแสดงออกถึงพฤติกรรมเสี่ยงหลายประการ เช่น การใช้สารเสพติด บุหรี่ไฟฟ้า การติดเกม การมั่วสุม และการใช้

เวลาว่างที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ปัญหาทางสังคมในระยะยาวไม่เพียงแต่ในกลุ่มเยาวชนเอง แต่ยังส่งผลต่อความเข้มแข็งของโครงสร้างครอบครัว และความสงบเรียบร้อยของชุมชนโดยรวม

นอกจากนี้ อีกหนึ่งประเด็นสำคัญที่มักถูกมองข้าม คือ รูปแบบอาหารที่ถวายพระสงฆ์ในชุมชนเวลาจัดกิจกรรมของชุมชน ซึ่งมักเป็นอาหารประเภทหวานและมัน ส่งผลต่อสุขภาพของพระภิกษุ โดยเฉพาะปัญหาโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) เช่น เบาหวานและความดันโลหิตสูง ซึ่งขัดต่อหลักการดูแลสุขภาพะทั้งของพระสงฆ์และของผู้ถวาย ประเด็นนี้ที่ต้องกล่าวถึงเนื่องจากชุมชนบ้านคลองสำโรง เป็นพื้นที่ที่อาศัยสถานที่ของวัดและศาลเจ้าในการทำกิจกรรมของชุมชน ดังนั้นจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สามารถนำมาพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของชุมชนได้

เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวมจะพบว่า ชุมชนแห่งนี้มี “ทุนทางสังคม” หลายด้านที่ยังไม่ได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น (หมี่กรอบโบราณ) ทรัพยากรธรรมชาติท้องถิ่น (ไผ่ผำ ซึ่งเป็นซูเปอร์ฟู้ด) หรือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (พลังกลุ่ม) หากสามารถบูรณาการทุนเหล่านี้เข้ากับพลังของเยาวชนผ่านกระบวนการคิดเชิงนวัตกรรม ก็จะสามารถสร้าง

โมเดลการพัฒนาชุมชนที่ตอบโจทย์ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และ สุขภาพ ได้ในเวลาเดียวกัน ดังนั้น โครงการ “หมี่กรอบไข่ม้วนวัตกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” จึงถือเป็น กลไกเชิงนวัตกรรมที่เข้ามาแก้ปัญหาสำคัญเหล่านี้ ด้วยการบูรณา การหลัก AIMMI Model และ 8E Model ของ ศ.ดร.เกรียง คักดี เจริญวงศ์ศักดิ์ เพื่อสร้าง “เยาวชนผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ เพื่อสังคม” ที่มีคุณธรรม ความรู้ และมีพลังในการพัฒนาชุมชน อย่างยั่งยืน ประกอบกับการใช้แนวคิดการพัฒนาเยาวชนเชิงบวก (Positive Youth Development หรือ PYD) ของการมีส่วนร่วม ของ 3 ภาคส่วน (Triple Helix Model) ในชุมชน ได้แก่ เยาวชน- ศาสนา-ธุรกิจชุมชน ควบคู่กับการสร้างผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurship) โดยการเรียนรู้แบบลงมือทำ (Learning by Doing) ผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงกับภาคี เครือข่ายชุมชน เป็นการออกแบบ “พื้นที่ปลอดภัย” ให้เยาวชนได้ เรียนรู้ เติบโต ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ สร้างความสัมพันธ์ใน ครอบครัวและชุมชน อีกทั้งสร้างคุณค่าให้กับสังคม ใน ขณะเดียวกันก็สามารถนำไปสู่การสร้างรายได้และผลิตภัณฑ์ สุขภาพที่ยั่งยืนได้จริง

บทที่ 2

สภาพปัจจุบันและความจำเป็น และวัตถุประสงค์โครงการ

2.1 สภาพปัจจุบันและความจำเป็นที่ต้องมีโครงการ

จากการศึกษาข้อมูล พบว่า ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เป็นพื้นที่ที่มีลักษณะการอยู่อาศัยหนาแน่น และเป็นชุมชนเมือง-ชนบทผสม ประชากรรวมประมาณ 103,191 คน (พ.ศ.2565) โดยในพื้นที่ หมู่ที่ 10 ชุมชนบ้านคลองสำโรงนี้มีโรงเรียนประถมและมัธยมหลายแห่ง ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมนักเรียนและเยาวชนในช่วงชั้นประถมศึกษาตอนปลายถึงมัธยมศึกษาตอนต้น (ช่วง ป.4-ม.3) อย่างไรก็ตาม ข้อมูลเชิงพื้นที่ชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัดด้านพื้นที่สาธารณะของชุมชนสำหรับเยาวชนในการทำกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และข้อจำกัดด้านการดูแลของครอบครัวที่พ่อแม่ผู้ปกครองต้องออกทำงานแบบหาเช้ากินค่ำไม่มีเวลาในการดูแลเยาวชน ส่งผลให้เด็กวัยเรียนจำนวนหนึ่งใช้เวลาว่างนอกเวลาเรียนในกิจกรรมที่ไม่สร้างสรรค์ เช่น การรวมกลุ่มมั่วสุม การติดเกม การติดโทรศัพท์มือถือ หรือการเข้าสู่พฤติกรรมเสี่ยงอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานด้านพฤติกรรมเสี่ยงเยาวชนในระดับจังหวัด และการสำรวจระดับประเทศ พบว่า แนวโน้มการใช้เวลาหน้าจอ

โทรศัพท์มือถือแบบไม่เกิดประโยชน์เชิงสร้างสรรค์อยู่ในอัตราสูง การสูบบุหรี่หรือการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงวัยรุ่น และ ปัญหาพฤติกรรมเสี่ยงที่ยังต้องการการแทรกแซงเชิงพื้นที่

ดังนั้นจึงสามารถสรุปสภาพปัจจุบันของชุมชนและความจำเป็นที่ต้องมีโครงการ “หมึ่กรอบไข่ผ่านวัตรกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” ในพื้นที่หมู่ที่ 10 ชุมชนบ้านคลองสำโรง ได้ดังนี้

เยาวชนในชุมชนช่วงชั้น ป.4-ม.3 อยู่ในวัยเปลี่ยนผ่าน เป็นวัยที่กำลังต้องการการพัฒนาทักษะ มีความเปราะบางต่อพฤติกรรมเสี่ยง เยาวชนมีเวลาว่างหลังเลิกเรียน แต่ขาดคำแนะนำที่ดีจากผู้ปกครอง จึงทำให้เยาวชนใช้เวลาว่างในทางที่ไม่เกิดประโยชน์ เช่น เล่นเกมอย่างเดียว ประกอบกับการอยู่ในพื้นที่ซึ่งมีลักษณะชุมชนแออัด ทำให้ขาดพื้นที่สาธารณะหรือกิจกรรมสร้างสรรค์ เยาวชนโดยรวมจึงมีพฤติกรรมเสี่ยง และไม่มีบทบาทในชุมชน

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องสร้างกระบวนการในการพัฒนาเยาวชนผ่านการจัดกิจกรรมของโครงการดังกล่าว เพื่อสร้างโอกาส และพื้นที่ปลอดภัยให้แก่เยาวชนในชุมชน โดยกำหนดให้เยาวชน

- มีบทบาทและความรับผิดชอบจริงในการดำเนินโครงการ
- สร้างทักษะอาชีพจริง
- ให้โอกาสสร้างรายได้จริง
- สร้างการมีส่วนร่วมในชุมชนจริง

เพื่อให้เยาวชนรู้สึกมีคุณค่าในตัวเอง และหันกลับมาใช้เวลาว่างอย่างสร้างสรรค์และเกิดประโยชน์ทั้ง ต่อตนเอง ต่อครอบครัว และต่อชุมชน ซึ่งถือเป็น “ทางเลือกเชิงสร้างสรรค์” ที่ช่วยแก้ปัญหาพฤติกรรมเสี่ยงของเยาวชนช่วงวัยนี้

2.2 วัตถุประสงค์โครงการ

1) เพื่อพัฒนานวัตกรรมอาหารสุขภาพจากทรัพยากรชุมชน โดยมุ่งสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ “หมี่กรอบไข่ผ่า” ซึ่งเป็นการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเพื่อสุขภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง และสามารถผลิตได้จริงโดยเยาวชนในชุมชนบ้านคลองสำโรง

ตัวชี้วัดความสำเร็จ คือ มีสูตรต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์หมี่กรอบไข่ผ่าที่ผ่านการพัฒนาและทดสอบรสชาติ จำนวนอย่างน้อย 2 สูตร ได้แก่ สูตรไข่ผ่าหวานน้อย และสูตรไข่ผ่าเคลือบไวท์

ช็อกโกแลต และสามารถบรรจุจำหน่ายได้จริงในพื้นที่ตลาดน้ำ
โบราณบางพลี

2) เพื่อสร้างกระบวนการพัฒนาเยาวชนให้เป็นผู้ประกอบการ
รุ่นเยาว์แบบครบวงจรในชุมชน โดยผ่านการเรียนรู้เชิงทฤษฎี
เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการที่ดีเพื่อสังคม รวมถึงองค์ความรู้ใน
การทำธุรกิจเพื่อให้ประสบความสำเร็จ อาทิ หลัก 4 รู้ รู้ความมั่ง
คั่ง (รู้หา รู้เก็บ รู้ใช้ รู้ขยายดอกผล) เทคนิคการออม การทำบัญชี
หลักการตลาด (Marketing) การสร้างแบรนด์ (Branding) ช่อง
ทางการขายและการกระจายสินค้า (Sales and distribution
channels) การคิดต้นทุนราคาสินค้า (Cost) และการบริหาร
จัดการธุรกิจเบื้องต้น นอกจากนี้ยังมีการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ
(Workshop) อาทิ ขบวนการผลิตสินค้า การออกแบบโลโก้ (Logo
Design) การทำ Packaging (Design Packaging) และเทคนิคการ
ขายและการประชาสัมพันธ์สินค้า (Selling Techniques &
Public Relations) และฝึกทักษะการขายให้กับเยาวชน ก่อนลง
พื้นที่ขายจริงที่ตลาดน้ำโบราณบางพลี (Script & Roleplay) เพื่อ
เสริมสร้างทักษะชีวิตและความรู้พื้นฐานด้านผู้ประกอบการ
(Entrepreneurial Skills) ให้แก่เยาวชน

ตัวชี้วัดความสำเร็จ คือ เยาวชนในโครงการจำนวนไม่น้อยกว่า 15 คน ได้รับการอบรมครบหลักสูตร และมีคะแนนการทดสอบผ่านเกณฑ์การประเมินผลไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

3) เพื่อลดพฤติกรรมเสี่ยงของเยาวชนและการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์และการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ โดยใช้กิจกรรมการผลิตและจำหน่ายหมีกรอบไข่ผ่า เป็นเครื่องมือในการพัฒนาแนวคิดเชิงบวก ความรับผิดชอบ และการทำงานเป็นทีม

ตัวชี้วัดความสำเร็จ คือ เยาวชนอย่างน้อยร้อยละ 80 มีทัศนคติเชิงบวกต่อการทำงานและการใช้เวลาว่างอย่างสร้างสรรค์และเข้าร่วมกิจกรรมลงพื้นที่จำหน่ายจริงอย่างน้อย สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง

4) เพื่อส่งเสริมความร่วมมือและความเข้มแข็งของชุมชน ชุมชนบ้านคลองสำโรง โดยบูรณาการความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ ได้แก่ เยาวชน ภาควิชาศาสนา และธุรกิจชุมชน ให้มีส่วนร่วมในการวางแผน ผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สร้างโมเดลต้นแบบ “เยาวชน-ศาสนา-ธุรกิจชุมชน” หรือ Y-CORE Model (Youth for Community, Religion & Enterprise) เป็นการ

เปลี่ยนแปลงและขับเคลื่อนธุรกิจชุมชนโดยเยาวชนที่สามารถ
ต่อยอดและขยายผลไปยังชุมชนอื่นได้

ตัวชี้วัดความสำเร็จ คือ เกิดเครือข่ายความร่วมมือภายใน
ชุมชนอย่างน้อย 3 หน่วยงาน (เช่น วัด โรงเรียน และกลุ่มธุรกิจ
ชุมชน) และมีรายได้หมุนเวียนในชุมชนจากผลิตภัณฑ์หมีกรอบไข่
ฝำไม่น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน

5) เพื่อสร้างโมเดลต้นแบบธุรกิจชุมชนที่สามารถขยายผลสู่
การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนได้อย่างยั่งยืน โดยมุ่งพัฒนา “หมีกรอบไข่
ฝำ” ให้เป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ของชุมชน พร้อมทั้งสร้างระบบ
การจัดการผลิต การตลาด และการบริหารรายได้ที่สามารถต่อยอด
สู่การจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนในอนาคต

ตัวชี้วัดความสำเร็จ คือ

- กลุ่มเยาวชนในโครงการร้อยละ 70 มีความพร้อมต่อยอดสู่
การรวมกลุ่มจัดตั้ง “กลุ่มอาชีพ/วิสาหกิจชุมชนหมีกรอบไข่ฝำ”
- มีหน่วยงานท้องถิ่น (เช่น อบต. หรือพัฒนาชุมชนอำเภอ)
เข้ามาสนับสนุนการจดทะเบียนหรือพัฒนาต่อยอดโครงการ

บทที่ 3

แนวคิด (Ideation) : หลักคิด แนวคิด หรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

โครงการ “หมีกรอบไข่ผ่านวัตรกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” ณ ชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ทางคณะผู้จัดทำโครงการ นักศึกษาหลักสูตรนักบริหารระดับสูงเพื่อการสร้างชาติ (นสช.) รุ่นที่ 19 สถาบันการสร้างชาติ คู่มือโปแลนด์โปรตุเกส เริ่มต้นจากการสร้างกรอบความคิดและกระบวนการพัฒนาเยาวชนสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน เพราะเยาวชนในวันนี้คือผู้ใหญ่ในวันหน้า เพื่อให้เยาวชนและคนในชุมชนได้รับการพัฒนาหลักคิดและอุดมการณ์ที่ถูกต้อง โดยการให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคม ทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน สร้างคุณธรรมจริยธรรมผ่านการดำเนินโครงการ และส่งเสริมการสร้างชาติผ่านการพัฒนาระบบการสร้างเยาวชนเพื่อการสร้างชาติอย่างยั่งยืน

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว ทางคณะผู้ดำเนินโครงการ จึงได้ทบทวนวรรณกรรม และศึกษากรอบหลักคิด แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในโครงการดังต่อไปนี้

3.1 แนวคิดและทฤษฎีของ ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์

ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2557) ได้เสนอแนวคิดการพัฒนามนุษย์และสังคมอย่างยั่งยืนผ่านกรอบ AIMMI Model, 8E Model และ Dr. Dan Can Do 3I Innovation ซึ่งเน้นให้การพัฒนาก่อขึ้นครบทุกมิติ ทั้งด้านจิตใจ ความรู้ คุณธรรม และทักษะการดำรงชีวิตในสังคม

3.1.1 AIMMI Model¹

AIMMI Model เป็นแบบจำลองที่อธิบาย กระบวนการเคลื่อนไหวคน ซึ่งประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ที่สอดคล้องประสานและเชื่อมโยงกัน ดังนี้

- **เป้าหมายใจ (Aspiration)** มาจากรากศัพท์ที่หมายถึง ความปรารถนาอย่างแน่วแน่มั่นคง เพื่อเป้าหมายที่สูงกว่า เป้าหมายใจเกิดจาก 3 องค์ประกอบหลัก คือ เป้าหมาย (goal) ช่องว่างระหว่างสถานะปัจจุบันกับเป้าหมาย (gap) และความปรารถนาอย่างแน่วแน่มั่นคงที่จะปิดช่องว่างที่มีอยู่

¹ ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2568). AIMMI Model. (ออนไลน์).

- **แรงบันดาลใจ (Inspiration)** มาจากคำว่า inspirit ซึ่งประกอบด้วย in (ใน) และ spirit (จิตวิญญาณ) หรือหมายถึง การระบายลมปราณเข้าไป การทำให้มีชีวิต การใส่จิตวิญญาณเข้าไป หรืออาจสรุปได้ว่า แรงบันดาลใจ คือ แรงผลักดันจากภายในออกมาภายนอก

- **แรงจูงใจ (Motivation)** ความหมายรากศัพท์เดิมนั้นหมายถึง ขับเคลื่อน (to move) หรือ สิ่งที่ขับเคลื่อนบุคคลให้ทำกิจกรรมบางอย่าง ผมจึงนิยามแรงจูงใจว่า เป็นแรงดึงจากภายนอก (pulling force) มีอิทธิพล จูงใจ หรือ บังคับให้ทำบางสิ่งบางอย่าง ซึ่งมักเป็นเงื่อนไขหรือสภาวะภายนอกที่บังคับหรือจูงใจให้ต้องทำ หรือไปยับยั้งพฤติกรรมที่จะแสดงออก

- **มูลเหตุแห่งใจ (Motive)** หมายถึง ความต้องการเชิงนามธรรมภายในจิตใจที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น เหตุผลของการกระทำ สิ่งที่ให้วัตถุประสงค์และทิศทางของพฤติกรรม

- **สิ่งประสงค์ล่อใจ (Incentive)** หมายถึง การกระตุ้น (stimulating) ผมนิยาม Incentive ว่า เป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมเป็นรางวัลที่กระตุ้นให้คนทำสิ่งต่าง ๆ เช่น เงินทอง ทรัพย์สิน

ความร่ำรวย ตำแหน่ง หน้าที่การงาน สวัสดิการ สุขภาพดี
การพักผ่อน เป็นต้น

AIMMI ช่วยให้สำเร็จในการเคลื่อนคน

AIMMI มีความจำเป็นต่อการเคลื่อนคนให้สำเร็จ ทั้งการสร้าง
ตัว สร้างครอบครัว สร้างชุมชน สร้างองค์กร และสร้างชาติ
โดย AIMMI นั้นเป็นกลไกการขับเคลื่อนคนครบ 3 มิติ คือ

- เป้าหมาย หรือสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นจากการกระทำ เป็น
“แรงปรารถนา” ที่จะทำให้สำเร็จตามเป้าหมาย นั่นคือ เป้า
ทะยานใจ (Aspiration)

- กระบวนการ ในการเคลื่อนคนให้กระทำบางสิ่ง เป็น “แรง
ขับ” คือ แรงผลัก และแรงดึง ให้กระทำ ซึ่งก็คือ แรงบันดาลใจ
(Inspiration) และ แรงจูงใจ (Motivation)

- ผลตอบแทน หรือสิ่งตอบแทนจากการกระทำ เป็น
“แรงกระตุ้น” เพื่อให้กระทำ ซึ่งก็คือ มูลเหตุแห่งใจ (Motive)
และ สิ่งประสงค์ล่อใจ (Incentive)

การขับเคลื่อนคนหรือขับเคลื่อนตนเอง จนประสบความสำเร็จ
จะต้องมีครบทั้ง 3 มิติ ที่สอดคล้องประสานกัน เพราะ **ถ้ามีแต่**

เป้าหมาย แต่ขาดกระบวนการ & ผลตอบแทน (Realization only) อาจจะไม่ไปถึงเป้าหมาย เพราะคนไม่มีแรงกระตุ้น ไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งทางรูปธรรมและนามธรรม ไม่มีการจัดสภาพแวดล้อมที่จูงใจให้กระทำ หรือไม่มีแรงบันดาลใจที่ผลักดันจากภายใน

ถ้ามีแต่ ผลตอบแทน แต่ขาดเป้าหมาย & กระบวนการ (Action only) อาจจะขยันผิดทาง เพราะขาดเป้าหมาย เปรียบเสมือนมนุษย์เงินเดือนที่ทำงานไปเรื่อย ๆ ขาดเป้าหมายและกระบวนการเพื่อขับเคลื่อนให้ทำงานบางอย่าง จนประสบความสำเร็จ

ขณะที่ ถ้ามีแต่ กระบวนการ แต่ขาดเป้าหมาย & ผลตอบแทน (Direction only) อาจทำได้เพียงระยะสั้น และหมดไฟในที่สุด แม้มีกระบวนการขับเคลื่อนที่เกิดจากแรงบันดาลใจ (Inspiration) เช่น ความเชื่อว่าทำได้ และแรงจูงใจ (Motivation) อันเกิดจากแรงดึงดูดจากปัจจัยภายนอก

แต่ถ้าขาดเป้าหมายจะทำได้ไม่นาน แรงบันดาลใจอาจหมดไปได้ และแรงจูงใจ (Motivation) อาจถดถอย เมื่อสถานการณ์เปลี่ยน และถ้าขาดผลตอบแทน จะขาดแรงกระตุ้นให้มีความตั้งใจทำงานต่อเนื่อง เพราะคนไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการ



3.1.2 8E Model²

เป็นต้นแบบยุทธศาสตร์การบริหาร (Model of Management Strategies) เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อนักบริหาร และคนทำงานทุกคน ในการนำไปใช้เป็นหลักคิดในการวางแผนกลยุทธ์ ในการผลิตสิ่งใดให้เกิดผลลัพธ์ที่สร้างประโยชน์สูงสุด ประกอบด้วย 8 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

1) Efficiency หรือ ประสิทธิภาพ ในการจัดการปัจจัยนำเข้าอย่างมียุทธศาสตร์(Input Management strategy) การใช้ปัจจัยนำเข้า (input) ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรใด ต้นทุน วัตถุดิบ

² ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2568). 8E Model. (ออนไลน์).

งบประมาณ เวลา แรงงาน ฯลฯ จะต้องคิดอย่างรอบคอบก่อนว่า จะใช้อย่างไรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด ใช้น้อยที่สุดแต่เกิดผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ (output) มากที่สุด เช่น ไม่เพียงคิดว่างานนี้ต้องใช้คน 3 คน แต่จะคิดว่า คนแต่ละคน จะต้องทำอะไรบ้างแต่ละวัน ต้องทำวันละกี่ชั่วโมง ต้องสร้าง ผลลัพธ์อะไรบ้าง เพื่อให้เต็มศักยภาพ หรือไม่เพียงตั้งงบประมาณ และใช้ให้หมด แต่คิดว่าจะใช้อย่างไร จำเป็นหรือไม่เพียงใด เพื่อให้ ใช้อย่างคุ้มค่าสูงสุด เป็นต้น

2) Excellence หรือ ประสิทธิภาพ ในกระบวนการ ดำเนินการอย่างมียุทธศาสตร์ (Process Management Strategy) ในการเลือกกระบวนการดำเนินการ ต้องแสวงหาวิธีที่ดีที่สุด หรือ ดีเลิศ (excellence) โดยเรียนรู้และต่อยอดจาก ตัวอย่างที่ดีที่สุด (best practice) ในเรื่องนั้น จากผู้ที่ทำสำเร็จไปแล้วและนำมาคิด ต่อยอด หรือเรียนรู้จากกระบวนการใกล้เคียง และนำมา ประยุกต์ใช้ หรือสังเคราะห์สกัดส่วนดีจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อให้ได้ กระบวนการที่เหมาะสมกับเรามากที่สุด การคิดเช่นนี้จะช่วยให้เรา ไม่ต้องเริ่มจากศูนย์ ไม่ต้องก่อร่างขึ้นใหม่ ซึ่งอาจผิดพลาด ลดการ เสียเวลาลองผิดลองถูก แต่เพิ่มโอกาสสู่ความสำเร็จ ด้วยการนำสิ่ง

ดีที่สุดที่มีอยู่มาต่อยอด ประยุกต์ สังเคราะห์ จนมั่นใจว่า กระบวนการดำเนินการของเรามีประสิทธิภาพมากที่สุด

3) Effectiveness หรือ ประสิทธิภาพ ในการสร้างผลผลิต
อย่างมียุทธศาสตร์ (Output Management Strategy) ในการดำเนินการเพื่อก่อให้เกิดผลผลิตตามเป้าหมาย จะต้องมิดัวชีวิตที่กำหนดไว้ชัดเจนว่า ต้องการให้เกิดผลผลิตอะไร เมื่อไร จำนวนเท่าใด มาตรฐานเป็นเช่นไร ฯลฯ เพื่อให้เกิดการโฟกัสที่เป้าหมาย ทำให้การดำเนินงานมุ่งประสิทธิภาพหรือผลผลิตที่ตอบสนองเป้าหมายที่แท้จริง ไม่เพียงสร้างผลผลิตให้เกิดขึ้นเท่านั้น เช่น ในการผลิตสินค้า ต้องไม่เพียงคิดว่าจะผลิตได้จำนวนเท่าไร แต่ต้องมองไปสู่จุดหมายว่า ผู้บริโภคตอบรับและชื่นชอบสินค้าของเรา มากน้อยเพียงใด เป็นต้น

4) Esteemed Valuableness หรือ ประสิทธิภาพ ในการจัดการผลลัพธ์อย่างมียุทธศาสตร์ (Outcome Management Strategy) ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ต้องไม่วัดได้เพียง มูลค่า แต่ต้องวัดคุณค่า ของผลลัพธ์นั้นได้ด้วย เช่น การพัฒนาบุคลากรในองค์กร ไม่เพียงดูจำนวนคนที่ส่งไปอบรมว่าครบตามเป้าหมายหรือไม่ และไม่เพียงดูว่าความรู้ทักษะที่ได้จากการอบรมนั้น นำมาใช้ในองค์กรหรือไม่ แต่ต้องดูด้วยว่า ผลลัพธ์ที่ได้จากการอบรมนั้น นำไปสู่การ

เปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นของหน่วยงานในภาพรวมหรือไม่ เป็นต้น

5) Esthetic-Worthiness หรือ ประสิทธิภาพ ในการบริหาร ผลลัพธ์ให้เลอค่าอย่างมียุทธศาสตร์ (Outdo Management Strategy) เป็นการคิดต่อยอดและขยายเชิงบวกให้กับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ให้เลอค่า หรือมากกว่าคุณค่าที่มีอยู่ เป็นสาระสูงสุด แห่งคุณค่าทั้งปวง เช่น ในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ไม่เพียงคิดเพื่อใช้ผลิตสินค้าของเราเท่านั้น แต่คิดเลยไปสู่การนำไปใช้ในสังคม เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงใหม่ จากรูปแบบเดิมที่ล้าสมัย ไม่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

6) Exponentiality หรือ ประสิทธิภาพ ในการบริหารเพื่อ ทวิคูณผลลัพธ์ที่เลอค่าอย่างมียุทธศาสตร์ (Outburst Management Strategy) เป็นการคิดขยายผลต่อยอดอีกขั้นหนึ่ง เพื่อให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นแผ่ขยายออกไปในวงกว้าง โดยคิดว่าจะนำไปใช้กับคนกลุ่มอื่นได้อย่างไร จะใช้ทางตรงทางอ้อมอย่างไร จะนำประยุกต์ใช้ได้อีกอย่างไร จะกระจายข่าวสารเหล่านี้ให้เข้าถึงทุกกลุ่มได้อย่างไร ฯลฯ เพื่อให้ผลลัพธ์ที่เลอค่านี้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ เพิ่มพูนขึ้นอย่างมากมาย

7) Externality หรือ ประสิทธิเขต ในการขยายผลลัพธ์ไปนอกขอบเขตอย่างมียุทธศาสตร์ (Outbound Management Strategy) คือนอกกรอบความจำกัดด้านพื้นที่ กลุ่มคน โดยออกแบบให้มีผลนอกขอบเขตด้วย เช่น การนำไปใช้ทั้งในเมืองหนาว เมืองร้อน การนำไปใช้ได้ทั้งในภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม การใช้ได้ทุกกลุ่ม ทุกพื้นที่ อย่างไม่มีข้อจำกัด เป็นต้น

8) Eschatonicity หรือ ประสิทธิกาล ในการบริหารเพื่อผลลัพธ์ที่ยั่งยืนอย่างมียุทธศาสตร์ (Outlast Management Strategy) คิดไกลเกินกว่าเป้าหมายเฉพาะหน้า หรือความต้องการระยะสั้น ซึ่งอาจนำไปสู่ผลเสียระยะยาวตามมา แต่คิดเพื่อให้สามารถไปสู่นาคตได้ โดยเอาชนะผลแห่งกาลละ ความไม่แน่นอนต่าง ๆ ได้ เพื่อให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นนั้นมีผลยั่งยืนยาวนาน ไปถึงอนาคต

หากในกระบวนการคิดวางแผนยุทธศาสตร์ใด ๆ สามารถนำองค์ประกอบ 8E มาร่วมคิดด้วยอย่างครบถ้วนตั้งแต่เริ่มต้น จะช่วยให้มองเห็นเส้นทางความสำเร็จชัดเจนขึ้น และมั่นใจว่าจะได้ผลลัพธ์ที่พึงประสงค์อย่างแท้จริง



- E1 Efficiency: ประสิทธิภาพ**
บริหาร 'ปัจจัยนำเข้า' (input) ให้คุ้มค่าที่สุด
- E2 Excellence: ประสิทธิภาพ**
บริหาร 'กระบวนการ' (process) ให้ดีที่สุด
- E3 Effectiveness: ประสิทธิภาพ**
บริหาร 'ผลลัพธ์' (output) ให้ได้ปริมาณและคุณภาพตามมาตรฐานสูงสุด
- E4 Esteemed Valuableness: ประสิทธิภาพ**
บริหาร 'ผลลัพธ์' (outcome) ให้เกิดคุณค่าแท้จริงที่สุด
- E5 Esthetic-Worthiness: ประสิทธิภาพ**
บริหารผลลัพธ์ให้ 'เลอค่า' (outdo) ได้คุณค่าสูงสุด
- E6 Exponentiality: ประสิทธิภาพ**
บริหารผลลัพธ์ให้ 'ทวีคูณ' (outburst) ได้มากที่สุด
- E7 Externality: ประสิทธิภาพ**
บริหารผลลัพธ์ให้ขยายออก 'นอกขอบเขต' (outbound) ครอบคลุมมิติประเด็น
กลุ่มคนและพื้นที่ต่าง ๆ มากที่สุด
- E8 Eschatonicity: ประสิทธิภาพ**
บริหารผลลัพธ์ให้คงอยู่ 'ยั่งยืนข้ามกาลเวลา' (outlast) ยาวนานที่สุด

ภาพที่ 1

โมเดลประสิทธิภาพ 8E : ยุทธศาสตร์การบริหารอย่างมีผลชัย
ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์

3.1.3 แนวคิด Dr. Dan Can Do 3I Innovation (3I Model)

เป็นแนวคิดของ ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ เพื่อสร้างนวัตกรรมในการขับเคลื่อนประเทศให้ก้าวสู่ความอารยะ หรือเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว อันเป็นโครงการไหลสู่ นวัตกรรม 3I ประกอบด้วย

1) นวัตกรรมความคิด (Ideation Innovation) คือ การทบทวนในสิ่งที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน

2) นวัตกรรมสิ่งปฏิบัติ (Implementation Innovation) คือ การกำหนดขั้นตอน กรอบเวลา ทรัพยากร และ output

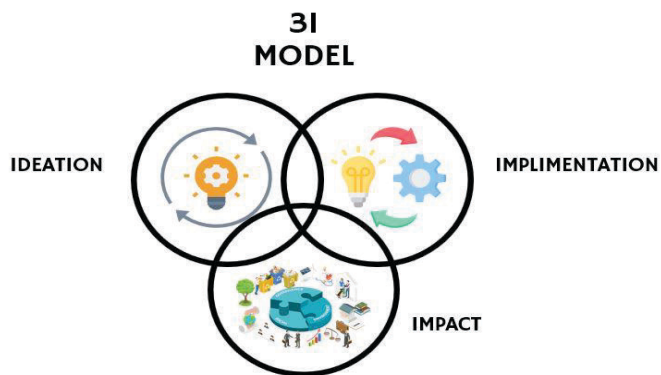
3) นวัตกรรมผลกระทบ (Impact Innovation) โดยการมี

3.1 outcome ผลลัพธ์ตามเป้าประสงค์

3.2 outdo ผลลัพธ์ที่เลือก

3.3 outburst ผลลัพธ์ที่สร้างกระแสให้เกิดผลอย่างต่อเนื่อง

3.4 outlast ผลลัพธ์ที่จะอยู่คงทน



ภาพที่ 2

Dr. Dan Can Do 3I Innovation : 3I Model

ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์

3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบความร่วมมือสาม ประสานหรือไตรภาคี (Triple Helix)³

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติของประเทศไทย (2014) ได้อธิบายความหมายของ Triple Helix⁴ ไว้ว่า คือ การทำให้เกิดการผสมผสานเกี่ยวสัมพันธ์ทางการทำงานระหว่างภาครัฐกิจ

³ Wikipedia. (2568). Triple helix model of innovation. (Online)

⁴ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2557). การพัฒนานวัตกรรมของสวีเดน (1). เข้าถึงได้จาก NIA (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ) :

<http://www.nia.or.th/innolinks/200803/innovupdate.htm>

(โดยเฉพาะระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) ภาคการศึกษา (โดยเฉพาะการพัฒนาผลงานวิจัยที่มีนวัตกรรมสูง) และภาครัฐบาล (ต้องมีการกำหนดนโยบายด้านนวัตกรรมที่ชัดเจน และต่อเนื่อง) ทั้งนี้ ทุกองค์ประกอบจะต้องมีความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตสู่เชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างนโยบายในการสนับสนุนนวัตกรรมที่ถูกต้องรวมถึงการ กำหนดกฎเกณฑ์ที่ไม่ยุ่งยากจนไม่สามารถทำงานร่วมกันได้ นอกจากนี้จำเป็นต้องมีการแสวงหาพันธมิตร (Partners) เพื่อจะได้ ช่วยเหลือในด้านการดำเนินงานต่าง ๆ เช่น การตลาด การแสวงหา ผู้ร่วมลงทุน เนื่องจากผู้ประกอบการไม่สามารถทำทุกหน้าที่ ทั้งหมดได้และมักจะเกิดปัญหาตามมาในอนาคต ดังนั้น หากมี หุ้นส่วนในการทำธุรกิจที่ดีก็จะมีโอกาสประสบความสำเร็จในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ดีกว่า (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2014)

การประสานความร่วมมือไตรภาคี (Triple Helix) ถือเป็น หัวใจสำคัญสำหรับการพัฒนาระบบนิเวศนวัตกรรม ความร่วมมือ ไตรภาคีจะให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงการดำเนินงานของ หน่วยงานภาคเอกชน ภาครัฐและภาคการศึกษาเข้าด้วยกัน เพื่อให้ เกิดการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีจากภาคการศึกษาซึ่งเป็น ผู้ผลิตบุคลากรและองค์ความรู้ ไปสู่ภาคเอกชนที่สามารถสร้าง

ผลกระทบต่อการพัฒนาาระบบเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงการกำหนดนโยบาย การออกกฎระเบียบ และการบริหารจัดการงบประมาณของภาครัฐ ให้เป็นไปอย่างสอดคล้องและสามารถสนับสนุนกิจกรรมของภาคเอกชนอย่างมีประสิทธิภาพ

ในกลุ่มประเทศเศรษฐกิจที่เติบโตด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven) อาทิ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เยอรมนี ญี่ปุ่น ภาคเอกชนจะทำหน้าที่เป็นต้นกำลังในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ ในขณะที่ภาคการศึกษาจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนด้านองค์ความรู้ และภาครัฐจะช่วยสนับสนุนด้านนโยบายและโครงสร้างพื้นฐาน โดยการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาในกลุ่มประเทศดังกล่าวจะมาจากภาคเอกชน เป็นหลัก

ในประเทศเยอรมนี สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น การลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชนจะมีสัดส่วนมากเกือบร้อยละ 70 จากการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาของประเทศ ในขณะที่ประเทศไทยมีสัดส่วนการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชนในปี พ.ศ. 2554 อยู่ที่ประมาณร้อยละ 50 แต่ถึงกระนั้นก็ไม่อยู่ในระดับที่จะสามารถผลักดันให้ประเทศไทยก้าวไปสู่ประเทศที่ระบบเศรษฐกิจเติบโตด้วยนวัตกรรมได้

ส่วนหนึ่งมีสาเหตุมาจากการที่ผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่ยังขาดศักยภาพในการวิจัยและพัฒนา และยังต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาคการศึกษาและภาครัฐ รวมทั้งมีผู้ประกอบการขนาดใหญ่เพียงบางส่วนที่มีศักยภาพในการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาด้วยตนเอง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการไทยยังต้องอาศัยความช่วยเหลือและการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคการศึกษาหรือหน่วยงานภาครัฐ อาทิ การวิจัยและพัฒนา การให้คำปรึกษา การวิเคราะห์ทดสอบ การฝึกอบรม และการทดสอบตลาด

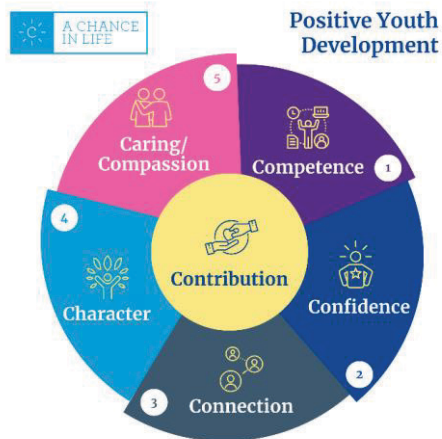
3.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Positive Youth Development (PYD)⁵

แนวคิด Positive Youth Development (PYD) หรือ การพัฒนาเยาวชนเชิงบวก คือ แนวทางที่มองว่าเยาวชนเป็น "ทรัพยากร" ที่ต้องได้รับการพัฒนา ไม่ใช่ "ปัญหา" ที่ต้องแก้ไข เน้นการสร้างจุดแข็งและศักยภาพของเยาวชน โดยมี 5Cs เป็นกรอบหลัก ได้แก่ ความสามารถ (Competence), ความมั่นใจ (Confidence), ความสัมพันธ์ (Connection), ลักษณะนิสัย (Character) และ ความเอาใจใส่ (Compassion) เมื่อ 5Cs นี้

⁵ Wikipedia. (2568). Positive youth development. (Online)

ได้รับการพัฒนา จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ 6 คือ "การมีส่วนร่วม" (Contribution) ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) **ความสามารถ (Competence)** คือ การพัฒนาความสามารถทางปัญญา อารมณ์ ศีลธรรม พฤติกรรม และสังคม
- 2) **ความมั่นใจ (Confidence)** คือ การสร้างความเชื่อมั่นในตนเองเพื่อการตัดสินใจและกำหนดทิศทางชีวิต
- 3) **ความสัมพันธ์ (Connection)** คือ การสร้างความผูกพันที่แข็งแกร่งและมีความหมายกับผู้อื่น
- 4) **ลักษณะนิสัย (Character)** คือ การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
- 5) **ความเอาใจใส่ (Compassion)** คือ การพัฒนาความเห็นอกเห็นใจและห่วงใยผู้อื่น
- 6) **การมีส่วนร่วม (Contribution)** คือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการพัฒนา 5Cs นั่นคือ เยาวชนที่สามารถเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยพัฒนาและสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนของตนเอง



ภาพที่ 3

Positive Youth Development Model : PYD Model

3.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurship)⁶

แนวคิดผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurship) คือ การใช้แนวทางการทำธุรกิจเพื่อสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อ

⁶ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. 2568. “โครงการการพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมเสริมหลักสูตรด้านความเป็นผู้ประกอบการ รายวิชา การประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurship)”. : 13-14. (ออนไลน์).

สังคม โดยมุ่งแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืน ทฤษฎีหลัก คือ การผสมผสานระหว่างนวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) และความรู้ด้านธุรกิจ เพื่อให้เกิดกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่มีเป้าหมายหลักเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่ยังคงความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจเพื่อให้กิจการอยู่รอดและเติบโตได้

การประกอบการเพื่อสังคมเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงและได้มีกรณีตัวอย่างที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจ ให้แก่เยาวชนรุ่นหลังที่มีความหลงใหลและเป้าหมายในการสร้างคุณค่าให้แก่สังคม (Social Value) และมีแรงจูงใจ จากความเห็นอกเห็นใจคนอื่น นอกเหนือจากตนเอง อย่างไรก็ดีในมุมมองของขอบเขตของการประกอบการเพื่อสังคม อาจยังประสบปัญหาในการตีความด้วยว่า คำว่า “สังคม” เป็นคำที่มีความกว้างและมีหลากหลายมิติในการตีความ จึงทำให้ความหมายของการประกอบการเพื่อสังคมต่างได้รับการนำเสนอจากทั้งผู้ประกอบการเพื่อสังคม องค์กรเพื่อสังคม รวมไปถึงนักวิชาการจากหลากหลายสาขา ทั้งนี้ ส่วนประกอบสำคัญของการประกอบการเพื่อสังคม จะต้องมียุทธศาสตร์ ความหมายเดิมของ “การประกอบการ (Entrepreneurship)” และ มีคำขยายนาม “สังคม (Social)”

รวมเข้าด้วยกัน ซึ่งหมายถึง กิจกรรม (Activity) หรือ กระบวนการ (Process) ที่มีนวัตกรรมและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ โดยจะต้องค้นหา โอกาสและผสมผสานทรัพยากรเพื่อ สามารถที่จะสร้างคุณค่าทาง สังคม (Social Value) และกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการทางสังคม (Social Needs) ได้ ทั้งนี้ การประกอบการเชิงธุรกิจและการ ประกอบการเพื่อสังคม ถึงแม้ว่าความแตกต่างที่สำคัญ คือ พันธกิจ (Mission) แต่กระบวนการที่ใช้แนวคิดใหม่การแสวงหาโอกาส และทางแก้ไขปัญหาใหม่อย่างมีนวัตกรรมต่างมีลักษณะ ที่คล้ายคลึงกัน อย่างไรก็ตามการประกอบการเพื่อสังคมยังเป็นตัว แปรสำคัญในการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมให้เกิดผลกระทบ ในเชิงบวก และมีบทบาทที่สำคัญไม่ว่าจะเป็นในด้านการสร้าง เครือข่ายทางสังคมในชุมชน การสร้างงาน การสร้างสรรค์ สวัสดิการในรูปแบบใหม่ หรือการแก้ไขปัญหาที่สำคัญ ด้วยว่า ผู้ประกอบการเพื่อสังคมเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มี บุคลิกลักษณะที่แตกต่างจากคนทั่วไป และเป็นที่ต้องการของ ชุมชนในสังคม ซึ่งการสร้างและพัฒนา ผู้ประกอบการเพื่อสังคม นั้นสามารถทำได้และมีองค์กรที่ตั้งอยู่อย่าง เช่น Ashoka ในประเทศไทย ก็มีการเปิดโอกาสให้ เยาวชนคนไทยมีส่วนร่วมเป็น

ผู้สร้างการเปลี่ยนแปลงหรือจัดตั้ง Ashoka Fellows3 ขึ้นเพื่อ
ที่จะสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงในชุมชนและสร้างการประกอบการ
เพื่อสังคมในประเทศไทย เป็นต้น

บทที่ 4

แนวคิด (Ideation) : การประยุกต์หลักคิดหรือทฤษฎีกับโจทย์ ของโครงการ

คณะผู้จัดทำโครงการ ได้นำแนวคิดและทฤษฎีจากที่ได้ศึกษา มาเป็นกรอบหลักคิดกำหนดทิศทางของโครงการ และประยุกต์ใช้ในการดำเนินโครงการ “หมีกรอบไข่ม้วนวัตรกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” ในพื้นที่ชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อขับเคลื่อนโครงการให้ประสบผลสำเร็จ ดังนี้

4.1 แนวคิดจาก ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์

แนวคิดของ ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2560) มุ่งเน้น “การพัฒนาเชิงบูรณาการ” (Integrative Development) ที่เชื่อมโยงองค์ประกอบของ “คน ความรู้ และคุณธรรม” เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงคุณภาพในชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน ซึ่งถือเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญของสังคม การพัฒนาเยาวชนจึงไม่ควรจำกัดเพียงด้านการศึกษา เท่านั้น แต่ควรสร้างโอกาสให้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ผ่านกระบวนการคิด-ทำ-สะท้อนผล

การนำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ในโครงการ “หมึกรอบไขผ่านนวัตกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” จึงมุ่งสร้าง “การเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง” (Experiential Learning) โดยเยาวชนได้ฝึกกระบวนการผลิตสินค้าท้องถิ่น การบริหารต้นทุน และการตลาดเชิงชุมชน ซึ่งช่วยหล่อหลอมทั้งความรู้ ทักษะชีวิต และคุณธรรมทางเศรษฐกิจ โดยอาศัยหลักคิดทั้งหมด 3 เรื่องดังนี้

4.1.1 AIMMI Model

เป็นกรอบคิดว่าด้วย “พลังภายในของมนุษย์” ที่ขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งในระดับบุคคลและองค์กร โดยประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ Aspiration, Inspiration, Motivation, Motive และ Incentive (เกรียงศักดิ์, 2562)

1. Aspiration (เป้าหมายใจ) คือ เป้าหมายที่ยิ่งใหญ่ในใจของเยาวชน ที่ทำให้เกิดความมุ่งมั่นจะพัฒนาและประสบความสำเร็จในชีวิต ในโครงการนี้ เยาวชนตั้ง “เป้าหมายใจ” ไว้ที่การเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ของชุมชนที่จะทำประโยชน์เพื่อชุมชน

2. Inspiration (แรงบันดาลใจ) เกิดจากแบบอย่างหรือกิจกรรมที่สร้างพลังใจให้เยาวชนเห็นคุณค่าของตนเองและผู้อื่น

โดยโครงการนี้ใช้การเรียนรู้ผ่านชุมชนและภาคีเครือข่าย เช่น วัด พ่อแม่ผู้ปกครอง และมีการสร้างพี่เลี้ยงของชุมชน โดยเป็นเยาวชน รุ่นพี่ที่คอยช่วยเหลือรุ่นน้อง เพื่อเป็นแรงบันดาลใจและให้คำปรึกษาแก่เยาวชนในการทำโครงการ

3. Motivation (แรงจูงใจ) คือ พลังผลักดันจากภายในที่ทำให้เกิดการลงมือทำอย่างต่อเนื่อง โดยเยาวชนได้รับแรงจูงใจจากการเห็นผลลัพธ์จริงและรายได้ที่ได้รับจากการขาย หมี่กรอบไข่ฝำในโครงการ

4. Motive (มูลเหตุแห่งใจ) คือ เหตุผลเล็ก ๆ ที่ทำให้เยาวชนต้องการเปลี่ยนแปลงชีวิต เช่น การช่วยเหลือครอบครัว ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่สะท้อนคุณธรรมและความรับผิดชอบในตนเอง

5. Incentive (สิ่งประสงค์ล่อใจ) คือ รางวัลหรือผลตอบแทนที่ช่วยกระตุ้นให้เยาวชนพัฒนาตนเอง โดยในโครงการนี้คือรายได้และการออมที่เกิดจากการขายจริงของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ

ดังนั้น AIMMI Model ช่วยให้โครงการสร้างสมดุลระหว่าง “พลังภายใน” และ “ผลตอบแทนภายนอก” เพื่อขับเคลื่อน

การเรียนรู้และพฤติกรรมของเยาวชนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่าง
ยั่งยืน

4.1.2 8E Model

แบบจำลอง 8E Model เป็นแนวคิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบ ที่เชื่อมโยงประสิทธิภาพในทุกมิติของมนุษย์และองค์กร โดย ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เสนอว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องไม่หยุดอยู่เพียงประสิทธิภาพ แต่ต้องขยายไปสู่ “ประสิทธิภาพ” และ “ประสิทธิภาพ” เพื่อให้เกิดคุณค่าแท้ (เกรียงศักดิ์, 2560) โดย การประยุกต์ใช้ในโครงการหมีกรอบไข่ผ่า สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

ตารางสรุปความเชื่อมโยงแนวคิด 8E Model กับโครงการ
“หมักรอบไข่ม้วนนวัตกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว”

มิติของ 8E	ความหมายเชิงแนวคิด	การประยุกต์ในโครงการ
1. Efficiency	การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า	บริหารวัตถุดิบและระยะเวลาในการผลิตให้มีต้นทุนต่ำ
2. Excellence	กระบวนการเรียนรู้มุ่งสู่ความเป็นเลิศ	ยกระดับกระบวนการเรียนรู้ของเยาวชนและสร้างคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน
3. Effectiveness	การบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ	บรรลุเป้าหมายการเรียนรู้และการออกแบบเยาวชนแต่ละคน
4. Esteemed Valueness	ผลลัพธ์ทำให้เกิดคุณค่าที่เป็นที่ยอมรับ	กระบวนการเรียนรู้ของเยาวชนและผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับจากชุมชนและลูกค้าในตลาด
5. Esthetic-Worthiness	ผลลัพธ์เลิศค่า ให้คุณค่าสูงสุด	การคืนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนภูมิปัญญาไทย ขนบโบราณที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน
6. Exponentiality	ผลลัพธ์เกิดการเติบโตแบบทวีคูณ	การขยายผลสู่โรงเรียนและตำบลใกล้เคียง และทำเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนวิสาหกิจ
7. Externality	การเชื่อมโยงผลต่อสังคม	สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อครอบครัวและชุมชนใกล้เคียง
8. Eschatonicity	ความยั่งยืนในระยะยาว	วางรากฐานต่อยอดสู่ “วิสาหกิจชุมชนเยาวชน”

8E Model จึงเป็นแนวคิดที่ช่วยให้โครงการมีทิศทาง การพัฒนาอย่างรอบด้าน ครอบคลุมทั้งคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ และสังคมอย่างยั่งยืน

4.1.3 แนวคิด Dr. Dan Can Do 3I Innovation

การขับเคลื่อนโครงการด้วยแนวคิด 3I Innovation เป็นกรอบ พัฒนานวัตกรรมที่เน้นการเปลี่ยนแปลงอย่างมีระบบ เริ่มตั้งแต่ ความคิดจนถึงผลกระทบ โดย ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ (2561) อธิบายว่า กระบวนการนวัตกรรมต้องเริ่มจาก “นวัตกรรมความคิด” (Ideation) นำไปสู่ “นวัตกรรมสิ่งปฏิบัติ” (Implementation) และ “นวัตกรรมผลกระทบ” (Impact) โดยทางคณะผู้จัดทำ โครงการได้นำแนวความคิดดังกล่าวมาประยุกต์ดังนี้

1. Ideation Innovation – นวัตกรรมความคิด

เยาวชนเรียนรู้การคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) เพื่อนำ ผักพื้นบ้านภูมิปัญญาท้องถิ่น “ไข่ผ่า” แต่มีคุณค่าทางอาหารสูง มาผสมผสานกับเมนู “หมี่กรอบโบราณ” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เด่นของ ชุมชน

2. Implementation Innovation – นวัตกรรมสิ่งปฏิบัติ

เยาวชนเรียนรู้กระบวนการและขั้นตอนการเป็นผู้ประกอบการ โดยลงมือปฏิบัติจริงและได้ทดลองผลิตหมี่กรอบไข่ผ่าสูตรใหม่ที่

เป็นนวัตกรรมอาหารสุขภาพ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และจำหน่ายจริง โดยได้รับคำปรึกษาจากพี่เลี้ยงธุรกิจในพื้นที่

3. Impact Innovation – นวัตกรรมผลกระทบ
ผลลัพธ์ของโครงการไม่เพียงสร้างรายได้ แต่ยังสร้างแรงบันดาลใจ ความมั่นใจ และความรับผิดชอบให้กับเยาวชน รวมทั้งส่งเสริมความสามัคคีในชุมชน ให้เยาวชนใช้เวลาว่างในทางที่ถูกต้องและเกิดประโยชน์ต่อชุมชน

ดังนั้น แนวคิด 3I Innovation ช่วยให้การดำเนินโครงการไม่เพียง “คิด” และ “ทำ” เท่านั้น แต่ยัง “สร้างผลกระทบทางสังคม” อย่างแท้จริง

แนวคิดทั้ง 3 ชุดของ ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ที่คณะผู้ดำเนินโครงการได้นำมาเป็นกรอบแนวความคิด ได้แก่ AIMMI Model, 8E Model, และ 3I Innovation ทำหน้าที่เป็น “กรอบคิดแม่บท” (Conceptual Framework) ของโครงการ “หมีกรอบไข่นวัตกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” เพื่อให้การพัฒนาเยาวชนมีเป้าหมายชัดเจน มีระบบคิดที่ครบวงจร และสามารถวัดผลเชิงคุณค่าได้ ทั้งในระดับบุคคลและชุมชน

4.2 แนวคิด Triple Helix Model

แนวคิด Triple Helix เป็นกรอบคิดการพัฒนาที่มุ่งส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนหลัก 3 ด้าน ได้แก่ ภาครัฐ/สถาบัน (เช่น วัดหรือโรงเรียน) ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000) เพื่อสร้างนวัตกรรมและขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานความรู้ในระดับชุมชน

สำหรับโครงการ “หมี่กรอบไข่ม้วนวัดกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” ได้นำโมเดลนี้มาประยุกต์ใช้ และสร้างโมเดลใหม่ คือ โมเดลการมีส่วนร่วมของ “เยาวชน-ศาสนา-ธุรกิจ” หรือในโครงการนี้ เรียกว่า “Y-CORE Model” ย่อมาจาก “Youth for Community, Religion & Enterprise” ที่เน้นการเปลี่ยนแปลงและขับเคลื่อนธุรกิจชุมชนโดยเยาวชน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. เยาวชนเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้กระบวนการในการเป็นผู้ประกอบการ
2. ศาสนา ได้แก่ วัดหรือศาลเจ้าในพื้นที่ทำหน้าที่เป็นฐานการเรียนรู้เชิงคุณธรรม การมีส่วนร่วมในพื้นที่ที่อยู่อาศัยของชุมชน
3. ภาคธุรกิจชุมชน ได้แก่ ครอบครัว ผู้ใหญ่บ้าน และคนในชุมชน ที่ทำหมี่กรอบโบราณเข้ามาเป็นพี่เลี้ยงในการพัฒนา

“ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ” ในเชิงปฏิบัติการ เพื่อสร้างระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในพื้นที่ตำบลบางพลีใหญ่ให้เยาวชนได้เรียนรู้กระบวนการ และสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชน



ภาพที่ 4 Y-CORE Model

4.3 แนวคิด Positive Youth Development หรือ PYD

ทฤษฎี Positive Youth Development (PYD) มุ่งเน้นการพัฒนาเยาวชนผ่านจุดแข็ง (strength-based approach) โดยส่งเสริม “5Cs” ได้แก่ Competence, Confidence, Connection, Character และ Caring (Lerner et al., 2005) ซึ่งจะนำไปสู่ “Contribution” หรือการมีส่วนร่วมสร้างคุณค่าให้สังคม

สำหรับโครงการ “หมี่กรอบไข่น้ำผ่านนวัตกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” เยาวชนได้ฝึกฝนการทำงานร่วมกัน การสื่อสารกับเยาวชนในโครงการ สื่อสารกับลูกค้า เรียนรู้การบริหาร การมีรายได้ และการเก็บออม ซึ่งเป็นการพัฒนาความรับผิดชอบ และความมั่นใจในตนเอง อันเป็นผลลัพธ์ตามแนวทาง PYD อย่าง เป็นรูปธรรม

4.4 แนวคิด Social Entrepreneurship

แนวคิด ผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurship) มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าทางสังคมควบคู่ไปกับ ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ (Dees, 1998) โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมในการแก้ปัญหาสังคม

ในบริบทของโครงการ “หมี่กรอบไข่น้ำผ่านนวัตกรรมอาหาร สุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” เยาวชนได้รับการส่งเสริมให้คิด เชิงระบบธุรกิจเพื่อสังคม เรียนรู้การบริหารสินค้าชุมชน และใช้ ความรู้ด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมาสร้างผลิตภัณฑ์นวัตกรรม อาหาร “หมี่กรอบไข่น้ำ” ที่สะท้อนทั้งคุณค่าทางโภชนาการและ จิตสำนึกเพื่อสังคมในการสร้างนวัตกรรมอาหารที่ส่งเสริมสุขภาพ ของคนในสังคม อีกทั้งอนุรักษ์อาหารไทยโบราณและรักษา สิ่งแวดล้อม

4.5 แนวทางในการดำเนินการ

คณะผู้จัดทำโครงการได้ประชุมร่วมกันเพื่อวางแนวทางการขับเคลื่อนโครงการภายใต้กรอบแนวคิด ยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน ภายใต้หลัก 3I (Ideation, Implementation, Impact) โดยมีแนวทางการดำเนินการดังนี้

1. สร้างอุดมการณ์ ให้เยาวชนในชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เห็นถึงความสำคัญในการสร้างชาติผ่านการสร้างนวัตกรรมอาหารสุขภาพ และเป็นผู้ประกอบการตัวจิ๋วที่ทำเพื่อชุมชนและสังคม โดยการจัดอบรมให้ความรู้ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ อีกทั้งมีการ Workshop ให้กับเยาวชน

2. สร้างความร่วมมือ โดยการสร้างแนวคิดและกระบวนการเรียนรู้ให้กับเยาวชน ในการสร้างนวัตกรรมอาหารสุขภาพ และเป็นผู้ประกอบการตัวจิ๋วของชุมชนร่วมกัน โดยการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

3. การดำเนินการ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ ตามแผนงาน และงบประมาณ ให้เป็นไปตามเป้าหมายกรอบระยะเวลาที่กำหนด

4. ติดตามผลการดำเนินงาน โดยการมีตัวชี้วัดเพื่อประเมินผล

4.6 แผนการดำเนินโครงการและงบประมาณ

คณะผู้จัดทำโครงการได้กำหนดแผนการดำเนินโครงการ “หมี่กรอบไข่ม้วนวัตรกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1. คัดเลือกเยาวชนแกนนำโครงการ (ม.ปลาย/หัวหน้าห้อง) พร้อมอบรมภาคทฤษฎี โดยการให้ความรู้และทักษะที่สำคัญในการเป็นผู้ประกอบการเบื้องต้นแก่เยาวชน

2. ฝึกภาคปฏิบัติ โดยการคิดนวัตกรรมอาหารสุขภาพ (สูตรใหม่) และทำหมี่กรอบไข่ม้วน พร้อมอบรมเรื่องสุขาภิบาลและโภชนาการ

3. ฝึกภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ได้แก่ การสร้างแบรนด์ การออกแบบโลโก้ การทำเพจ Facebook การประชาสัมพันธ์และการขายทั้ง face-to-face และออนไลน์

4. ประชาสัมพันธ์และสร้างกิจกรรม โดยการลงพื้นที่เปิดจุดจำหน่ายในวัดและชุมชน เช่น เปิดบูธจำหน่ายที่ตลาดน้ำบางพลี แบบหมุนเวียน เฉพาะวันเสาร์และวันอาทิตย์

5. ติดตามผล ปรับปรุง และนำเสนอแก่ อบต./อำเภอ
เพื่อขอรับการสนับสนุนเพื่อดำเนินโครงการอย่างยั่งยืน
และสามารถขยายผลต่อไปยังพื้นที่ใกล้เคียง

แผนกิจกรรมการดำเนินโครงการ ทั้งหมด 16 สัปดาห์

กิจกรรม	ระยะเวลา (สัปดาห์)																งบประมาณ
	เดือน มิถุนายน				เดือน กรกฎาคม				เดือน สิงหาคม				เดือน กันยายน				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1. สํารวจข้อมูลเยาวชน ข้อมูลพื้นที่ชุมชน และ เตรียมการจัดกิจกรรม ประสานชุมชน 1.1 ลงพื้นที่ สํารวจชุมชน สินค้าที่อยู่ในพื้นที่ 1.2 นัดหมายชุมชนและ เยาวชน เพื่อดําเนิน กิจกรรม																	
2. เริ่มกิจกรรมกลุ่ม เยาวชน 2.1 อบรมครั้งที่ 1																	

กิจกรรม	ระยะเวลา (สัปดาห์)																งบประมาณ
	เดือน มิถุนายน				เดือน กรกฎาคม				เดือน สิงหาคม				เดือน กันยายน				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
- ศึกษากิจกรรมที่ครอบคลุม ไข่มุก และบรรจุภัณฑ์ ให้แก่เยาวชน - ศึกษากิจกรรมผลิตและ สุนัขบาลอาหาร / ทดลองสูตร 2.2 อบรมครั้งที่ 2 - ศึกษากิจกรรมทำธุรกิจ การ ตั้งบริษัทจำลอง - ศึกษากิจกรรมการตลาด - ศึกษากิจกรรมสร้างแบรนด์ - ศึกษากิจกรรม ประชาสัมพันธ์																	



บทที่ 5

การปฏิบัติ (Implementation) : การเลือกพื้นที่ หรือกลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้จัดทำโครงการได้เลือกพื้นที่หรือกลุ่มตัวอย่างในการดำเนินโครงการ “หมึกรอบไข่นวนวัตกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” ที่ชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยชุมชนแห่งนี้ถือเป็นพื้นที่ที่มีจุดเด่นหลากหลาย ที่ยังสามารถพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนได้อีก ซึ่งคณะผู้จัดทำโครงการพิจารณาจากปัจจัยดังนี้

5.1 บริบทของพื้นที่และชุมชน

ชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ตำบลบางพลีใหญ่ เป็นพื้นที่ชุมชนขนาดใหญ่ในเขตอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งมีลักษณะเป็นชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอิสระ ค้าขาย รับจ้างทั่วไป และแรงงานในภาคอุตสาหกรรม (สำนักงานสถิติจังหวัดสมุทรปราการ, 2566) พื้นที่นี้มีความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างเขตอุตสาหกรรมและพื้นที่ตลาดเก่าแก่ของจังหวัด

ภายในตำบลมีสถานที่สำคัญทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ได้แก่ **ตลาดน้ำโบราณบางพลี** ซึ่งเป็นศูนย์กลางของวิถีชีวิตและเศรษฐกิจฐานรากของคนในชุมชน ตลาดแห่งนี้มีประวัติยาวนานกว่า 150 ปี และยังคงเป็นพื้นที่ค้าขายสินค้าท้องถิ่น อาหารพื้นบ้าน และผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น ขนมไทย ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และอาหารสุขภาพ (เทศบาลตำบลบางพลีใหญ่, 2566)

ชุมชนบ้านคลองสำโรง ตำบลบางพลีใหญ่ มีความเข้มแข็งด้านเครือข่ายศาสนาและจิตอาสา โดยมีวัดบางพลีใหญ่ในเป็นศูนย์กลางทางจิตใจและศีลธรรมของคนในพื้นที่ กิจกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงผู้คนทุกช่วงวัยให้มีส่วนร่วมในการพัฒนา รวมถึงเยาวชนที่เติบโตในชุมชนนี้ด้วย

5.2 กลุ่มเป้าหมายและศักยภาพของเยาวชนในพื้นที่

กลุ่มเยาวชนเป้าหมายของโครงการ คือ เยาวชนช่วงชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ถึงมัธยมศึกษาปีที่ 3 จากชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ในเขตตำบลบางพลีใหญ่ โดยกลุ่มเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการคัดเลือกจากความสมัครใจของเยาวชนและผู้ปกครอง

ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ หมู่ที่ 10 บ้านคลองสำโรง ซึ่งเป็นชุมชนที่มีความพร้อมและได้รับความร่วมมือจากผู้ปกครองและคณะกรรมการชุมชนเป็นอย่างดี

เยาวชนในชุมชนมีศักยภาพด้านการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ และมีความสนใจในกิจกรรมสร้างรายได้ แต่ในขณะเดียวกันกลับมีข้อจำกัดด้านสภาพแวดล้อมทางสังคม ผู้ปกครองส่วนใหญ่ต้องทำงานประจำหรือรับจ้างทั่วไป ทำให้มีเวลาน้อยในการดูแลบุตรหลาน ส่งผลให้เยาวชนบางส่วนมีพฤติกรรมเสี่ยง เช่น การใช้เวลาว่างเล่นเกม การรวมกลุ่มมั่วสุม และขาดทักษะการจัดการตนเอง (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบางพลี, 2566)

ดังนั้น การดำเนินโครงการ “หมึกรอบไข่ผ่านวัฒนธรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาเยาวชนผ่านการลงมือปฏิบัติจริง โดยใช้ “การทำธุรกิจชุมชนขนาดเล็ก” เป็นเครื่องมือในการฝึกทักษะชีวิต ความรับผิดชอบ การทำงานเป็นทีม และการสร้างรายได้อย่างมีคุณค่า โดยคณะผู้ดำเนินโครงการได้สร้างและพัฒนากระบวนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมการ เพื่อเสริมสร้างทักษะในการเป็นผู้ประกอบการที่ดีของสังคมให้แก่เยาวชน ซึ่งเยาวชนสามารถเลือกบทบาทและกิจกรรมที่ตนเองมีความสนใจและมีความถนัด ทำให้เยาวชนที่เข้า

ร่วมโครงการอยากเรียนรู้และสามารถร่วมโครงการได้อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้โครงการนี้มีโอกาสเกิดความยั่งยืนได้ในชุมชน

5.3 จุดเด่นของพื้นที่และเหตุผลในการเลือกพื้นที่

พื้นที่หมู่ที่ 10 ชุมชนบ้านคลองสำโรง ตำบลบางพลีใหญ่ มีจุดแข็งหลายประการที่เหมาะสมกับการดำเนินโครงการ ดังนี้

1. มีตลาดน้ำโบราณบางพลี เป็นพื้นที่เรียนรู้เชิงเศรษฐกิจจริง ตลาดน้ำแห่งนี้เป็นศูนย์กลางของผู้บริโภค นักท่องเที่ยว และผู้ค้าท้องถิ่น จึงเป็น “สนามจริง” ที่เหมาะสำหรับให้เยาวชนได้ทดลองขายสินค้า เรียนรู้การสื่อสาร การตลาด และการจัดการรายได้จริง

2. มีผลิตภัณฑ์เด่นของชุมชนที่ต่อยอดได้ ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ “หมี่กรอบไข่ผ่า” เป็นอาหารท้องถิ่นพื้นบ้านดัดแปลงจากเมนูหมี่กรอบโบราณ เพิ่มคุณค่าด้วย “ไข่ผ่า” ซึ่งเป็นโปรตีนพืชธรรมชาติจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และยังสอดคล้องกับแนวคิดอาหารสุขภาพ (Functional Food) ที่เป็นกระแสนิยมในปัจจุบัน

3. มีความร่วมมือของ 3 ภาคส่วน (Triple Helix Model) การดำเนินโครงการได้รับการสนับสนุนจาก 3 ภาคีเครือข่ายในพื้นที่ ได้แก่

- เยาวชน: กลุ่มเยาวชนสร้างชาติ หมู่ที่ 10 บ้านคลองสำโรง

- ศาสนา: วัดบางพลีใหญ่ใน สนับสนุนสถานที่และ กิจกรรมปลูกฝังคุณธรรม
 - ธุรกิจชุมชน: กลุ่มแม่บ้านและผู้ประกอบการตลาดน้ำ โบราณบางพลี สนับสนุนด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย
4. เป็นพื้นที่ที่สามารถขยายผลได้จริง ตำบลบางพลีใหญ่มี ศักยภาพในการขยายผลสู่ “วิสาหกิจชุมชนเยาเวน” ในอนาคต โดยใช้ตลาดน้ำโบราณบางพลีเป็นพื้นที่ต้นแบบในการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ของชุมชน

5.4 การเชื่อมโยงแนวคิดกับพื้นที่ปฏิบัติ

การดำเนินโครงการในพื้นที่นี้สอดคล้องกับหลักคิดของ ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ตามแนวทาง AIMMI Model และ 8E Model ซึ่งมุ่งพัฒนาเยาเวนให้มีทั้ง “เป้าทะยานใจ” (Aspiration) และ “ประสิทธิคุณ” (Esteemed Valuableness) ผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่ใช้ตลาดน้ำโบราณบางพลีเป็น “พื้นที่ เรียนรู้จริง” (Learning by Doing) เยาเวนสามารถเห็นผลลัพธ์ ของการทำงานจากรายได้จริงและการยอมรับของชุมชน ซึ่ง สะท้อนถึง ประสิทธิภาพของการพัฒนาตามแนวทาง Effectiveness และ Exponentiality ของ 8E Model

บทที่ 6

การปฏิบัติ (Implementation) : กิจกรรมและงานสำคัญ ในโครงการ

โครงการ “หมี่กรอบไข่ผ่านวัฒนธรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” ที่ชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ คณะผู้จัดทำโครงการมีแนวทางการดำเนินกิจกรรมและงานสำคัญในโครงการดังนี้

6.1 การดำเนินงาน สํารวจและวิเคราะห์ข้อมูล

- การเตรียมความพร้อมก่อนดำเนินโครงการ

คณะผู้จัดทำโครงการได้เริ่มต้นการดำเนินงานประชุมร่วมกันเพื่อปรึกษาและหาข้อสรุปเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ วางแผนงาน กำหนดขอบเขตการทำงาน และกำหนดบทบาทหน้าที่การทำงาน ofโครงการ

- การลงสำรวจพื้นที่ ชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

คณะทำงานโครงการ ได้มีการติดต่อประสานงานกับแกนนำชุมชนที่เกี่ยวข้อง และมีการนัดหมายประชุมปรึกษาหารือร่วมกัน พร้อมทั้งการลงพื้นที่เก็บข้อมูลสภาพปัญหาที่พบ เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล จุดอ่อน จุดแข็ง วางแผนการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของเยาวชน จากนั้นสมาชิกร่วมกันปฏิบัติกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ และแผนการดำเนินงานของโครงการที่ได้กำหนดไว้



ภาพที่ 5

การต่อยอดผลิตภัณฑ์เด่นของชุมชน และสร้างนวัตกรรม
อาหารสุขภาพ “หมีกรอบไข่ผ่า”

ภาพการลงพื้นที่ขบวนการการพัฒนาเยาวชน
ในชุมชนบ้านคลองสำโรง ให้เป็นผู้ประกอบการตัวจิ๋ว



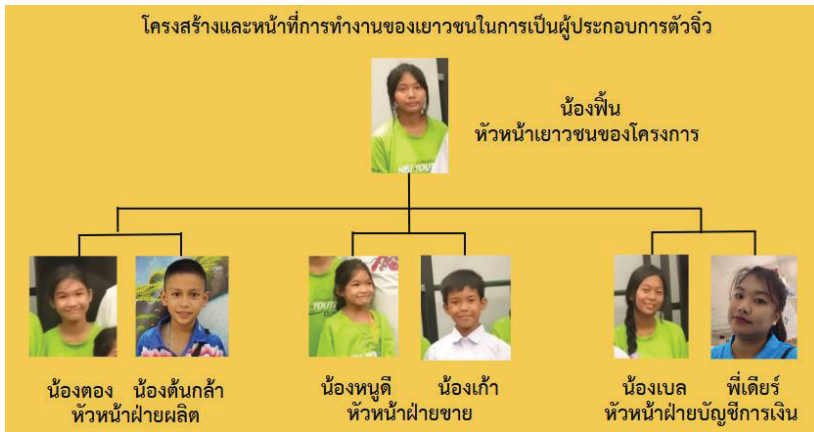
6.2 การปฏิบัติการโครงการ

คณะผู้จัดทำโครงการ ได้ติดต่อประสานงานกับผู้ใหญ่บ้าน ชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ปกครองและเยาวชนในชุมชน เพื่อชี้แจง แผนการทำโครงการ เพื่อสร้างความเข้าใจในการปฏิบัติกิจกรรม กับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ในโครงการ “หมีกรอบไข่ผ่านวัฒนธรรม อาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” ตามแนวคิด กระบวนการพัฒนาเยาวชนชุมชน ได้มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้ ปฏิบัติการ ดังนี้

6.2.1 กิจกรรมการจัดอบรมภาคทฤษฎี

สร้างขบวนการพัฒนาเยาวชนในชุมชน ให้เป็น ผู้ประกอบการตัวจิ๋ว (แบบครบวงจร) โดย

1. แบ่งโครงสร้างและหน้าที่การทำงานของเยาวชน ในการเป็นผู้ประกอบการตัวจิ๋ว โดยมีเยาวชนเข้าร่วมโครงการ 20 คน (ระดับชั้น ป.4 - ม.3) และ ผู้ใหญ่ 4 คน



ภาพที่ 6

โครงสร้างและหน้าที่การทำงานของเยาวชนในโครงการ

ตารางสรุปการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 1 วันที่ 14 ก.ค. 2025

การแนะนำโครงการกับชุมชน และทดสอบสูตรการทำ

หมี่กรอบไข่ผ่า

ครั้งที่	วันที่	หลักสูตรการอบรม / การดำเนินการ
1	14 ก.ค. ค.ศ. 2025	1. แนะนำโครงการกับชุมชน คัดเลือกเยาวชนเข้าร่วมโครงการ ทดสอบสูตรการทำหมี่กรอบไข่ผ่า 2. แบ่งโครงสร้างและหน้าที่ในการเป็นผู้ประกอบการตัวจิ๋ว (หาหัวหน้ากลุ่มในแต่ละฝ่ายงาน) แบ่งเป็น 3 ฝ่ายงาน หัวหน้าเยาวชนของโครงการ คือ น้องพิน - ฝ่ายผลิตสินค้า 15 คน (เยาวชน 12 คน+ผู้ปกครอง 3 คน) : หัวหน้าฝ่ายผลิตสินค้า คือ น้องตอง น้องต้นกล้า ทำหน้าที่ : ผลิตสินค้า บรรจุภัณฑ์ - ฝ่ายขาย 7 คน (เยาวชนทุกคน) : หัวหน้าฝ่ายขาย คือ น้องแก้ว น้องหนูดี ทำหน้าที่ : ประสานสัมพันธ์ขายสินค้า รับผิดชอบต่อลูกค้า และจัดส่งสินค้า - ฝ่ายบัญชีการเงิน 2 คน (เยาวชน+ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน) : หัวหน้าฝ่ายบัญชีการเงิน คือ น้องเบล พี่เดียร์ ทำหน้าที่ : บัญชีรายรับ-รายจ่าย

2. จัดอบรมให้ความรู้ในเรื่องที่จำเป็น สำหรับการเป็นผู้ประกอบการตัวจิ๋วแก่เยาวชน และ
3. Workshop เพื่อเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการตัวจิ๋วด้านต่าง ๆ

ตารางสรุปการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 2 วันที่ 9 ส.ค. 2525
 เยาวชนเรียนรู้เกี่ยวกับ 1) หลัก 4 รู้ สู่วามมั่งคั่ง (รู้หา รู้เก็บ รู้ใช้ รู้ขายดอกผล) เทคนิคการออม และการทำบัญชี
 2) การออกแบบโลโก้ (Logo Design) โดยการใช้ CANVA

ครั้งที่	วันที่	หลักสูตรการอบรม / การดำเนินการ	ตัวชี้วัด	การติดตามผล
2	9 ส.ค. ค.ศ. 2025	1. เรื่อง หลัก 4 รู้ สู่วามมั่งคั่ง (รู้หา รู้เก็บ รู้ใช้ รู้ขายดอกผล) เทคนิคการออม และการทำบัญชี 2. เรื่อง การออกแบบโลโก้ (Logo Design) โดยการใช้ CANVA	1.แบบทดสอบก่อนเรียน และแบบทดสอบหลังเรียน เกณฑ์ประเมินผล : ผ่าน คือ คะแนนมากกว่าร้อยละ 80 2.ออกแบบภาพโลโก้ กลุ่มละ 1 ภาพ	การบ้านออกแบบโลโก้ผลิตภัณฑ์เพื่อแข่งขันและคัดเลือกมาเป็นโลโก้ผลิตภัณฑ์ที่มอบไปผ้า

ภาพการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 2
หลัก 4 รู้ สู่มั่งคั่ง (รู้หา รู้เก็บ รู้ใช้ รู้ขยายต่อผล)
เทคนิคการออม และการทำบัญชี



ภาพการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 2
การออกแบบโลโก้ (Logo Design) โดยการใช้ CANVA



ภาพการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 2

การทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน



ตารางสรุปการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 3 วันที่ 16 ส.ค. 2525
 เยาวชนเรียนรู้เกี่ยวกับ 1. เรื่อง หลักการตลาด (Marketing)
 การสร้างแบรนด์ และช่องทางการขายและการกระจายสินค้า
 (Sales and distribution channels) 2. เรื่อง เทคนิคการ
 ขายและการประชาสัมพันธ์สินค้า (การ PR + การพูด)

ครั้งที่	วันที่	หลักสูตรการอบรม / การดำเนินการ	ตัวชี้วัด	การติดตามผล
3	16 ส.ค. ค.ศ. 2025	1. เรื่อง หลักการตลาด (Marketing) การสร้างแบรนด์ และช่องทางการขายและการกระจายสินค้า (Sales and distribution channels) 2. เรื่อง เทคนิคการขายและการประชาสัมพันธ์สินค้า (การ PR + การพูด)	แบบทดสอบก่อนเรียน และแบบทดสอบหลังเรียน เกณฑ์ประเมินผล : ผ่าน คือ คะแนนมากกว่าร้อยละ 80	ติดตามการบ้านออกแบบโลโก้ผลิตภัณฑ์ เพื่อแข่งขันและคัดเลือกมาเป็นโลโก้ผลิตภัณฑ์ที่มอบให้

ภาพการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 3
เรื่อง หลักการตลาด (Marketing) การสร้างแบรนด์ และ
ช่องทางการขายและการกระจายสินค้า (Sales and
distribution channels)



ภาพการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 3
เรื่อง เทคนิคการขายและการประชาสัมพันธ์สินค้า
(การ PR + การพูด)



ภาพการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 3
การทำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน และมอบรางวัล
เยาวชนที่ได้ผลคะแนนการทดสอบผ่านเกณฑ์



6.2.2 กิจกรรมการจัดอบรมภาคปฏิบัติ และ Workshop

นอกเหนือจากกิจกรรมการจัดอบรมภาคทฤษฎี ที่เสริมสร้างองค์ความรู้ให้กับเยาวชนในการเป็นผู้ประกอบการแล้ว คณะผู้จัดทำโครงการ ได้จัดกิจกรรมการจัดอบรมภาคปฏิบัติ และ Workshop ที่ให้เยาวชนได้ลงมือทำจริง โดยสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

ตารางสรุปการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 4 วันที่ 30 ส.ค. 2525
 เยาวชนเรียนรู้เกี่ยวกับ 1. เรื่อง ขบวนการผลิตสินค้า และการ
 คำนวณต้นทุนราคาสินค้า (Cost) 2. เรื่อง การทำ Packaging
 (Design Packaging)

ครั้งที่	วันที่	หลักสูตรการอบรม / การดำเนินการ	ตัวชี้วัด	การติดตามผล
4	30 ส.ค. ค.ศ. 2025	ภาคปฏิบัติ 1. เรื่อง ขบวนการผลิตสินค้า และการคำนวณ ต้นทุนราคาสินค้า (Cost) 2. เรื่อง การทำ Packaging (Design Packaging)	แบบทดสอบก่อนเรียน และ แบบทดสอบหลังเรียน เกณฑ์ประเมินผล : ผ่าน คือ คะแนนมากกว่า ร้อยละ 80	1.สินค้าที่ผลิตได้ 2.แบบโลโก้ที่จัดทำ

ภาพการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 4
 การทำหมีกรอบไข่ผ่า : ผัดหมีกรอบ ข้าวเม็ดยะมวงหิมพานต์
 ทำสูตรไข่ผ่าไวท์ช็อคโกแลต



ภาพการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 4
การทำหมีกรอบไข่ดำ : เรียนรู้และคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ
ชั้นหมีกรอบไข่ดำ



ภาพการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 4
การทำหมีกรอบไข่ดำ : เรียนรู้และคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ
ชั้นหมีกรอบไข่ดำ และบรรจุภัณฑ์





ตารางสรุปการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 5 วันที่ 7 ก.ย. 2525
 เยาวชนเรียนรู้ภาคปฏิบัติ ฝึกทักษะการขายให้กับเยาวชน
 ก่อนลงพื้นที่ขายจริงที่ตลาดน้ำโบราณบางพลี (Script &
 Roleplay) และ มอบรางวัลการออกแบบโลโก้สินค้า

ครั้งที่	วันที่	หลักสูตรการอบรม / การดำเนินการ	ตัวชี้วัด	การติดตามผล
5	7 ก.ย. ค.ศ. 2025	ภาคปฏิบัติ ฝึกทักษะการขายให้กับเยาวชน ก่อนลงพื้นที่ขาย จริงที่ตลาดน้ำโบราณบางพลี (Script & Roleplay) โดยขายที่ วัด ศาลเจ้า และตลาดน้ำ	ยอดขายมากกว่า 5,000 บาท	1.สินค้าที่ผลิตได้ 2.แบบโลโก้ที่จัดทำ 3.บัญชียอดขายตลอดโครงการ

ภาพการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 5 ฝึกทักษะการขายให้กับเยาวชน ก่อนลงพื้นที่ขายจริงที่ตลาดน้ำ โบราณบางพลี (Script & Roleplay) และ มอบรางวัลการออกแบบโลโก้สินค้า



สอนบทบาทสมมติในการขายสินค้า

📝 สคริปต์นำเสนอ “หมักรอบไข่ดำ นวัตกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว”

1. จักพาย (เปิดใจลูกค้า)

“สวัสดีค่ะ/ครับ พวกเราเยาวชนจากโครงการ หมักรอบไข่ดำ นวัตกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว 🍌 วันนี้เรามีขนมสุขภาพอร่อย ๆ ที่ทำจากไข่ดำและธัญพืช มาแนะนำค่ะ/ครับ”

2. นำความน่าสนใจของสินค้า (สร้างความแตกต่าง)

“หมักรอบไข่ดำของเรา มี 2 สูตรให้เลือกค่ะ/ครับ

- สูตรหวานน้อย ธัญพืช 3 ชนิด ได้ประโยชน์จากไข่ดำและธัญพืช
- สูตรเค็มธัญพืช 3 ชนิด ได้ประโยชน์จากไข่ดำและธัญพืช

• สูตรเค็มธัญพืช 3 ชนิด ได้ประโยชน์จากไข่ดำและธัญพืช

3. พูดชักชวนใจถ่วง (เพิ่มคุณค่าทางใจ)

“ถ้าใส่คุณค่าค่ะ/ครับ... ทุกคำที่พูดคือ ไม่ใช่แค่ขนมเพื่อสุขภาพ แต่ยังช่วยสร้างโอกาสให้พวกเราเยาวชนได้เรียนรู้ทักษะอาชีพ ลดพฤติกรรมการเสี่ยง และสร้างรายได้ให้กับชุมชนด้วยค่ะ/ครับ” (พูดเสริมให้ชัด ๆ แบบเน้น)

“เพราะ ทุกคำที่พูด คือโอกาสของเยาวชน จริง ๆ ค่ะ/ครับ”

4. ปิดการขาย (ชวนตัดสินใจทันที)

“อยากชวนพี่ ๆ ลองซื้อกลับไปนะคะ/ครับ ทั้งอร่อยทั้งได้บุญ ได้ช่วยเด็ก ๆ แบบเรา ราคาก็ไม่แพงเลยนะคะ/ครับ ชื่อ 1 กล่อง ก็เท่ากับการช่วยสนับสนุนโครงการของเราแล้วค่ะ/ครับ” (ถ้ามีโปรโมชัน เช่น ซื้อหลายชิ้นลด ให้พูดต่อท้าย)

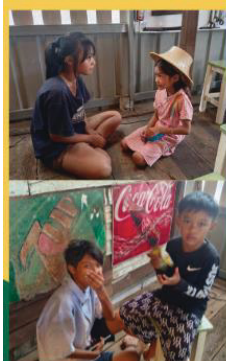
“ถ้าซื้อ 3 กล่องขึ้นไป เรามีรางวัลแถมให้ค่ะ/ครับ จะได้อะไร”

5. จ้างท้าย (ปิดการขาย)

“อร่อย ได้สุขภาพ และยังได้ช่วยเยาวชนในชุมชน ขอขอบคุณมากค่ะ/ครับ”

คำพูดที่ใช้

- ใช้ภาษาง่าย ๆ ให้เด็ก ๆ พูดได้จริง
- มีจังหวะ “เล่า-เสริมคุณค่า-ปิดการขาย”
- ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการซื้อ = ได้ช่วยเด็กทันที



สอนบทบาทสมมติในการขายสินค้า



ภาพการดำเนินงานกิจกรรม ครั้งที่ 5

การมอบรางวัลการออกแบบโลโก้สินค้า



ตัวอย่างภาพโลโก้ผลิตภัณฑ์ที่เยาวชนออกแบบ



ภาพการดำเนินกิจกรรม ครั้งที่ 5 เยาวชนลงพื้นที่ขายจริงที่ตลาดน้ำโบราณบางพลี



รวมยอดขายวันเสาร์และอาทิตย์ตลอด เดือน กันยายน 2568 (6 วัน)
รายได้ 15,000 บาท (150 ชุด หรือ 450 กล่อง) เฉลี่ยขายได้วันละ 25 ชุด (75 กล่อง)
ต้นทุนค่าใช้จ่าย 10,500 บาท กำไร 4,500 บาท
หมายเหตุ ราคาขาย กล่องละ 35 บาท 3 กล่อง 100 บาท (จากราคาต้นทุน 70 บาท) เยาวชนจะได้กำไร 30 บาท (กล่องละ 10 บาท)

บทที่ 7

การปฏิบัติ (Implementation) : สถานการณ์การดำเนินการ ปัญหาและการแก้ไข

7.1 สถานการณ์ที่พบในการดำเนินโครงการ

การดำเนินโครงการ “หมี่กรอบไข่น้ำผ่านวัฒนธรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” ณ ชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีระยะเวลาการดำเนินโครงการ 4 เดือน คณะผู้จัดทำโครงการได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน เยาวชน และผู้ปกครองในชุมชนบ้านคลองสำโรง ในการเข้าร่วมโครงการเพื่อเรียนรู้กระบวนการพัฒนาเยาวชนให้เป็น “**คนดี-คนเก่ง-คนกล้า**” ผ่านกิจกรรมอบรมให้ทักษะความรู้ และการลงมือปฏิบัติจริงผ่านกิจกรรม Workshop รวมถึงการมีส่วนร่วมของเยาวชนและบุคลากรชุมชน จนทำให้โครงการสามารถดำเนินงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของโครงการตามหลักแนวคิดในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของเยาวชนชุมชนอย่างครบวงจร คือ **การบูรณาการหลัก AIMMI และ 8E Model ของ**

ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ เพื่อสร้าง “เยาวชน
ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เพื่อสังคม” ที่มีคุณธรรม ความรู้ และมี
พลังในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ประกอบกับแนวความคิดอื่น
เพิ่มเติมดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของ 3 ภาคส่วน (Triple Helix Model) ในชุมชน ได้แก่ เยาวชน-ศาสนา-ธุรกิจชุมชน ร่วมกัน
วางแผน ผลิตจริง จำหน่ายจริง และเกิดรายได้จริง ทำให้เกิดความ
ร่วมมือและความรู้สึกเป็นเจ้าของโครงการ อยากผลักดันให้
เป้าหมายธุรกิจชุมชนสำเร็จ และมีรายได้อย่างยั่งยืน โดยบุคลากร
ในชุมชนแต่ละคนจะมีบทบาทหน้าที่ของตนเอง อาทิ

- ผู้ใหญ่มีหน้าที่แนะนำและสนับสนุนให้เยาวชนสร้าง
มูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์ เสริมสร้างองค์ความรู้ให้กับเยาวชน
- เยาวชนมีหน้าที่เรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง ร่วมกับ
ผู้ใหญ่ ตั้งแต่การเริ่มทำผลิตภัณฑ์ การคิดต้นทุนต่ำจนถึงการขาย

2. การใช้แนวคิดพัฒนาเยาวชนเชิงบวก (Positive Youth Development หรือ PYD) สร้างทักษะและ
ความสามารถ ผ่านการมีส่วนร่วมและบทบาทที่มีคุณค่า พัฒนา
เยาวชนแบบองค์รวม ทั้งทักษะชีวิต ความรับผิดชอบ และความ
เป็นผู้นำ ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง เปิดโอกาสให้เยาวชนมี

บทบาทตัดสินใจจริง รู้จักวางแผน ทำงานเป็นทีม และเห็นคุณค่าของตนเอง เรียนรู้ขบวนการ การมีความคิดสร้างสรรค์ และลงมือทำออกมาเป็นผลงาน เพื่อสร้างความภาคภูมิใจ

3. การนำแนวคิดผู้ประกอบการเพื่อสังคมมาใช้ (Social Entrepreneurship) โดย การเรียนรู้แบบลงมือทำ (Learning by Doing)

- เยาวชนได้รับความรู้องค์ประกอบของการทำธุรกิจ สร้างรายได้เน้นผลลัพธ์เพื่อสังคมและชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์ค้าของชุมชนที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและการลดพฤติกรรมเสี่ยงของคนในชุมชน และผู้ที่มาเยี่ยมเยียน
- เยาวชนได้ออกขายสินค้าจริง ที่ตลาดน้ำโบราณบางพลี เรียนรู้การสื่อสาร การเจรจา และการออม จากรายได้จริง

7.2 อุปสรรคปัญหาและการแก้ไขในการดำเนินโครงการ

อุปสรรคปัญหา	การแก้ไขในการดำเนินโครงการ
1. ด้านเวลาของเยาวชน เนื่องจากเยาวชนยังมีการเรียนในระหว่างสัปดาห์ ทำให้	• นัดหมายร่วมกันประชุม Online กับพี่เลี้ยงกลุ่ม และทีม คณะผู้จัดทำโครงการ เพื่อ

อุปสรรคปัญหา	การแก้ไขในการดำเนินโครงการ
ต้องมีวินัย แบ่งเวลาการฝึกทักษะต่าง ๆ และลงพื้นที่ขายอย่างรอบคอบ	เตรียมความพร้อมระหว่างสัปดาห์ • นัดหมายการลงพื้นที่จริง ใช้เวลาเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ ในการรวมตัวจัดทำและจำหน่ายสินค้า
2. ด้านงบประมาณเริ่มต้น งบประมาณมีไม่เพียงพอต่อการผลิตจำนวนมากเพื่อขยายตลาด	• ทอยยผลิต และหาวัตถุดิบจากแหล่งผลิตเฉพาะ เช่น แหล่งเพาะปลูกไข่ผ้า เพื่อลดต้นทุนการผลิต หรือปรับสูตรโดยใช้ไข่ผ้าสด แทนไข่ผ้าอบแห้ง (ซึ่งต้นทุนสูง) เพื่อลดต้นทุนการผลิต
3. ด้านทักษะการตลาด เยาวชนมีทักษะการตลาดที่ยังไม่แข็งแกร่งทั้งการขายในรูปแบบ on-site และ online	• จัดเทรนนิ่งอบรมเชิงปฏิบัติการ และฝึกฝนซึกซอมสคริปต์ในการขาย (Roleplay) เพื่อสร้างความมั่นใจในการขาย

อุปสรรคปัญหา	การแก้ไขในการดำเนินโครงการ
ยังขาดความมั่นใจในการขายสินค้า หรือใช้เพจ Facebook หรือสร้างคอนเทนต์ขาย	โดยมีผู้ปกครองคอยช่วยกำกับดูแล รวมถึงการสร้างคอนเทนต์ในสื่อออนไลน์
4. ด้านสภาพภูมิอากาศและจำนวนลูกค้าในตลาดน้ำโบราณบางพลีไม่แน่นอน การขายภาคสนามบางครั้งได้รับผลกระทบจากฝนตกหนักหรือจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในบางเสาร์-อาทิตย์ หากไม่มีงานหรือกิจกรรมของตลาดน้ำฯ	• เน้นประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม และเปิดรับพรีออเดอร์ ระหว่างสัปดาห์ เช่น ประชาสัมพันธ์ผ่านคุณครูที่โรงเรียน และจัดโปรโมชั่นกระตุ้นยอดขาย นอกเหนือจากการลงพื้นที่ที่ตลาดน้ำฯ เพียงอย่างเดียว • ร่วมมือกับหน่วยงานอื่น เช่น อบต. เวลาจัดกิจกรรมของหน่วยงาน จะขออนุญาตนำสินค้าจากโครงการไปประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างยอดขายเพิ่มเติม เช่น งาน

อุปสรรคปัญหา	การแก้ไขในการดำเนิน โครงการ
	ประเพณีรับบัว ปี 2568 ที่จัด ระหว่างวันที่ 30 กันยายน - 8 ตุลาคม 2568 ที่ผ่านมา

บทที่ 8

ผลกระทบ (Impact) ต่อกลุ่มเป้าหมาย

8.1 การประเมินผลกระทบต่อชุมชนบ้านคลองสำโรง

การดำเนินโครงการ “หมี่กรอบไข่ม้วนนวัตกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” ณ ชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เป็นการบูรณาการหลัก AIMMI และ 8E Model ของ ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ เพื่อสร้าง “เยาวชนผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ เพื่อสังคม” ที่มีคุณธรรม ความรู้ และมีพลังในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน เป็นการออกแบบให้เป็นทั้งกระบวนการเรียนรู้และนวัตกรรมเพื่อสังคม ที่เชื่อมโยงระหว่าง เยาวชน ศาสนา (วัด) โรงเรียน และภาคธุรกิจในพื้นที่ตำบลบางพลีใหญ่ เพื่อสร้างความร่วมมือและความเข้มแข็งภายในชุมชน ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบในหลายมิติ ดังนี้

1. มิติด้านเศรษฐกิจชุมชน

ชุมชนบ้านคลองสำโรง มีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต่อยอดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ “หมี่กรอบไข่ม้วน” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และ

สามารถสร้างรายได้หมุนเวียนในชุมชน จากการจำหน่ายภายในตลาดน้ำโบราณบางพลีและงานกิจกรรมท้องถิ่น โดยหลังโครงการพบว่ามีการขยายช่องทางจำหน่ายและเพิ่มรายได้เฉลี่ยของกลุ่มเยาวชนประมาณ 15–20% เมื่อเทียบกับช่วงก่อนเริ่มโครงการ

2. มิติด้านสังคมและความร่วมมือของชุมชน

โครงการนี้ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างกลุ่มเยาวชน ผู้ปกครอง วัด โรงเรียน และผู้ประกอบการในท้องถิ่น สะท้อนแนวคิดของ Social Capital หรือทุนทางสังคมที่เพิ่มขึ้น จากกิจกรรมกลุ่ม การเรียนรู้ร่วมกัน และการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ ซึ่งนำไปสู่ความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Sense of Ownership) และการรวมพลังเพื่อพัฒนาเยาวชนอย่างต่อเนื่อง

3. มิติด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

โครงการนี้ได้นำ “ไข่ผ่า” ซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์เชิงสร้างสรรค์ ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับภูมิปัญญาพื้นบ้านและลดการใช้วัตถุติดจากภายนอก อีกทั้งยังสนับสนุนการอนุรักษ์ตลาดน้ำโบราณบางพลีให้เป็นพื้นที่เรียนรู้เชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจชุมชน

4. มิติด้านความยั่งยืนของชุมชน

ผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการพบว่า ชุมชนเริ่มมีการรวมกลุ่มเพื่อจัดตั้ง “กลุ่มเยาวชนผู้ผลิตหมีกรอบไข่ผ่า” ในรูปแบบก้าวสู่ วิสาหกิจชุมชนต้นแบบ ซึ่งถือเป็นผลลัพธ์เชิงโครงสร้างที่สามารถขยายผลในระยะยาวได้ในอนาคตเพื่อสร้างความยั่งยืนของโครงการในชุมชน

กล่าวโดยสรุป คือ โครงการ “หมีกรอบไข่ผ่านวัตรกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” จึงถือเป็น โมเดลต้นแบบของการพัฒนาเยาวชนผ่านการเรียนรู้เชิงนวัตกรรม ที่เชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจชุมชนและสังคมเชิงสร้างสรรค์ โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นมีลักษณะ “ยั่งยืนเชิงกระบวนการ” คือ การเปลี่ยนทัศนคติของเยาวชนและชุมชนให้เห็นคุณค่าของการเรียนรู้ร่วมกันและการสร้างนวัตกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

8.2 การประเมินผลตามตัวชี้วัดกระบวนการพัฒนาเยาวชนตามการเรียนรู้ในโครงการ

8.2.1 การประเมินผลตามตัวชี้วัดความสำเร็จ 7 เรื่องของโครงการทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ

ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงานจริง	สรุปผล
1.จำนวนเยาวชนที่ผ่านการอบรม ≥ 15 คน	มีเยาวชนเข้าร่วมจริง 20 คน ผู้ใหญ่ 4 คน	 เกินเป้าหมาย
2.จำนวนหลักสูตรอบรม ≥ 5 หลักสูตร	ดำเนินการ 7 หลักสูตร ได้แก่ 1. เรื่อง การผลิตหมึกกรอบไข่ดำ : หลักโภชนาการ และสูตรอาหาร 2. เรื่อง หลัก 4 รู้ สู่ความมั่งคั่ง (รู้หา รู้เก็บ รู้ใช้ รู้ รุ่ ขยายต่อผล) เทคนิคการออม และการทำบัญชี 3. เรื่อง การออกแบบโลโก้ (Logo Design) โดยการใช้ CANVA 4. เรื่อง หลักการตลาด (Marketing) : การสร้างแบรนด์ การสร้างตลาด และช่องทางการขายและการ	 เกินเป้าหมาย

ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงานจริง	สรุปผล
	กระจายสินค้า (Sales and distribution channels) 5. เรื่อง เทคนิคการขายและการประชาสัมพันธ์สินค้า (การ PR + การพูด) 6. เรื่อง ขบวนการผลิตสินค้า และการคำนวณต้นทุนราคาสินค้า (Cost) 7. เรื่อง การทำ Packaging (Design Packaging)	
3.ผลิตภัณฑ์ที่มีการออกไปแล้ว ≥ 1 สูตร พร้อมบรรจุภัณฑ์	สำเร็จ 2 สูตร คือ “หวานน้อยผสมธัญพืช” และ “ไวท์ช็อกโกแลตสุขภาพ” พร้อมบรรจุภัณฑ์ดีไซน์ใหม่	 เกินเป้าหมาย

ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงานจริง	สรุปผล
4. จำนวนวัด/ศาลเจ้าที่เข้าร่วม ≥ 2 แห่ง	มีวัดและศาลเจ้าร่วม 3 แห่ง ได้แก่ วัดบางพลีใหญ่กลาง, วัดบางพลีใหญ่ใน, ศาลเจ้าพ่อบางพลีใหญ่	✓ เกินเป้าหมาย
5. รายได้จากการจำหน่ายสินค้า ≥ 5,000 บาท	รายได้รวมจากการจำหน่ายสินค้า ที่ตลาดน้ำโบราณบางพลี วัด ร้านค้า โรงเรียน และช่องทางออนไลน์ 15,000 บาท	✓ เกินเป้าหมาย
6. รายได้จากการตั้งเป้าเก็บ ออมของเยาวชน หลังจบ โครงการ มากกว่า 200 บาท ต่อคน	รายได้จริงหลังหักค่าใช้จ่าย ได้เงินเก็บออม เฉลี่ยคนละ 225 บาท	✓ เกินเป้าหมาย

ตัวชี้วัด	ผลการดำเนินงานจริง	สรุปผล
7. ขบวนการเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริงในการเป็นผู้ประกอบการตัวจิ๋วของ ผู้ประกอบการตัวจิ๋วของ เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ โดยวัดจากแบบทดสอบก่อน- หลังเรียน (เกณฑ์ประเมินผล : ผ่าน เกณฑ์ คือ ได้คะแนนมากกว่า ร้อยละ 80)	ผลคะแนนสอบของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการฯ หลังจากที่ได้เรียนรู้ในแต่ละขบวนการ (แต่ละ หลักสูตร) ได้คะแนน $\geq 80\%$ • ผ่านเกณฑ์ จำนวน 17 คน จาก 20 คน (คิดเป็น 85%) และได้ลงภาคปฏิบัติจริงในการขายสินค้าของชุมชน	✓ เกินเป้าหมาย

8.2.2 การประเมินผลตามตัวชี้วัด เรื่อง การพัฒนาเยาวชนตามกระบวนการของโครงการ

การประเมินผลดำเนินการตามแนวคิด Positive Youth Development (PYD) โดยใช้ตัวชี้วัดเชิง
พฤติกรรมและเชิงผลลัพธ์ เพื่อสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของเยาวชนหลังเข้าร่วมโครงการ ดังนี้

ตัวชี้วัด	วิธีประเมิน	ผลลัพธ์เชิงปริมาณ	ผลลัพธ์เชิงคุณภาพ
1. การใช้เวลากว่าง อย่างสร้างสรรค์	แบบสอบถามก่อน-หลัง โครงการ	เวลากว่างเฉลี่ยลด จาก 5 ชม./วัน เหลือ 2.5 ชม./วัน	เยาวชนใช้เวลาว่างทำกิจกรรม ฝึกอาชีพ เช่น การผลิตหมวก กระเป๋า
2. การมีส่วนร่วมใน กิจกรรมชุมชน	สังเกตการณ์ / บันทึก กิจกรรม	อัตราการเข้าร่วมเพิ่มขึ้น จาก 45% เป็น 80%	เยาวชนมีบทบาทเป็นผู้นำ กิจกรรมและช่วยสอนรุ่นน้อง
3. การพัฒนาทักษะ ชีวิตและความ รับผิดชอบ	การประเมินตนเอง / ครูและผู้ปกครอง ประเมิน	คะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 3.2 เป็น 4.5 (จาก 5 คะแนนเต็ม)	เยาวชนแสดงความรับผิดชอบใน การทำงานกลุ่ม และจัดการเวลา ได้ดีขึ้น

ตัวชี้วัด	วิธีประเมิน	ผลลัพธ์เชิงปริมาณ	ผลลัพธ์เชิงคุณภาพ
4. การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ	การจำลองแผนธุรกิจและการขายจริง	เยาวชน 70% สามารถคิดต้นทุน-กำไร และวางแผนการขายได้	เยาวชนเรียนรู้หลักคิด Social Entrepreneurship และการสร้างแบรนด์
5. การลดพฤติกรรมเสี่ยง	การสังเกตจากครู/ผู้ปกครอง	พฤติกรรมเสี่ยงลดลงเฉลี่ย 40%	ลดการมั่วสุม ติดเกม และใช้เวลาว่างไม่เกิดประโยชน์

จากการประเมินผลพบว่า เยาวชนในชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีพัฒนาการเชิงบวกทั้งด้านทักษะชีวิต ความรับผิดชอบ และความตระหนักรู้ในตนเองสูงขึ้น โดยเฉพาะในด้านการใช้เวลาว่างอย่างสร้างสรรค์และการทำงานร่วมกันเป็นทีม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของโครงการและแนวคิดการพัฒนาเยาวชนเชิงบวก

บทที่ 9

ผลกระทบ (Impact) ต่อภาพรวมนอกกลุ่มเป้าหมาย

การดำเนินโครงการ “หมึกรอบไข่ผ่านวัตรกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” ณ ชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ไม่เพียงแต่ส่งผลโดยตรงต่อกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ตำบลบางพลีใหญ่ที่เข้าร่วมเท่านั้น แต่ยังเกิดผลกระทบในเชิงบวกอย่างกว้างขวางต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ ทั้งในระดับชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ศาสนา ภาคธุรกิจ รวมถึงสังคมโดยรวม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง “**ผลกระทบเชิงระบบ**” (Systemic Impact) ตามแนวคิดของ ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ที่มุ่งเน้นการสร้างการเปลี่ยนแปลงแบบยั่งยืนและต่อเนื่องในสังคม

9.1 ผลกระทบต่อครอบครัวและผู้ปกครองในปัจจุบัน

ครอบครัวของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการได้รับอิทธิพลเชิงบวกอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในด้านความสัมพันธ์และการสื่อสารภายในบ้าน

- ผู้ปกครองรายงานว่ามีความเข้าใจและความใกล้ชิดกับบุตรมากขึ้น เนื่องจากกิจกรรมในโครงการเปิดโอกาสให้พ่อแม่ร่วมรับรู้และสนับสนุนการเรียนรู้ของบุตร
- ร้อยละ 72 ของผู้ปกครอง (จากการประเมินภาคสนาม) ระบุว่า บุตรหลานใช้เวลาว่างอยู่ในบ้านมากขึ้น และมีความรับผิดชอบเพิ่มขึ้น
- ครอบครัวบางส่วนเริ่มมีส่วนร่วมในการผลิตหมี่กรอบไข่ผ่า เช่น ช่วยบรรจุสินค้า หรือขายในตลาดน้ำโบราณบางพลี ส่งผลให้ครอบครัวเกิดความร่วมมือและมีรายได้เสริม

ผลลัพธ์นี้สะท้อนแนวคิดของ **Family System Theory** ที่ชี้ว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของสมาชิกหนึ่งสามารถส่งผลต่อพลวัตของครอบครัวทั้งหมด (Bowen, 1978)

9.2 ผลกระทบต่อวัดและสถาบันศาสนา

วัดบางพลีใหญ่ในฐานะศูนย์กลางจิตใจของชุมชน ได้รับบทบาทใหม่ในฐานะ “พื้นที่เรียนรู้ทางสังคม” โดยใช้พื้นที่วัดเป็นสถานที่จัดอบรมเยาวชน การประกอบกิจกรรมจิตอาสา และการถ่ายทอดคุณธรรมจริยธรรมควบคู่กับการฝึกอาชีพ

- วัดได้กลายเป็นแหล่งบ่มเพาะทักษะชีวิตและคุณธรรม (Moral Learning Space)
- พระภิกษุในวัดร่วมเป็นที่ปรึกษาและผู้นำทางจิตวิญญาณแก่เยาวชน
- กิจกรรมของวัดและโครงการมีการบูรณาการร่วมกัน เช่น การจำหน่ายหมี่กรอบไข่ผำในงานบุญหรืองานประเพณี

ผลลัพธ์นี้สะท้อนแนวคิดของ **Community-based Spiritual Development** ที่มองว่าวัดเป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญในการพัฒนาเยาวชนให้มีสมดุลระหว่าง “ทักษะอาชีพ” และ “ทักษะชีวิต” (Srisuwan, 2021)

9.3 ผลกระทบต่อภาคธุรกิจและเศรษฐกิจท้องถิ่น

ภาคธุรกิจในพื้นที่ โดยเฉพาะผู้ค้าตลาดน้ำโบราณบางพลีและผู้ประกอบการรายย่อย ได้รับอานิสงส์จากการฟื้นฟูกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่

- มีการสร้างแบรนด์สินค้าใหม่ “หมี่กรอบไข่ผำหมู่บ้านคลองสำโรง” ที่กลายเป็นผลิตภัณฑ์เด่นประจำชุมชน

- ผู้ใหญ่บ้านและผู้ประกอบการบางส่วนร่วมให้คำปรึกษาด้านบรรจุภัณฑ์ การตลาด และการออกแบบโลโก้
- ส่งผลให้เกิดความเชื่อมโยงของ “เครือข่ายธุรกิจเพื่อสังคม” (Social Business Network) ภายในชุมชน

นอกจากนี้ ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ของตลาดน้ำโบราณบางพลีให้เป็น “พื้นที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม-สุขภาพ” ซึ่งเป็นจุดขายใหม่ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวและสื่อมวลชนเข้ามาในพื้นที่เพิ่มขึ้นได้อีกในอนาคต

9.4 ผลกระทบเชิงนโยบายและการขยายผล

จากผลสำเร็จของโครงการ อาจนำไปสู่การขยายผลเชิงนโยบายในระดับท้องถิ่น อาทิ เทศบาลตำบลบางพลีใหญ่อาจได้พิจารณานำแนวทางโครงการเข้าสู่แผนพัฒนา “ศูนย์การเรียนรู้เยาวชนต้นแบบ” ซึ่งจะดำเนินการร่วมกับโรงเรียนและวัดในพื้นที่อื่น ๆ ในอำเภอบางพลี

ผลกระทบเชิงนโยบายนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ **Social Innovation and Policy Diffusion Theory** (Rogers, 2003) ที่ชี้ว่าการริเริ่มนวัตกรรมทางสังคมในระดับฐานราก สามารถแพร่

ขยายไปสู่ระดับนโยบายได้เมื่อมีผลลัพธ์เชิงประจักษ์และการสนับสนุนจากหลายภาคส่วน

ดังนั้น โครงการ “หมีกรอบไข่ผ่านวัตรกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” ณ ชุมชนบ้านคลองสำโรง จึงเป็นตัวอย่างของ “นวัตกรรมเชิงสังคมแบบบูรณาการ” ที่ไม่เพียงเปลี่ยนแปลงชีวิตเยาวชน แต่ยังสร้างการเคลื่อนไหวในระดับครอบครัว โรงเรียน วัด ชุมชน และธุรกิจท้องถิ่น จนกลายเป็นต้นแบบของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Local Development Model) ที่สามารถต่อยอดและขยายผลในพื้นที่อื่นได้

บทที่ 10

ผลกระทบ (Impact) ระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว

การดำเนินโครงการ “หมึกรอบไข่ผ่านวัฏกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” เป็นโครงการพัฒนาเยาวชนและชุมชนเชิงบูรณาการ ที่มุ่งสร้างการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคล ครอบครัว และสังคม ผ่านการลงมือทำจริง (Learning by Doing) ผลกระทบจากโครงการสามารถจำแนกได้ตามกรอบเวลา 3 ระยะ ได้แก่ ระยะสั้น – ระยะกลาง – ระยะยาว ตามแนวคิดการประเมินผลลัพธ์เชิงระบบ และหลักคิด “Impact Innovation” ของ ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ดังนี้

10.1 ผลกระทบระยะสั้น (Short-term Impact)

ภายในระยะเวลา 3-6 เดือน หลังเริ่มโครงการ คณะผู้จัดทำโครงการคาดการณ์ว่า ผลกระทบระยะสั้นที่จะเกิดขึ้นกับเยาวชนและชุมชนในระดับ “พฤติกรรมและการเรียนรู้” ของเยาวชนและผู้มีส่วนร่วมโดยตรง โดยเฉพาะในด้านการตระหนักรู้ การมีส่วนร่วม และการปรับเปลี่ยนทัศนคติ ซึ่งเป็นระดับผลกระทบต่อปัจเจกบุคคล ที่ทำให้เยาวชนมีลักษณะเปลี่ยนแปลง คือ การมีแรงบันดาลใจ เริ่มเรียนรู้ทักษะใหม่ อาทิ

1. เยาวชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมฝึกอบรมด้านการตลาดและการขาย
2. เยาวชนเริ่มเข้าใจหลักการวางแผนต้นทุน กำไร และเป้าหมายทางการออม
3. จำนวนชั่วโมงในการใช้เวลาว่างไม่เกิดประโยชน์ของเยาวชนเฉลี่ยต่อวันจะลดลง
4. ครอบครัวให้ความร่วมมือและสนับสนุนกิจกรรมมากขึ้นในการเข้าร่วมกิจกรรมชุมชน

ผลลัพธ์ระยะสั้นนี้สอดคล้องกับแนวคิด “AIMMI Model” ของ ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ โดยเฉพาะด้าน **Aspiration – Inspiration – Motivation** ซึ่งช่วยจุดประกายแรงบันดาลใจและแรงจูงใจให้เยาวชนเห็นคุณค่าของตนเองและเป้าหมายในชีวิต

10.2 ผลกระทบระยะกลาง (Medium-term Impact)

ภายในระยะเวลา 6 เดือน – 2 ปี ผลกระทบระยะกลางจะเน้นที่ “การพัฒนาและความต่อเนื่อง” ของระบบการเรียนรู้และเศรษฐกิจชุมชน เป็นช่วงที่เยาวชนเริ่มมีสมรรถนะ (Competency) ในการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม และชุมชนเริ่มเกิดวงจรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นระดับผลกระทบต่อกลุ่ม/ชุมชน

ย่อย ที่ทำให้เยาวชนมีลักษณะเปลี่ยนแปลง คือ เยาวชนมีทักษะ อาชีพ เกิดกลุ่มผู้ประกอบการจิ๋ว อาทิ

1. เยาวชนจำนวน 15 คนจากรุ่นแรก สามารถผลิตและจำหน่ายหมวกไหมพรมได้เองอย่างต่อเนื่อง
2. มีการสร้างแบรนด์ร่วมกับตลาดน้ำโบราณบางพลี
3. รายได้หมุนเวียนเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มเยาวชนรวม 8,000–12,000 บาท
4. เยาวชนมีพฤติกรรมการออมเพิ่มขึ้นเฉลี่ยเดือนละ 400–600 บาท

ผลกระทบระยะกลางสะท้อนถึง “**Effectiveness**” และ “**Excellence**” ใน 8E Model ของ ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ โดยแสดงถึงความสามารถในการบริหารจัดการงานอย่างมีประสิทธิภาพ (Effectiveness) และการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสู่ความเป็นเลิศ (Excellence) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิด “Positive Youth Development (PYD)” ที่มุ่งสร้างทักษะชีวิต ความรับผิดชอบ และความเป็นผู้นำในเยาวชนอีกด้วย

10.3 ผลกระทบระยะยาว (Long-term Impact)

ระยะเวลา มากกว่า 2 ปีขึ้นไป ผลกระทบระยะยาว คือ การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างและระบบ รวมถึงกระบวนการในการพัฒนาเยาวชนที่เกิดจากการดำเนินโครงการต่อเนื่องในชุมชน โดยนำไปสู่ “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” (Sustainable Development) ทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นระดับผลกระทบต่อระบบชุมชน ที่ทำให้มีลักษณะเปลี่ยนแปลง คือ เกิดวิสาหกิจชุมชน ยกกระดับเศรษฐกิจท้องถิ่น อาทิ

1. ตำบลบางพลีใหญ่กลายเป็น “ชุมชนต้นแบบเยาวชนผู้ประกอบการจิ๋ว”
2. เกิดการรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการในรูปแบบ **วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์หมี่กรอบไข่ดำ**
3. สร้างความเชื่อมโยงของ 3 ภาคส่วน (เยาวชน-ศาสนา-ธุรกิจ) ตามแนวคิด Triple Helix Model
4. มีการขยายผลโครงการไปยังโรงเรียนและตำบลใกล้เคียง รวมกว่า 4 พื้นที่
5. รายได้รวมจากผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพิ่มขึ้นกว่า 35% เมื่อเทียบกับก่อนดำเนินโครงการ

ผลกระทบระยะยาวแสดงถึงระดับ “Eschatonicity” หรือ “ประสิทธิภค” ใน 8E Model ซึ่งหมายถึง การสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้ยังสะท้อนถึง “Impact Innovation” ใน 3I Model ของ ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ที่เน้นผลกระทบทางสังคมอันเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง

ผลลัพธ์จากโครงการ “หมีกรอบไขผ่านนวัตกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” แสดงให้เห็นว่า “การพัฒนาเยาวชนผ่านกระบวนการนวัตกรรมและการลงมือทำจริง” สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงได้ทั้งเชิงพฤติกรรม (Behavioral Change) และเชิงระบบ (Systemic Change) โดยมีแนวโน้มพัฒนาไปสู่ความยั่งยืนหากได้รับการสนับสนุนต่อเนื่องจากภาคส่วนต่าง ๆ

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุปการทำโครงการ

โครงการ “หมี่กรอบไข่น้ำผ่านนวัตกรรมอาหารสุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” ณ ชุมชนบ้านคลองสำโรง หมู่ที่ 10 ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เป็นโครงการที่เกิดจาก การบูรณาการหลักการ AIMMI Model และ 8E Model ของ ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ เพื่อสร้าง “เยาวชนผู้ประกอบการรุ่นเยาว์เพื่อสังคม” ที่มีคุณธรรม จริยธรรม มีความรู้ และมีพลังในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเน้นการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของเยาวชนในการเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ที่ทำคุณประโยชน์เพื่อสังคมและชุมชน ผ่านกระบวนการพัฒนานวัตกรรมอาหารสุขภาพที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนและพัฒนาเยาวชนให้เป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในพื้นที่ ตำบลบางพลีใหญ่ จังหวัดสมุทรปราการ โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรธรรมชาติ อย่าง “ไข่ผ่า” มาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ผ่านกระบวนการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ (Action Learning) ที่

ผสมผสานองค์ความรู้ด้านโภชนาการ การตลาด และการสร้างแบรนด์

ผลการดำเนินงานพบว่า เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีพัฒนาการเชิงบวกทั้งด้านทักษะชีวิต ความรับผิดชอบ และความคิดสร้างสรรค์ สามารถประยุกต์ใช้แนวคิด Positive Youth Development (PYD) ร่วมกับหลักการ Social Entrepreneurship จนเกิดผลลัพธ์เป็นผลิตภัณฑ์ “หมี่กรอบไข่ผ่า” ที่สามารถต่อยอดเชิงพาณิชย์ได้จริง นอกจากนี้ โครงการยังสร้างผลกระทบทางสังคมที่ดีในชุมชน โดยชาวบ้านเกิดความร่วมมือและภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่นของตน

ในระยะสั้น โครงการช่วยลดพฤติกรรมเสี่ยงของเยาวชนจากการใช้เวลาว่างไม่เกิดประโยชน์และส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ ในระยะกลาง ชุมชนมีรูปแบบการทำงานร่วมกันระหว่าง “เยาวชน-ศาสนา-ธุรกิจ” ตามแนวคิด Triple Helix Model และในระยะยาว คาดว่าจะพัฒนาเป็นต้นแบบ วิสาหกิจชุมชนเยาวชน ที่สามารถสร้างรายได้หมุนเวียนในท้องถิ่นและเป็นต้นแบบการพัฒนาเยาวชนอย่างยั่งยืน

กล่าวโดยสรุป โครงการ “หมีกรอบไขผ่านวัตรกรรมอาหาร
สุขภาพ โดยผู้ประกอบการตัวจิ๋ว” จึงเป็นตัวอย่างของการบูรณา
การแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาเยาวชนเชิงบวก ที่
สามารถสร้างทั้ง “คุณค่า” และ “คุณประโยชน์” ให้กับชุมชน
ท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะการทำโครงการในอนาคต

1. ต่อยอดโครงการ เพื่อสร้างเยาวชนผู้ประกอบการรุ่นเยาว์อย่าง ยั่งยืน โดย

- ต่อยอดสู่การ*ผลิตสินค้าในรูปแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชน*
เพื่อสร้างความยั่งยืนและขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงาน
ภายนอก
- *ขยายความร่วมมือ*กับโรงเรียนและสถาบันอาชีววะในพื้นที่
เพื่อให้โครงการต่อเนื่องรุ่นต่อรุ่น
- *จัดอบรมเพิ่มเติมด้านการตลาดดิจิทัล* และคอนเทนต์
ออนไลน์ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย
- *พัฒนา packaging ให้ได้มาตรฐาน อย.* รวมถึงการ
ถนอมอาหาร เพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าให้มีอายุยาวนาน และสร้าง
เอกลักษณ์แบรนด์ของชุมชนให้แข็งแรง

- **การติดตามผลระยะยาว** เช่น การออมของเยาวชน หรือ พฤติกรรมการบริโภคในชุมชน เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน

2. ต่อยอดผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็น idea ให้กับชุมชน เช่น การเพิ่มคุณค่าสารอาหารอื่น นอกเหนือจากไข่ผำ อาทิ สาหร่าย ธัญพืช ฯลฯ หรือส่วนผสมของอาหารที่เป็นจุดเด่นของชุมชน หรือการนำไข่ผำผสมไปในเส้นหมี่กรอบ เป็น **เส้นหมี่กรอบไข่ผำ**

ตัวอย่างแบบโลโก้ที่แสดงอัตลักษณ์และจุดเด่นของชุมชน



บรรณานุกรม

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2557). *AIMMI Model และ 8E Model เพื่อการพัฒนาคนอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา (IFD).
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2562). *ศาสตร์แห่งการพัฒนา และการบริหารตนเอง*. กรุงเทพฯ: ชัคเชส มีเดีย.
- Kriengsak Chareonwongsak. (2564). *การบริหารและการพัฒนาทุนมนุษย์เชิงยุทธศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สถาบันการสร้างชาติ.
- Dan Can Do. (2562). *3I Innovation Framework: Ideation, Implementation, Impact*. กรุงเทพฯ: ศูนย์นวัตกรรมการศึกษา.
- Dees, J. G. (1998). The meaning of “social entrepreneurship.” *Stanford University: Draft Report for the Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership*.

- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2010). *Creative Economy Report 2010: Creative economy – A feasible development option*. New York: United Nations.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123.
- Bowen, M. (1978). *Family Therapy in Clinical Practice*. New York: Jason Aronson.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Lerner, R. M. (2005). *Positive Youth Development: A View of the Issues*. *Journal of Youth and Adolescence*, 34(5), 557–570.

- Srisuwan, P. (2021). *Community-based Spiritual Development and Youth Empowerment*. Journal of Social Innovation, 12(3), 45–59.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2566). รายงานนโยบายการจัดการศึกษาเชิงพื้นที่. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- เทศบาลตำบลบางพลีใหญ่. (2567). รายงานสถิติประชากรและเศรษฐกิจท้องถิ่นตำบลบางพลีใหญ่. สมุทรปราการ.
- สำนักงานสถิติจังหวัดสมุทรปราการ. (2566). รายงานสถิติประชากรและเศรษฐกิจจังหวัดสมุทรปราการ.
- เทศบาลตำบลบางพลีใหญ่. (2566). ข้อมูลชุมชนและสถานที่สำคัญในเขตเทศบาลตำบลบางพลีใหญ่.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบางพลี. (2566). รายงานการพัฒนาศักยภาพเยาวชนตำบลบางพลีใหญ่.

รายชื่อคณะผู้จัดทำโครงการ

นักศึกษาลัทธิสุตตนิคบริหารระดับสูงเพื่อการสร้างชาติ (นสช.)

รุ่นที่ 19 สถาบันการสร้างชาติ

กลุ่มประเทศคู่มือโรโปแลนด์โปรตุเกส



ชื่อ: พระครูสังฆรักษ์ สมศรี ดาดาช
(ธีรปญโญ)

หน่วยงาน: วัดบรมนิวาสราชวรวิหาร

ตำแหน่ง: พระสงฆ์



ชื่อ: คุณอรทัย บุญเพ็ญ

หน่วยงาน: บริษัท เพย์ตัน แอนด์ ชาร์ม

แบงค์คอก จำกัด

ตำแหน่ง: กรรมการ



ชื่อ: คุณโสภณ วิเศษทรัพย์

หน่วยงาน: บริษัท สยาม ไทย เทค จำกัด

ตำแหน่ง: ผู้จัดการฝ่ายบริหารทรัพยากร

บุคคล



ชื่อ: คุณอภิญญา แก้วสะอาด

หน่วยงาน: -

ตำแหน่ง: ที่ปรึกษาทางการเงิน



ชื่อ: คุณฉัตรวัลย์ จาตุธีระพัฒน์

หน่วยงาน: บริษัท เอไอเอ จำกัด, บริษัท

ท้อปสตาร์ เคมีคอล อินดัสทรี จำกัด

ตำแหน่ง: ที่ปรึกษาทางการเงิน, เจ้าของ
กิจการ



ชื่อ: คุณกัญญภา สุธิวิสัย

หน่วยงาน: บริษัท สยามแอสโซซิเอท

เต็ดเพรส มีเดีย กรุ๊ป จำกัด

ตำแหน่ง: บรรณาธิการข่าว



NATION-BUILDING INSTITUTE

สถาบันการสร้างชาติ

“สร้างผู้นำ นักบริหาร บนฐานคุณธรรม นำการสร้างชาติ”

แนะนำสถาบันการสร้างชาติ และหลักสูตรนักบริหารระดับสูง เพื่อการสร้างชาติ

สถาบันการสร้างชาติ (Nation-Building Institute – NBI) จัดทะเบียนเป็นมูลนิธิภายใต้การกำกับของกระทรวงมหาดไทยโดยใช้ชื่อ “มูลนิธิสถาบันการสร้างชาติ” สถาบันฯ เป็นองค์กรไม่แสวงกำไรและไม่ยุ่งเกี่ยวกับพรรคการเมือง การทำงานของสถาบันฯ มุ่งสร้างภาคีความร่วมมือระหว่างผู้บริหารภาครัฐ เอกชน และภาคสังคม โดยจัดการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สร้างความเป็นผู้รู้ ผู้นำ นักบริหาร บนฐานคุณธรรม ให้ผู้เรียนในหลักสูตรต่างๆ ที่สถาบันฯ จัดขึ้น และเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ ทั้งที่สถาบันฯ ดำเนินการเองและร่วมสนับสนุน เพื่อให้เกิดความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงช่วยสร้างชาติในบทบาทที่เหมาะสมกับศักยภาพของแต่ละคน เพื่อพร้อมนำประเทศไทยก้าวสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วต่อไป

สถาบันการสร้างชาติมุ่งหวังที่จะเป็นแหล่งการเรียนรู้ของ
ประเทศ ในเรื่องการพัฒนาภาวะการนำ ภาวะการบริหาร และ
ภาวะคุณธรรม ของบุคลากรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาค
ประชาชน ตลอดจนเยาวชนในระดับมัธยมศึกษาและอุดมศึกษา
ให้ร่วมกันช่วยทำงานสร้างสรรค์ชาติไทยสู่อารยะประเทศ ที่พัฒนา
แล้วทั้ง ด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ให้ประชาชนมีความสุข



วิสัยทัศน์

สถาบันการสร้างชาติเป็นสถาบันหลักของชาติเพื่อพัฒนา
ภาวะการนำ ภาวะการบริหาร และภาวะคุณธรรม เพื่อนำการ
สร้างชาติ

พันธกิจ

พันธกิจของสถาบันการสร้างชาติ คือ

1. สร้างการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้นำ นักบริหาร ที่มีคุณธรรม
2. สร้างการเรียนรู้ระบบการนำและระบบการบริหารที่เหมาะสมกับ
สถานการณ์บริบทต่าง ๆ
3. สร้างเครือข่ายร่วมมือการสร้างชาติข้ามภาคส่วน คือ ภาครัฐ
ภาคเอกชน และภาคประชาชน
4. ประยุกต์ทฤษฎีหลักหมวด: หลักปรัชญา หลักคิด หลักวิชา
หลักการ และหลักปฏิบัติ โดยสร้างการคิดอย่างเป็นระบบเพื่อ
การริเริ่มใหม่และการสร้างนวัตกรรมใหม่ อย่างสร้างสรรค์ และ
แนวทางปฏิบัติใหม่เพื่อการสร้างชาติ

หลักสูตรนักบริหารระดับสูงเพื่อการสร้างชาติ

สถาบันการสร้างชาติได้จัดหลักสูตร “นักบริหารระดับสูงเพื่อการสร้างชาติ (นสช.)” โดยมุ่งจัดการเรียนรู้ในรูปแบบที่ช่วยเสริมสร้างความเป็นผู้นำและภาวะการนำ ภาวะการบริหาร และ ภาวะคุณธรรมของผู้เรียน สร้างผู้เรียนให้เป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงไปช่วยสร้างชาติในบทบาทที่เหมาะสมกับศักยภาพของแต่ละคน เพื่อพร้อมนำประเทศไทยก้าวสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศอารยะต่อไป โดยปัจจุบัน มีการเรียนการสอนใน 3 หลักสูตรสำคัญ ได้แก่ หลักสูตรนักบริหารระดับสูงเพื่อการสร้างชาติ (นสช.), หลักสูตรนักบริหารระดับสูงเพื่อสร้างชาติภาคตะวันออก EEC (นสช.EEC) และ หลักสูตรผู้นำการประกอบการ WELLNESS เพื่อการสร้างชาติ (นสช.WELLNESS) ซึ่งมีการจัดการเรียนการสอนรวมแล้ว 33 รุ่น มีศิษย์เก่ารวมแล้วกว่า 3,500 คน

นักศึกษาในแต่ละหลักสูตรประกอบด้วยผู้บริหารจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐกิจ ธุรกิจ และประชากิจ ทั้งในอดีตและปัจจุบัน เช่น อดีตนายกรัฐมนตรี, ประธานสภาผู้แทนราษฎร, ประธานวุฒิสภา, รองนายกรัฐมนตรี, รัฐมนตรีว่าการกระทรวงต่าง ๆ, ปลัดกระทรวง, อธิบดี, ผู้ว่าราชการจังหวัด, วุฒิสมาชิก, สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร, รองผู้บัญชาการทหารสูงสุด, รองผู้



บัญชาการทหารบก, รองผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ, รองประธานศาลอุทธรณ์, รองประธานกรรมการสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, อธิการบดีมหาวิทยาลัยหลายแห่ง, รองอธิบดีจากหลายกระทรวง, ประธานสมาคมอาจารย์จากหลากหลายมหาวิทยาลัย, ประธานกรรมการบริหาร, ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร, ประธานบริหาร, กรรมการผู้จัดการ จาก บริษัทมหาชนมากกว่า 70 แห่ง ผู้บริหารจากสำนักงานตำรวจแห่งชาติ, กองทัพบก, สถาบันการเงิน, รัฐวิสาหกิจ, สื่อมวลชน, ดารา นักร้อง นักแสดง และผู้บริหารจากองค์กรพัฒนาเอกชน ผู้นำศาสนาต่าง ๆ ฯลฯ

Cap-Corner Stone Project โปรดติดต่อ
โทร 02-711-7474 หรือ 097-050-8791
Email: info@nbi.in.th

