

การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม



บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชานโยบาย การจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษา

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A PROPOSED COMMUNITY LEARNING MODEL FOR ENHANCING GEOGRAPHICAL
INDICATION MANAGEMENT ABILITY FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Miss Withanya Chongpipatanasook



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Philosophy Program in Development Education
Department of Educational Policy Management and Leadership

Faculty of Education

Chulalongkorn University

Academic Year 2015

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริม ความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็น ผู้ประกอบการเพื่อสังคม
โดย	นางสาววิธัญญา จงพิพัฒนสุข
สาขาวิชา	พัฒนศึกษา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ดร. อุบลวรรณ หงษ์วิทยากร
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ดร. ธนิต ชังถาวร

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรบัณฑิต

.....คณบดีคณะครุศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. บัญชา ชลาภิรมย์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชื่นชนก โควินท์)
.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ดร. อุบลวรรณ หงษ์วิทยากร)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ดร. ธนิต ชังถาวร)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญอรุณ ปรีดีดีลิก)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. หทัยรัตน์ ทับพร)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ดร. ขจิต สุขุม)

วิจัยญา จงพิพัฒนสุข : การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (A PROPOSED COMMUNITY LEARNING MODEL FOR ENHANCING GEOGRAPHICAL INDICATION MANAGEMENT ABILITY FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ดร. อุบลวรรณ หงษ์วิทยากร, อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม: ดร. ธนิต ชังถาวร, 228 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของการเรียนรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม 2) เพื่อนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย 3 วิธี ได้แก่ 1) การศึกษาเอกสาร 2) การสังเกต 3) การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จาก 6 ชุมชนที่จำแนกเป็น 2 ลักษณะ คือ จาก 3 ชุมชนที่มีสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระยะการสร้างสรรค์ ระยะการคุ้มครอง และระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ ระยะละ 1 ชุมชน และอีก 3 ชุมชนเทียบเคียงที่มีสินค้าชนิดเดียวกัน ระยะละ 1 ชุมชน โดยมีผู้ให้ข้อมูลรวมเป็น 6 ชุมชน ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ คนในชุมชน เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ และอาจารย์/นักวิชาการจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่ จากนั้นนำร่างรูปแบบที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล 6 ชุมชนดังกล่าวไปทดสอบในชุมชนที่ 7 ก่อนนำเสนอรูปแบบ

ผลการวิจัยพบว่า 1) การเรียนรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม มีความแตกต่างกันตามระยะของการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ดังนี้ 1.1) ในระยะการสร้างสรรค์ การเรียนรู้เน้นการมีส่วนร่วม และความตระหนักถึงคุณค่าทรัพยากรของชุมชน ผ่านกิจกรรมการรวมกลุ่ม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การถ่ายทอดภูมิปัญญา จากแหล่งเรียนรู้ภายในหรือใกล้เคียงชุมชน ได้แก่ พื้นที่ผลิตสินค้า ศูนย์การเรียนรู้ สถาบันอุดมศึกษา โดยมีปฏิสัมพันธ์การเรียนรู้ในลักษณะแนวตั้งระหว่างหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ให้ความรู้กับผู้นำกลุ่มต่างๆ ในชุมชนในฐานะผู้รับความรู้ ทั้งนี้ มีปัจจัยการเรียนรู้ที่สำคัญคือ ผู้นำที่เห็นคุณค่าและมูลค่าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งอาจเป็นผู้นำที่ไม่เป็นทางการ ทำการรวมกลุ่มและสนับสนุนให้คนในชุมชนเรียนรู้ร่วมกันเพื่อกำหนดกฎเกณฑ์การใช้ทรัพยากรที่สามารถนำไปจัดการเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ให้มีความเหมาะสมและสมดุลในมิติของเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม 1.2) ในระยะการขอคุ้มครองสิทธิ การเรียนรู้เน้นด้านเศรษฐกิจและการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผ่านการอบรม ประชุม สัมมนา จากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง โดยมีปฏิสัมพันธ์การเรียนรู้ในลักษณะความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับผู้นำกลุ่มต่างๆ ในชุมชน ทั้งนี้ มีปัจจัยการเรียนรู้ที่สำคัญคือ หน่วยงานรัฐที่สนับสนุนและดำเนินการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อรักษาสิทธิในการได้รับความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของคนในชุมชน 1.3) ในระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ การเรียนรู้ของชุมชนเน้นการสร้างความเป็นเจ้าของ เพื่อให้มีความสามารถในการใช้และปกป้องมิให้เกิดการละเมิดสิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ด้วยตนเองหรือกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียในสิทธิ และเสริมการเรียนรู้อย่างมีแบบแผนและเป็นทางการจากหน่วยงานของรัฐในกรณีที่มีการละเมิดสิทธิเพื่อปกป้องผ่านการใช้กฎหมาย 2) รูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนในแต่ละระยะของการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีความแตกต่างกัน แต่ทุกระยะควรเป็นการเรียนรู้แบบองค์รวม ชุมชนจึงต้องมีการเรียนรู้เพิ่มเติมเพื่อเตรียมความพร้อมในการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์บนฐานแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อรักษาสมดุลระหว่างการประกอบการ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ผู้กระทำการ จึงต้องเป็นผู้นำชุมชนที่เข้าใจแนวทางความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมและสร้างปฏิสัมพันธ์ในการเรียนรู้แบบความร่วมมือลักษณะไตรภาคีระหว่างหน่วยงานภาครัฐ สถาบันอุดมศึกษา และกลุ่มชุมชน

ภาควิชา นโยบาย การจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษา ลายมือชื่อนิติดี

สาขาวิชา พัฒนศึกษา ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

ปีการศึกษา 2558 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม

5384256927 : MAJOR DEVELOPMENT EDUCATION

KEYWORDS: COMMUNITY LEARNING / GEOGRAPHICAL INDICATION MANAGEMENT / SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

WITHANYA CHONGPIPATANASOOK: A PROPOSED COMMUNITY LEARNING MODEL FOR ENHANCING GEOGRAPHICAL INDICATION MANAGEMENT ABILITY FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP. ADVISOR: UBONWAN HONGWITYAKORN, Ph.D., CO-ADVISOR: TANIT CHANGTHAVON, Ph.D., 228 pp.

This study aims to 1) analyze factors and differences of community learning that affect the community learning for enhancing its ability in Geographical Indication Management towards social entrepreneurship and 2) to propose a community learning model for enhancing its ability in Geographical Indication Management towards social entrepreneurship. The study is a qualitative research that comprises 3 methods 1) documentary study, 2) observation, and 3) structured interview. The communities selected are divided into 2 groups; each consists of three communities. There are altogether 6 communities in the study. The communities are divided into two groups, one is a group of the communities with Geographical Indication products at creation, protection, and enforcement stages while the other is a group of communities with similar products at one stage each. The informants are residents of the community, government officials, and educators of educational institutes in the community. The drafted model was the invented from the analysis of data from the 6 communities, and was tested in the seventh community before proposing the model respectively.

The findings are as follows 1) The study shows that there is a difference in community learning and factors that affects its learning ability at each stage on the following topic: 1.1) At the creation stage – the learning focuses on cooperative learning, realization the value of local products through group activities, sharing knowledge, conveying local wisdom from within the community or nearby neighboring community. The learning at the product production areas, learning centers, and education institutes takes place in a vertical pattern between government sectors as knowledge providers, and community leaders as knowledge receivers. The important factors on learning lie in the fact that the leaders realize the value and price of Geographical Indication. The leaders, who might be informal, form groups of people in the community and support cooperative learning among them with an aim to impose rules and regulations on using resources that can be Geographical Indication in an appropriate and balancing manner in economic and environmental dimensions. 1.2) At the stage of right protection, the learning focuses on economic and Geographical Indication Management through trainings, meetings, seminars arranged by the concerned government sectors. Learning was interacted in a form of cooperation between government sectors and community leaders. The significant learning factors were the supporting government sectors and the implementation of laws in relation to the protection of Geographical Indication Management of the people in the community. 1.3) At the implementation and right protection stage, the learning community focuses on building ownership status as a mean to implement and protect the misuse of Geographical Indication. The emphasis is placed on self-learning of the community or the stakeholders. The learning was supported formally and officially through laws by the government sectors in case there was a misuse. 2) There are differences in community learning pattern at each stage of Geographical Indication Management. However, each stage of learning should be holistic. Therefore, the community should learn more to prepare the community with the ability to manage Geographical Indication on a basis of Sufficiency Economy Philosophy to keep balance between social, economic, and environment. As a result, actors should be community leaders who understand social entrepreneurship principles and build interactions in cooperative learning among three parties: government sectors, higher education institutes, and communities.

Department: Educational Policy Management and
Leadership

Field of Study: Development Education

Academic Year: 2015

Student's Signature

Advisor's Signature

Co-Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ ดร.อุบลวรรณ หงษ์วิทยากร และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ดร.ธนิต ชังถาวร ที่ได้ให้แนวทางในการศึกษาค้นคว้า ได้เสียสละเวลาในการตรวจสอบกระบวนการวิจัย พร้อมกับให้คำแนะนำที่มีคุณค่า ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในพระคุณอย่างยิ่งและขอกราบขอบพระคุณในความเมตตาของท่านทั้งสองเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่านโดยเฉพาะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชื่นชนก โควินท์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร.ขจิต สุขุม ผู้มีความรู้และประสบการณ์ด้านทรัพย์สินทางปัญญา ท่านได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างมาก ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ได้สละเวลาและให้ความร่วมมืออย่างยิ่งในการชี้แนะในการวิจัย ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณท่านปัจฉิมา ธนสันติ อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญาในช่วงเวลาที่เก็บข้อมูล ในความมีเมตตาและให้ความอนุเคราะห์ ด้านข้อมูลและคำแนะนำที่มีคุณค่ารวมทั้งช่วยให้การประสานงานกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาเป็นไปด้วยความราบรื่นด้วย ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอขอบพระคุณอย่างยิ่ง

งานวิจัยนี้ ได้รับความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากชุมชนและหน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าหน้าที่ของกลุ่มสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กรมทรัพย์สินทางปัญญาและเจ้าหน้าที่ของสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) จึงขอขอบพระคุณทุกท่าน ณ ที่นี้

นอกจากนั้น ขอขอบพระคุณคณาจารย์พัฒนศึกษาทุกท่านที่ให้คำแนะนำในการค้นคว้า ข้อมูลต่างๆ และให้ความอนุเคราะห์สถานที่เป็นอย่างดี รวมทั้งนิสิตพัฒนศึกษาทุกท่านที่ได้ให้กำลังใจด้วยดีตลอดมา

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการทำวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา ทุน 90 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนรัชดาภิเษกสมโภช จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณครอบครัวที่เป็นกำลังใจ ให้การดูแลช่วยเหลือ และสนับสนุนทุกด้านมาโดยตลอด

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	1
สารบัญภาพ	2
บทที่ 1 บทนำ	3
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	3
1.2 คำถามการวิจัย.....	8
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	8
1.4 สมมติฐานการวิจัย	8
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	8
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	10
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
1. แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม	15
1.1 แนวคิดและความสำคัญของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม.....	15
1.2 ประเภทของการประกอบการเพื่อสังคม.....	56
1.3 การประกอบการเพื่อสังคมและการดำเนินธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม	58
2. แนวคิดการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม.....	61
2.1 ความหมายของการเรียนรู้.....	61

2.2 ประเภทของการเรียนรู้.....	62
2.3 กระบวนการสร้างความรู้.....	66
3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยชุมชนที่มีความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อ สังคม.....	72
3.1 แนวคิด ความหมาย และความสำคัญของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์.....	72
3.2 การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระบบทรัพย์สินทางปัญญา.....	87
3.3 การสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์.....	111
4. ทฤษฎีทางสังคม.....	116
4.1 ทฤษฎีการก่อตัวของโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม (Structuration Theory).....	116
4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	124
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	132
ตอนที่ 1 วิเคราะห์ความแตกต่างของการเรียนรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อ สร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อ สังคม.....	132
ตอนที่ 2 การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชน เพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม.....	141
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	139
ตอนที่ 1 สถานการณ์การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชน.....	140
1.1 ระยะเวลาสร้างสรรค์.....	140
1.1.1 ชุมชนหมากเฒ่าสกลนคร จังหวัดสกลนคร.....	140
1.1.2 ชุมชนหมอกคาม (นามสมมุติ) พื้นที่เทียบเคียงของชุมชนหมากเฒ่าสกลนคร.....	145
1.2 ระยะเวลาขอกู้มรดกสิทธิ.....	148
1.2.1 ชุมชนกาแพดงมะไฟ จังหวัดนครราชสีมา.....	148
1.2.2 ชุมชนปางดำ (นามสมมุติ) พื้นที่เทียบเคียงของชุมชนกาแพดงมะไฟ.....	153

1.3	ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเผื่อสำรองสิทธิ	154
1.3.1	ชุมชนส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม.....	154
1.3.2	ชุมชนศรีเกษตร (นามสมมุติ) พื้นที่เทียบเคียงของชุมชนส้มโอขาวใหญ่ สมุทรสงคราม.....	157
ตอนที่ 2	การวิเคราะห์ความแตกต่างของการเรียนรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของ ชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็น ผู้ประกอบการเพื่อสังคม	158
2.1.	ความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถในการจัดการสิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม	159
2.2	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม	166
ตอนที่ 3	การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม.....	179
3.1	การยกกร่างรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม	179
3.2	การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม	182
3.3	ผลการนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม	186
3.4	การพัฒนาารูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม	187
บทที่ 5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	194
1.	สรุปผลการวิจัย	194
2.	อภิปรายผล	202
3.	ข้อเสนอแนะ	208

รายการอ้างอิง	211
ภาคผนวก.....	219
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริม ความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม สำหรับชุมชนที่มีการจัดการ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์.....	220
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริม ความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม สำหรับชุมชนที่ไม่มีการจัดการ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์.....	223
ภาคผนวก ค แบบสังเกตปัจจัยและความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริม ความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม	225
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	228

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 ความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมจำแนกตามระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และชุมชนเทียบเคียง.....	163
ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมจำแนกตามระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และชุมชนเทียบเคียง.....	176



สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย 13



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาใดๆ เป็นไปเพื่อให้เกิดสิ่งที่ดี ที่พึงประสงค์ ซึ่งในปัจจุบันการพัฒนาชุมชนเพื่อให้ได้ชุมชนที่พึงประสงค์นั้น เป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโดยมีแนวทางในการทำให้ชุมชนพึ่งตนเอง จากการใช้ฐานทรัพยากรธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554) ได้ให้ความสำคัญในแนวทางเดียวกัน คือ การสร้างภูมิคุ้มกันของประเทศโดยเฉพาะชุมชนซึ่งเป็นหน่วยสำคัญที่สุดเพราะชุมชนเป็นกลไกในการบริหารจัดการที่สามารถพัฒนาท้องถิ่น ดังนั้น ทิศทางการพัฒนาอย่างสมดุลจึงเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันของชุมชนจากทุนของชุมชนที่มีทั้งทุนสังคม ทุนเศรษฐกิจ และโดยเฉพาะทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ยังสามารถปกป้องคุ้มกันเราได้

เห็นได้จากการพัฒนาประเทศจากเดิมที่เน้นทางเศรษฐกิจอุตสาหกรรม จนเมื่อเกิดวิกฤตเศรษฐกิจช่วงปี พ.ศ. 2540 ภาคอุตสาหกรรมเสียหายอย่างหนัก กิจการหลายแห่งลดขนาดลง หลายแห่งปิดกิจการ คนจำนวนมากได้รับผลกระทบ เกิดปัญหาการว่างงาน ไม่มีรายได้ ขณะนี้ภาคเกษตรกรรมท้องถิ่นที่ถูกกละเลยกกลับยังสามารถรองรับผู้ประสบปัญหาจากความผันผวนของเศรษฐกิจและการขาดเสถียรภาพความมั่นคงต่างๆ ได้ดีกว่า โดยเฉพาะด้านอาหาร และการประกอบอาชีพ ทำให้ผู้คนที่ไม่มีงานทำ ผู้คนที่รับกับสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำไม่ไหวต่างหันกลับสู่ท้องถิ่นภูมิลำเนาในต่างจังหวัดของตน เพื่อหาเลี้ยงชีพจากการทำเกษตรบ้าง หัตถกรรมบ้าง ต่างจากหลายประเทศที่เมื่อเศรษฐกิจตกต่ำจนบางที่เกิดการประท้วงรุนแรงและการจลาจลอาหาร เพราะโครงสร้างและระบบเกษตรกรรมเป็นรูปแบบอุตสาหกรรมที่ไม่เชื่อมกับฐานทุนของแต่ละสังคม เมื่อมองกลับมาที่ประเทศไทยจะเห็นได้ว่า ชุมชนของประเทศไทยยังคงมีรากฐานทางทรัพยากรและความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะการเกษตรกรรมที่เป็นต้นธารอาหารและการทำมาหากินที่เกี่ยวข้องกับความอยู่เย็นเป็นสุขของประชาชน และเป็นฐานของการพัฒนาประเทศชาติอย่างยั่งยืนด้วย เพราะหากฐานทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นฐานการเกษตรและอาหารของชุมชนหมดไป ความมั่นคงในชีวิตคนไทยจะถูกทอนและเปราะบางลง ฉะนั้น การพัฒนาประเทศชาติอย่างยั่งยืน จึงเกิดจากการพึ่งพาตนเองได้ลดการพึ่งพาจากภายนอก พัฒนาชุมชนตนจากฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ชุมชนมีอยู่จากการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับทรัพยากรของชุมชน

โดยการเพิ่มมูลค่า สามารถทำได้จากการนำทรัพยากรของชุมชนมาจัดการให้เป็นสินทรัพย์ทางปัญญา ในขณะที่เดียวกันก็สามารถเพิ่มคุณค่าได้จากการมีส่วนร่วมของชุมชน มีความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชน ให้ชุมชนรู้จักสินทรัพย์ท้องถิ่นของตน สามารถคิดริเริ่มประกอบสัมมาอาชีพที่มั่นคงอยู่ในท้องถิ่นได้จากฐานทรัพยากรและความรู้ภูมิปัญญาของชุมชนเอง อันจะนำมาซึ่งความเข้มแข็งชุมชนจากการลดปัญหาทางเศรษฐกิจ ลดการละถิ่นฐานไปทำงานที่อื่น เสริมสร้างความภูมิใจในท้องถิ่นตน รวมทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อชุมชนให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ยังคงรักษาสิทธิประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาไว้ ซึ่งทรัพย์สินทางปัญญาที่เป็นคำตอบในการพัฒนาชุมชนที่สำคัญประการหนึ่ง คือ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่งที่ได้รับการคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546

เนื่องจากภูมิประเทศของประเทศไทย มีทรัพยากรธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพมาก และแตกต่างกันตามแต่ละแหล่งภูมิศาสตร์ ซึ่งส่งผลต่อวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิธีการดำรงชีพที่ต่างจากแหล่งภูมิศาสตร์อื่น ทำให้มีสินค้า ผลิตภัณฑ์ พืชผล สัตว์เลี้ยงต่างๆ ที่มีความเฉพาะตัวและมีคุณลักษณะที่ต่างจากที่อื่นๆ ด้วยความมีลักษณะเฉพาะตัวของสินค้า ทำให้หลายชุมชนเห็นคุณค่าแหล่งภูมิศาสตร์ของท้องถิ่นตนจากมูลค่าของสินค้าที่สูงขึ้นกว่าสินค้าชนิดเดียวกันจากแหล่งอื่น รวมทั้งทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางการค้าจากสินค้าที่มีคุณลักษณะและคุณภาพเฉพาะตัว เมื่อคนในชุมชนเจ้าของแหล่งภูมิศาสตร์สามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาสูงขึ้น อันอาจส่งผลให้ปัญหาสังคมต่างๆ บรรเทาลง ไม่ว่าจะเป็นความยากจน การละถิ่นฐานเพื่อหางานทำ เป็นต้น

ตัวอย่างสินค้าที่รู้จักกันดี เช่น ไข่เค็มไชยา ที่ไข่แดงมีขนาดใหญ่และสีแดงสด เมื่อเวลาผ่านไปนานเข้าผู้ผลิตในพื้นที่อื่นๆ อาจเห็นโอกาสทางธุรกิจ ผลิตสินค้าแล้วใช้ชื่อทางภูมิศาสตร์ตามแหล่งเดิม จึงปรากฏว่ามีไข่เค็มไชยาที่ไม่ได้มาจากอำเภอไชยาจริงๆ ชุมชนเจ้าของผลผลิตจริงๆ ก็จะต้องร้อนจากการถูกแย่งตลาดและยังเสียชื่อเสียงเพราะผู้ซื้อ ผู้บริโภคเชื่อว่าสินค้ามาจากแหล่งเดียวกัน โดยเฉพาะในปัจจุบันที่การสื่อสารและเทคโนโลยีก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทำให้มีการลอกเลียนแบบ การแอบอ้าง การปลอมแปลง และการผลิตครั้งละจำนวนมาก ส่งผลให้ชุมชนไม่ได้รับประโยชน์จากแหล่งภูมิศาสตร์หรืออาจเสียหายเสียชื่อเสียง หากมีการนำพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ไปปลูกไปเลี้ยงที่อื่นและแอบอ้างว่าเป็นสินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์เดียวกับ ดงกรณีไข่เค็มไชยา ที่เป็นไข่ที่ได้จากเปิดที่กินอาหารตามธรรมชาติที่มีเฉพาะท้องถิ่นเท่านั้น แม้จะนำเปิดพันธุ์เดียวกันไปเลี้ยงที่จังหวัดอื่นก็ไม่ได้ไข่ที่มีลักษณะเหมือนกับเปิดที่เลี้ยงในอำเภอไชยา ดังนั้น ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงมีบทบาทในการรักษาสิทธิชุมชนและช่วยให้ประโยชน์ตกอยู่กับชุมชนเจ้าของแหล่งภูมิศาสตร์ ทั้งยังส่งเสริมการ

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้ยังคงสภาพภูมิศาสตร์ไว้ สำหรับผู้ซื้อก็เป็นการส่งเสริมแบรนด์หรือตราสินค้าของชุมชน และสนับสนุนทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชนในเวลาเดียวกัน

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีความพิเศษจากทรัพย์สินทางปัญญาอื่น เนื่องจากเป็นการรับรองสิทธิของชุมชน เน้นประโยชน์ต่อชุมชนมากกว่าปัจเจกบุคคล ปัจจุบันมีสินค้าที่ขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้วทั้งสิ้น 78 สินค้า โดยเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย 67 รายการ ซึ่งแหล่งกำเนิดของสินค้ากระจายอยู่ทั่วประเทศ สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของต่างประเทศ 11 รายการ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2559) ดังนั้น ชุมชนในพื้นที่ต่างๆ สามารถนำสินค้าในท้องถิ่นมาเชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์และขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ซึ่งจะช่วยให้ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการสามารถเพิ่มโอกาสในการสร้างเอกลักษณ์ให้สินค้า เพิ่มโอกาสในการแข่งขัน สร้างความมั่นคงทางด้านทรัพยากรการผลิต ยกย่องความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า เพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และทำให้ชุมชนได้ตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้อีกทางหนึ่ง (สีบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์, 2553)

โดยทั่วไปผู้ประกอบการเกี่ยวข้องกับ วงจรทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Cycle: IP Cycle) ซึ่งเป็นวงจรภารกิจในการผลักดันให้ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม โดยทั่วไปประกอบด้วย 4 ภารกิจหลัก คือ 1) การสร้างสรรค์ (creation) รวมถึงการสร้างสรรค์ความรู้ใหม่ และการประดิษฐ์นวัตกรรม 2) การคุ้มครอง (protection) ด้วยการจดทะเบียน ยกเว้นลิขสิทธิ์ที่ได้รับการคุ้มครองโดยไม่ต้องจดทะเบียน 3) การนำไปใช้ประโยชน์ ทั้งเชิงพาณิชย์ (commercialization) และ/หรือเชิงสาธารณะ (utilization) 4) การบังคับใช้กฎหมาย (enforcement) เพื่อให้ได้ผลตอบแทนกลับมาและนำไปสร้างความรู้ใหม่ต่อไป เป็นการสร้างความรู้อย่างต่อเนื่องเกิดประโยชน์ต่อสังคม และเศรษฐกิจซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะยาว (เลอสรุ ธนสุกาญจน์, 2548: ปรีดา ยังสุขสถาพร, 2551) ทั้งนี้ สามารถแบ่งวงจรทรัพย์สินทางปัญญาเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะการสร้างสรรค์ ระยะการขอคุ้มครอง และระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ

วงจรภารกิจดังกล่าวจึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือหรือกิจกรรมในการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา สำหรับการบริหารจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ภารกิจในแต่ละช่วงจะสำเร็จได้ด้วยความร่วมมือ ร่วมใจกันของคนในชุมชน ทั้งนี้ เนื่องจากกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาเพียงกฎหมายเดียวที่รับรองและคุ้มครองสิทธิของชุมชน ซึ่งจะส่งเสริมให้กลุ่มผู้ผลิตสินค้า ผู้ประกอบการในชุมชนรวมตัวกันเป็นสมาคมเพื่อที่จะต่อรองและพิทักษ์รักษาผลประโยชน์ อันเป็นกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น

นอกจากนี้ ระบบกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังมีความสอดคล้องกับประเพณีวัฒนธรรมไทยในการอยู่ร่วมกันเป็นชุมชน เนื่องจากส่งเสริมกระบวนการตัดสินใจของกลุ่ม ให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมของมนุษย์กับถิ่นที่อยู่และสภาพแวดล้อม รวมทั้งอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมของชุมชน ในขณะเดียวกัน ก็ก่อให้เกิดการพัฒนา ภูมิปัญญาดั้งเดิมให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น และที่สำคัญที่สุด เนื่องจากสิทธิตามกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสิทธิที่ไม่อาจจำหน่ายถ่ายโอนให้กันได้ ดังนั้น ตราบเท่าที่ชุมชนยังคงอยู่ และยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมดั้งเดิมของตน สิทธิดังกล่าวก็จะเป็นมรดกของชุมชน และคงอยู่กับชุมชนตลอดไป (จักรกฤษณ์ วรรณ, 2552: ออนไลน์)

สิ่งที่สำคัญมากในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ การเห็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน เพราะในหลายพื้นที่แม้จะมีสินค้าที่มีชื่อเสียงและมีคุณสมบัติในการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ แต่หากคนในชุมชนไม่เห็นคุณค่าในการใช้สิทธิร่วมกัน หรือหากชุมชนได้สิทธิแล้ว กลับหวงกันผู้คนในชุมชนเดียวกันในการใช้สิทธิ ไม่แบ่งปันผลประโยชน์ ขาดการเกื้อกูลช่วยกันดูแลปกป้อง ชื่อเสียง มาตรฐานสินค้า ไม่ดูแลปกป้องแหล่งทรัพยากร ชุมชนนั้นก็เลยไม่สามารถได้รับสิทธิในการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ หรือหากได้รับการขึ้นทะเบียนสินค้าสินค้าสิ่งบ่งชี้ไปแล้วก็อาจถูกสั่งระงับการใช้หรือเพิกถอนทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ดังนั้น การสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมจึงมีความจำเป็นมากกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ในปัจจุบันได้ปรากฏชัดเจนแล้วว่า การพัฒนาแบบเดิมที่สนใจเฉพาะด้านเศรษฐกิจไม่ก่อให้เกิดความเจริญของสังคมได้อย่างแท้จริง จากปัญหาสังคมที่นับวันจะยิ่งขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากกลไกของความเป็นผู้ประกอบการทั่วไปที่มุ่งผลทางการค้ากำไร หาผลประโยชน์ส่วนตัว ละเลยประโยชน์ส่วนรวม ทำให้มีนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องต่อปัญหาสังคมให้ความสนใจแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่อาจจะเป็นหนทางในการสร้างชุมชนที่เป็นสุขและเข้มแข็งขึ้นได้ การสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม เป็นการส่งเสริมให้เกิดกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบร่วมกันในระยะยาวและต่อเนื่อง ด้วยการพัฒนาการขับเคลื่อนที่จะสร้างโอกาสเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นกลไกสำหรับการจัดการแก้ไขปัญหาสังคม เป็นการกระทำที่เป็นระดับปัจเจก ความคิดของผู้ประกอบการเพื่อสังคมจึงเป็นบุคคลที่สร้างการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนช่วยบุคคลอื่นให้พบพลังที่จะเปลี่ยนด้วยการชี้ให้เห็นโอกาสในการเปลี่ยนแปลง ทำให้บุคคลมีคุณลักษณะรับรู้ความรับผิดชอบและความเป็นเจ้าของร่วมกันในการเปลี่ยนแปลง (Bornstein, D. and Davis, S., 2010) ทั้งนี้ กระบวนการดังกล่าวจะต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ และความคิดด้านต่างๆ เช่น ด้านสังคม

ด้านการประกอบธุรกิจ ด้านกฎหมาย ด้านการสื่อสาร เป็นต้น ซึ่งกระบวนการเรียนรู้ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของคนในชุมชนหากได้เรียนรู้เรื่องที่เกี่ยวข้องกับเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา ในวงจรราชการกิจของทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งการค้นหาและหรือคิดสรรค์สร้างสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชน การป้องกันรักษาสิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การประกอบการเชิงพาณิชย์กับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และการใช้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชนจะทำให้เป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่ดียิ่งขึ้น

การสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมจึงมีความเกี่ยวข้องกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยจะให้ประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่ชุมชน ผลจากความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะทำให้มีการขึ้นทะเบียนและการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยในภาพรวมนั้น จะส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เนื่องจากสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สามารถผลิตได้ในท้องถิ่นเท่านั้น จึงมีความพิเศษมีมูลค่าสูงขึ้น ดังนั้น หากมีสินค้าที่หลากหลายตามแต่ละพื้นที่ก็จะเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นจากการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาชุมชนในท้องถิ่นไม่ให้สูญหายเพราะเมื่อมีการผลิตสินค้าจำหน่าย ย่อมมีการถ่ายทอดความรู้ทางการผลิตให้กลุ่มชนรุ่นต่อมา อย่างไรก็ตาม ผลข้างต้นจะเกิดได้ย่อมต้องมีผู้ประกอบการเข้ามาเกี่ยวข้องเนื่องจากผู้ประกอบการเป็นตัวขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่ง เนื่องจาก ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม จะส่งผลให้การดำเนินการใดๆ จะประกอบไปด้วย การสร้างกำไร การสร้างสรรค์สังคม และการสนับสนุนสิ่งแวดล้อม จึงมีความสอดคล้องที่จะตอบสนองและมีความจำเป็นกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะเกิดขึ้นได้ต้องมีการเรียนรู้ทั้งด้านองค์ความรู้ เช่น กฎหมาย/กฎระเบียบ การประกอบการและการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ด้านทักษะ เช่น ทักษะการบริหารจัดการ ทักษะด้านการสื่อสาร สร้างพันธมิตร ด้านความตระหนัก เช่น ตระหนักถึงการใช้และอนุรักษ์ทรัพยากรอย่างยั่งยืน การส่งเสริมและรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น

จากรายละเอียดข้างต้น ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับประโยชน์ส่วนรวมของชุมชน หากแต่ที่ผ่านมาเรื่องของทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะเน้นความเป็นผู้ประกอบการโดยทั่วไปเป็นหลัก แต่แนวทางในการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้นจะต้องอาศัยหลักในการสร้างกำไร โดยไม่ละเลยการสร้างสรรค์สังคมและการรักษาสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นเป้าหมายของการประกอบการเพื่อสังคมนั่นเอง อย่างไรก็ตามการที่จะได้มาซึ่งความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมนั้น จะต้องอาศัยทั้งความรู้ ความสามารถ และสำนึกของผู้ประกอบการ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความแตกต่างและปัจจัยในการเรียนรู้ของชุมชนกรณีการจัดการสิ่งบ่งชี้

ทางภูมิศาสตร์ เพื่อค้นหาพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนต่อการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมอันจะเป็นคุณูปการแก่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1. ความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมมีลักษณะเช่นไร
2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีลักษณะเช่นไร
3. รูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมควรจะเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของการเรียนรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม
2. เพื่อนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

1.4 สมมติฐานการวิจัย

การเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีความแตกต่างกันในแต่ละระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

งานวิจัยนี้ได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ออกเป็น 2 ลักษณะกล่าวคือ 1) ชุมชนที่มีสินค้าขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้ง 3 ระยะ จำนวนระยะละ 1 ชุมชน 2) ชุมชนเทียบเคียงที่มีสินค้าชนิดเดียวกัน แม้จะไม่ได้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือขึ้นทะเบียนแต่ไม่สามารถเข้าถึงการ

จัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้อย่างสมบูรณ์ เพื่อเปรียบเทียบกับชุมชนที่มีสินค้าขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทั้ง 3 ระยะ จำนวนระยะละ 1 ชุมชน

1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้ได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน โดยอ้างอิงจากแนวคิด 3 แนวคิดดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม จะทำการศึกษาความแตกต่างในการเรียนรู้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 1) เนื้อหาการเรียนรู้ 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านความตระหนัก 2) วิธีการเรียนรู้ และ 3) ฐาน/แหล่งการเรียนรู้

2. แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ตามแนวของกิจการเพื่อสังคม (Social enterprise) มีวัตถุประสงค์ 3 อย่าง หรือ Triple Bottom Line คือ 1) การสร้างกำไร (Profit) 2) การสร้างสรรคสังคม (People) 3) การสนับสนุนสิ่งแวดล้อม (Planet)

3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามระบบของทรัพย์สินทางปัญญา แบ่งเป็น 3 ระยะ ได้แก่ 1) ระยะการสร้างสรรค์ 2) ระยะการขอคุ้มครอง 3) ระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมเป็นความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกกับโครงสร้างในสังคมที่ส่งผลที่เอื้อต่อกันในการขับเคลื่อน จึงเห็นว่า ทฤษฎีการก่อตัวของโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม น่าจะมีความเหมาะสมกับการวิจัยนี้ เนื่องจากมีตัวแปรว่าด้วยโครงสร้างและผู้กระทำการในสังคม ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ของตัวโครงสร้างและระหว่างผู้กระทำการ

แนวคิดทฤษฎีการก่อตัวของโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม (Structuration Theory) เป็นทฤษฎีทางสังคมวิทยาของแอนโทนี กิดเดนท์ (Anthony Giddens) เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม: กรณีการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับผู้กระทำการ (Agency) ซึ่งทำงานแบบพึ่งพาและเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับโครงสร้าง (Structure) มีความสัมพันธ์ในลักษณะทวิภาวะของโครงสร้าง (Duality of Structure) โดยโครงสร้างเป็นทั้งวิถีทางและผลลัพธ์ของการกระทำ ผู้กระทำการ

สามารถเปลี่ยนแปลงโครงสร้างได้ ในขณะที่เดียวกันโครงสร้างซึ่งหมายถึงกฎและทรัพยากรยังคงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้กระทำอย่างคงทำงานแบบพึ่งพากันและกัน

เนื่องจากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทอุตสาหกรรม ผู้วิจัยจึงประยุกต์ใช้การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญามาเป็น**แนวความคิดการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์** ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนหรือกิจกรรม 3 ระยะ ได้แก่ 1) ระยะการสร้างสรรค์ เป็นช่วงการสร้างสร้งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 2) ระยะการขอคุ้มครอง เป็นช่วงการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และ 3) ระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ เป็นช่วงการใช้ประโยชน์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และช่วงการเฝ้าระวังสิทธิ

แนวคิดที่ใช้ในการศึกษาในส่วนของ**ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม** พิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการประกอบการสังคมที่ต่างจากการประกอบการทางธุรกิจ โดยมี 3 วัตถุประสงค์ (Triple Bottom Line) ได้แก่ 1) การสร้างกำไร (Profit) 2) การสร้างสรรค์สังคม (People) และ 3) การสนับสนุนสิ่งแวดล้อม (Planet)

ในแต่ละกิจกรรมการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชนและความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมนั้น มีความสัมพันธ์กับแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ของชุมชน ในการสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม คนในชุมชนควรจะมีการเรียนรู้ในเนื้อหาการเรียนรู้ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ เช่น กฎหมาย/กฎระเบียบการประกอบการและการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ความรู้เรื่องทรัพยากรของท้องถิ่น 2) ด้านทักษะ เช่น ทักษะการบริหารจัดการ ทักษะด้านการสื่อสาร สร้างพันธมิตร 3) ด้านความตระหนัก เช่น จิตสำนึกการใช้และอนุรักษ์ทรัพยากรเพื่อความยั่งยืน ซึ่งรูปแบบการเรียนรู้เหล่านี้จะเป็นสิ่งสำคัญของคนในชุมชนเพื่อการสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้งระยะการสร้างสรรค์ ระยะการขอคุ้มครอง และระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ นอกจากนั้นองค์ประกอบของการเรียนรู้ที่สำคัญคือ อีก 2 ด้านคือ วิธีการเรียนรู้และแหล่งเรียนรู้

1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

1.7.1 รูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม หมายถึง กลไก และการเรียนรู้ ได้แก่ เนื้อหาความรู้ วิธีการเรียนรู้ และฐาน/แหล่งความรู้ ในการเสริมสร้างความรู้ ทักษะ และความตระหนักให้แก่คนใน

ชุมชนในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อให้มีการสร้างกำไร การมีส่วนร่วมของชุมชน และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

1.7.2 ชุมชน หมายถึง คนในชุมชนที่มีสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในแต่ละระยะของการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และรวมถึงคนในชุมชนของพื้นที่เทียบเคียงที่มีสินค้าชนิดเดียวกันแม้จะไม่ได้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้งนี้ ขนาดของชุมชนในการวิจัยนี้ อาจมีขนาดที่ไม่เท่ากันขึ้นกับพื้นที่ที่ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1.7.3 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หมายถึง สินค้าที่มีชื่อหรือสัญลักษณ์ที่บ่งบอกแหล่งที่มาทางภูมิศาสตร์ของสินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์ในประเทศไทย อันสะท้อนถึงคุณภาพหรือคุณลักษณะเฉพาะของสินค้านั้นๆ

1.7.4 การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หมายถึง การดำเนินการจัดการทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนเพื่อการบรรลุเป้าหมายตามหลักการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ใน 3 ระยะ ได้แก่ ระยะการสร้างสรรค์ 2) ระยะการคุ้มครองสิทธิ 3) ระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ

1.7.5 ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบร่วมกันในระยะยาวและต่อเนื่อง ด้วยการพัฒนาการดำเนินการที่จะสร้างโอกาสเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งตนเองและผู้อื่น เป็นกลไกสำหรับการจัดการแก้ไขปัญหาในสังคม ด้วยเป้าประสงค์ของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมใน 3 มิติสำคัญ คือ มิติด้านสังคม มิติด้านการประกอบธุรกิจ และมิติด้านสิ่งแวดล้อมหรือคุณค่าทางจิตใจ

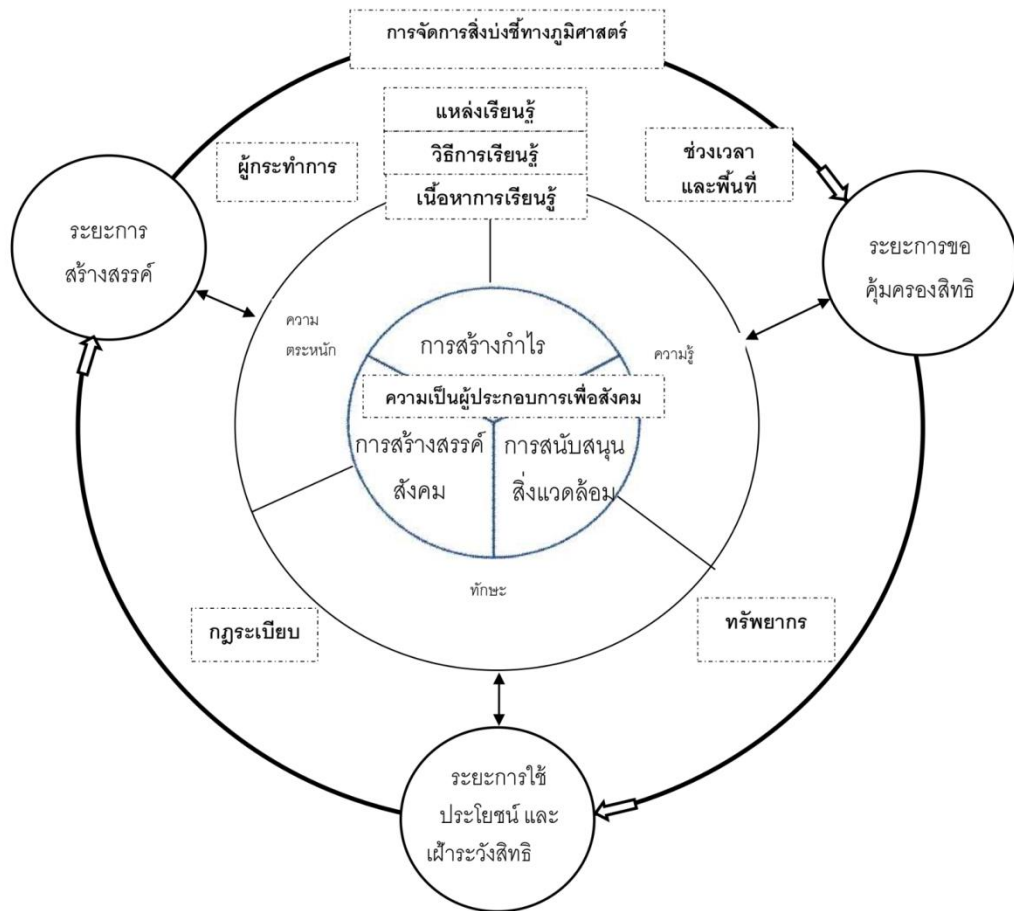
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. กรมทรัพย์สินทางปัญญาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาชุมชนจากทุนทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นบนฐานการเรียนรู้ของชุมชน เช่น การส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาเศรษฐกิจจากทรัพยากรท้องถิ่น

2. คนในชุมชนสามารถใช้ประโยชน์เชิงวิชาการในการเรียนรู้ของชุมชนผ่านการส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมอันก่อให้เกิดความตระหนักถึงคุณค่าและมูลค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อส่งผลในเชิงปฏิบัติที่คนในชุมชนสามารถประยุกต์ใช้ในวิถีการดำรงชีพ ทั้งการรู้จัก รู้ใช้ประโยชน์ รู้อนุรักษ์และปกป้องไว้ซึ่งเป็นหลักในการประกอบกิจการเพื่อสังคม การจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

3. คนในชุมชนตระหนักถึงสิทธิชุมชน ซึ่งการรับรองสิทธิของชุมชนเป็นกระบวนการหนึ่งในการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน และสิทธิตามกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะเป็นมรดกของชุมชนตลอดไป トラบเท่าที่ชุมชนยังคงอยู่ มีความร่วมมือร่วมใจ และยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมกับถิ่นที่อยู่ดั้งเดิมของตน





ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากรอบความคิดในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

- 1.1 แนวคิดและความสำคัญของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม
 - 1.1.1 ความเข้าใจเบื้องต้นของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม
 - 1.1.2 ความหมายและความสำคัญของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม
 - 1.1.3 แนวคิดความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม
 - 1.1.4 ทฤษฎีการประกอบการทางสังคม
 - 1.1.5 การประเมินมูลค่าทางสังคม
 - 1.1.6 ลักษณะและบทบาทของผู้ประกอบการเพื่อสังคม
 - 1.1.7 คุณสมบัติและแนวทางในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม
- 1.2 ประเภทของการประกอบการเพื่อสังคม
- 1.3 การประกอบการเพื่อสังคมและการดำเนินธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

ตอนที่ 2 แนวคิดการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

- 2.1 ความหมายของการเรียนรู้
- 2.2 ประเภทของการเรียนรู้
- 2.3 กระบวนการสร้างความรู้

ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชนสู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

- 3.1 แนวคิด ความหมาย และความสำคัญของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
- 3.2 การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระบบทรัพย์สินทางปัญญา
- 3.3 การสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ตอนที่ 4 ทฤษฎีทางสังคม

- 4.1 ทฤษฎีการก่อตัวของโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม

ตอนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

1.1 แนวคิดและความสำคัญของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

1.1.1 ความเข้าใจเบื้องต้นของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม หรือ Social Entrepreneurship เป็นคำที่มีที่มา และมีคำหลายคำที่สัมพันธ์กัน ซึ่งบางครั้งอาจเป็นคำที่ใช้แทนกันได้ สำหรับการเรียกชื่อมีหลากหลาย เช่น ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม ความเป็นผู้ประกอบการสังคม การเป็นผู้ประกอบการทางสังคม การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม เป็นต้น สำหรับงานวิจัยนี้ เพื่อความเข้าใจตรงกันจึงจะใช้คำว่า **“ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม”** ส่วนการให้นิยามหรือความหมายมีหลากหลายเช่นกันทั้งแบบกว้างและเฉพาะเจาะจง แม้การยอมรับร่วมกันยังไม่ชัดเจน หากแต่ถือจากประโยชน์ในภาพรวมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจที่หลากหลายเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม และนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางใหม่ โดยการทำให้เห็นว่า ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมทำให้เกิดการประกอบการแบบใหม่ๆ สามารถเป็นช่องทางที่จะแก้ปัญหาสำคัญในโครงสร้างสังคมทั้งระดับจุลภาคและมหภาคได้ เป็นการแสดงให้เห็นวิถีทางใหม่ของการประกอบการและวิธีในการวิเคราะห์ซึ่งปลูกให้คนที่มีความปรารถนาจะแก้ไขปัญหาต่างๆในสังคมได้ตื่นตัวมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การทำความเข้าใจคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องแต่ละคำจะช่วยเป็นแนวทางในการสร้างแนวความคิดของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมให้ไปในทางที่เกิดประโยชน์และยั่งยืนมากขึ้น

การทำความเข้าใจ **“ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม”** อาจเริ่มจากมุมมองทางประวัติศาสตร์ โดยความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีอยู่มานานแล้ว หากแต่ไม่ได้มีการตระหนักรู้ว่าเป็นความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ในอดีตผู้คนที่รู้จัก มหาตมะ คานธี (Mahatma Gandhi) ในฐานะเป็นสัญลักษณ์แห่งอารยะขัดขืน แต่ไม่ใช่ในนามผู้ผลักดันให้อินเดียมีการกระจายอำนาจทางการเมืองซึ่งทำให้อินเดียการปกครองตัวเองได้สำเร็จ และฟลอเรนส์ ไนติงเกล (Florence Nightingale) ถูกมองว่าเป็นคนคอยทำหน้าที่ดูแลบาดแผลของทหาร แต่ผู้คนมักไม่ได้รู้ว่า เธอเป็นผู้สร้างโรงเรียนพยาบาลแห่งแรก และเป็นผู้ปฏิวัติวงการโรงพยาบาล ทั้ง 2 กรณีเป็นตัวอย่างของผู้ก่อการทางสังคม ซึ่งจุดสนใจอยู่ที่ความกล้าหาญ ความกรุณาปราณี และวิสัยทัศน์ แต่ไม่ได้รับความสนใจในมิติของการปฏิบัติการที่ประสบความสำเร็จจนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่สำคัญและก้าวล้ำ ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว การกระทำดังกล่าวได้กระทำผ่านการทำงานที่เป็นรูปแบบเดียวกับผู้ประกอบการเพื่อสังคมในปัจจุบันกำลังกระทำอยู่ (วีรบุรณ วิสารทสกุล, 2553)

ในปัจจุบัน ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม เป็นคำที่มีความเข้าใจที่แตกต่างกัน และยังไม่นิยามที่ชัดเจนเป็นมาตรฐานเดียวกัน ต่างกันตามบริบทและขอบเขตการกระทำ การจากบทความ Towards a Better Understanding of Social Entrepreneurship: Some Important Distinctions ซึ่งเขียนโดย Jerr Boschee และ Jim McClurg (2003) ได้อธิบายถึงความแตกต่างของคำที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ 4 ประการ เพื่อเป็นหลักในการทำความเข้าใจสรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

1) ความแตกต่างระหว่าง ความเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurship) และการประกอบการความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม (social entrepreneurship)

ความหมายของคำว่า "ความเป็นผู้ประกอบการ" ตามคำศัพท์แปลว่า เป็น "บุคคล ผู้ซึ่ง จัดระบบ จัดการและคาดเดาได้ถึงความเสี่ยงของการประกอบธุรกิจ" ในปี 1998 นอร์ม บรอสกี้ (Norm Brodsky) ได้เขียนบทความลงในวารสาร Inc. โดยขยายเพิ่มเติมว่า "ซึ่งเริ่มต้นเพียงแค่นี้ มีความคิดสักหนึ่งอย่าง หรือไม่ก็ต้นแบบหนึ่งต้นแบบ ผู้ประกอบการมีความสามารถที่จะนำพาธุรกิจไปให้ถึงจุดที่มันจะสามารถอยู่รอดได้ด้วยตัวเอง บนฐานของการมีกระแสเงินทุนเวียน" ข้อความข้างต้น คือสิ่งที่ให้น้ำหนักธุรกิจที่ดำเนินการประสบความสำเร็จ หมายถึง สามารถอยู่รอดได้ด้วยการหารายได้ ไม่ใช่จากการขอทุนสนับสนุนหรือการอุดหนุน

ความหมายของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่มีผู้นิยามอ้างถึงมากในทุกวันนี้ เป็นความหมายโดย ศาสตราจารย์ เจ.เกยกอรีย์ ดีส์ (J. Gregory Dees) มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด จากบทความ "The Meaning of Social Entrepreneurship" ในปี 1998 ระบุว่า มี 5 ปัจจัยที่ประกอบขึ้นเป็นความหมายของ ผู้ประกอบการเพื่อสังคม

- (1) ยอมรับพันธกิจที่จะสร้างและทำให้คุณค่าต่อสังคมมีความยั่งยืน (ไม่ใช่คุณค่าต่อปัจเจกชน)
- (2) ตระหนักและไม่ย่อท้อต่อการผลักดัน โอกาสใหม่ๆ ที่จะหนุนช่วยพันธกิจ
- (3) อยู่ในกระบวนการแห่งการคิดค้นใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง

(4) ปรับตัวและเรียนรู้ ทำงานอย่างกล้าหาญ ไม่ว่าจะมียึดจำกัดของทรัพยากรในมือ สักเท่าใด และ

(5) แสดงให้เห็นถึงความรู้สึกของการรับผิดชอบอย่างสูงต่อสาธารณะและผลลัพธ์ที่ถูกสร้างขึ้น

การประกอบการทางสังคม อาจเป็นบุคคลหรือหน่วยงานใดๆ ที่ใช้กลยุทธ์การหารายได้เพื่อเป้าหมายในทางสังคม และผู้ประกอบการทางสังคมก็แตกต่างจากผู้ประกอบการแบบเดิมในสองประการ

ประการแรก ผู้ประกอบการแบบเดิมจะมีพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อทางสังคมอยู่เป็นประจำ อาจเป็นการบริจาคแก่องค์กรการกุศล ปฏิเสธที่จะเข้าร่วมดำเนินการในธุรกิจเพื่อธุรกิจ ใช้วัสดุและกระบวนการปฏิบัติที่ไม่เป็นภัยต่อสิ่งแวดล้อม ดูแลลูกจ้างโดยตระหนักถึงศักดิ์ศรีและให้ความเคารพ ทั้งหมดในข้างต้นนี้คือเป็นสิ่งที่น่าชื่นชม ยกย่อง แต่ความพยายามทั้งหลายยังเป็นแค่การแก้ปัญหาสังคมทางอ้อมเท่านั้น ผู้ประกอบการทางสังคมจะแตกต่างออกไป เพราะกลยุทธ์การหารายได้ที่ผูกติดอยู่กับพันธกิจ จึงอาจจ้างลูกจ้างที่พิการ ผู้ป่วยทางจิตใจเรื้อรัง คนด้อยโอกาส หรือการขายผลิตภัณฑ์หรือบริการบนฐานของพันธกิจ ซึ่งจะมีผลกระทบโดยตรงกับปัญหาทางสังคม เช่น ทำงานกับเด็กนักเรียนที่ถูกให้ออกจากโรงเรียนกลางคันเพื่อให้เด็กอยู่ในโรงเรียนต่อไป ให้บริการบ้านพักสำหรับผู้สูงอายุ พัฒนาและจำหน่ายหลักสูตรต่างๆ เป็นต้น

ประการที่สอง ผู้ประกอบการแบบเดิมจะวัดความสุดยอดกันที่ผลประกอบการทางการเงิน ความสำเร็จหรือล้มเหลวของบริษัท ถูกกำหนดโดยความสามารถในการสร้างกำไรให้แก่เจ้าของกิจการ ในทางตรงข้ามผู้ประกอบการทางสังคมจะถูกผลักดันโดยเงื่อนไข 2 ประการ 1) คือผลตอบแทนทางการเงินและ 2) ผลตอบแทนทางสังคม ความสามารถในการทำกำไรยังคงเป็นเป้าหมาย แต่ไม่ใช่เป็นเป้าหมายเดียว และกำไรยังต้องนำกลับมาลงทุนเพื่อทำพันธกิจ มากกว่าจะกระจายกลับให้แก่หุ้นส่วน

2) ความแตกต่างระหว่าง ความต่อเนื่องยั่งยืน (sustainability) และการพึ่งตนเองอย่างพอเพียง (self - sufficiency)

ภาคส่วนที่ไม่แสวงหากำไรนั้นถูกผลักดันด้วยรูปแบบของการพึ่งพา บนพื้นฐานของความใจบุญ อาสาสมัคร และการอุดหนุนจากรัฐบาล ส่วนการหารายได้เป็นเพียงส่วนเล็กๆ ที่ทำเท่านั้น แต่ผู้ประกอบการทางสังคมจะคิดในทางตรงข้าม นั่นคือ การทำบุญ อาสาสมัคร และการอุดหนุนจากรัฐบาลเป็นสิ่งที่ไม่ได้ปฏิเสธ แต่ไม่ยั่งยืนเพราะเป็นรูปแบบของการพึ่งพิง ในทางตรงกันข้าม การพึ่งตนเองอย่างพอเพียง คือการยืนได้บนฐานของรายได้ที่หามา และคือเป้าหมายที่ท้าทายของผู้ประกอบการทางสังคม

3) ความแตกต่างระหว่างกลยุทธ์การหารายได้ (earned income strategies) และการลงทุนในธุรกิจเพื่อประโยชน์ทางสังคม (social purpose business ventures)

องค์กรไม่แสวงหากำไรจำนวนมากกังวลใจต่อลักษณะของผู้ประกอบการทางสังคมในการลงทุนทางธุรกิจว่าจะทำอย่างไร แต่การสร้างธุรกิจไม่ใช่หนทางเดียวที่จะนำความสำเร็จมาสู่การเป็นผู้ประกอบการทางสังคม ในความเป็นจริง พื้นฐานสำคัญที่สุดสำหรับองค์กรไม่แสวงหากำไร คือสิ่งที่เรียกว่า "กลยุทธ์การหารายได้" และอาจไม่ได้เป็นการเริ่มลงทุนทางธุรกิจ มี 2 ประเด็นสำคัญที่เป็นความแตกต่างในระดับของจุดมุ่งหมาย ความคาดหวังและโครงสร้าง

3.1) กลยุทธ์การหารายได้ ในองค์กรไม่แสวงหากำไร มีโอกาสที่จะหารายได้จากโครงการต่างๆ แต่อาจเป็นโอกาสที่ไม่มาก แต่ก็อาจสะสมเป็นผลกระทบที่มีนัยยะสำคัญ ด้วยความมั่นใจภายใต้โอกาสที่จำกัดเช่นนี้ องค์กรไม่แสวงหากำไรสามารถหารายได้เพิ่มขึ้นได้

3.2) การลงทุนทางธุรกิจ เมื่อองค์กรไม่แสวงหากำไรประสบความสำเร็จในการดำเนินการกลยุทธ์การหารายได้ที่หลากหลาย อาจจำเป็นต้องพิจารณาเรื่องการลงทุนธุรกิจแต่เป้าหมายเป็นสิ่งที่มีความทะเยอทะยานมากและยังมีกลยุทธ์ที่แตกต่างออกไป เหตุผลเดียวที่องค์กรไม่แสวงหาผลกำไรจะเริ่มลงทุนธุรกิจ คือ การหาประโยชน์จากโอกาสเฉพาะกิจสำหรับการเติบโตและการสร้างกำไรที่มีนัยยะสำคัญ คือ สาระสำคัญที่แตกต่างไปจากกลยุทธ์การหารายได้ซึ่งถูกออกแบบให้ครอบคลุมต้นทุนของแผนงาน โดยไม่มีความคาดหวังที่แท้จริงที่สร้างกำไร หรือเพื่อความคุ้มทุนผู้บุกเบิกในงานด้านนี้จะค้นพบโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการลงทุนทางธุรกิจที่มากขึ้น

4) ความแตกต่างระหว่าง นักประดิษฐ์คิดค้น กับผู้ประกอบการ และผู้จัดการ

มืออาชีพ

บทเรียนที่มีความสำคัญบทหนึ่งจากผู้บุกเบิกในงานด้านนี้ คือ การมีบุคคลที่ลึกซึ้งกับหัวใจของตัวเอง บ่อยครั้งที่องค์กรไม่แสวงหากำไรค้นพบในภายหลังว่า ความพยายามส่งเสริมการประกอบการนั้นได้ถูกกำหนดไว้อยู่แล้ว เพราะว่าถูกชี้นำโดยผู้นำที่มีทักษะผิดประเภท ความผิดพลาดปรากฏขึ้นเพราะว่า ไม่เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่าง นักประดิษฐ์คิดค้น ผู้ประกอบการ และผู้จัดการมืออาชีพ ความแตกต่างระหว่างผู้นำสามประเภทนี้ เป็นผู้นำที่มีความจำเป็นในองค์กรแต่อาจเป็นประโยชน์ไม่เท่ากันในแต่ละช่วงเวลาและโอกาส อธิบายได้ว่า นักประดิษฐ์ คือ นักฝัน สร้างต้นแบบค่อยๆ คลี่คลายปัญหา อาจไม่มีความตระหนักต่อความเป็นไปได้ทางการเงิน ผู้ประกอบการคือ ผู้สร้าง ทำให้ต้นแบบเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญมากขึ้น และความเป็นไปได้ทางการเงินคือสิ่งที่มีความสำคัญมากที่สุด ส่วน ผู้จัดการมืออาชีพ คือ ผู้ที่สร้างความเชื่อมั่น สร้างความมั่นคงในอนาคตด้วยการติดตั้งและดูแลระบบโดยรวม และวางโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสร้างความมั่นใจว่างานจะเดินต่อไปได้ ดังนั้น หากองค์กรหาคนที่ไม่เหมาะกับตำแหน่งจะทำให้เกิดปัญหาได้

ในการอธิบายถึง ความเป็นผู้ประกอบการ ดีส์ (J. Gregory Dees, 1998) ระบุว่า เป็นกลุ่มของคนที่มีพฤติกรรมที่ยืดเยื้อ พฤติกรรมเหล่านั้นควรได้รับการส่งเสริมและให้รางวัลแก่บุคคลที่มีศักยภาพและมีไฟในงานประเภทนี้ แต่ไม่ใช่ทุกคนจะเหมาะกับการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม เช่นเดียวกับไม่ใช่ทุกคนจะประกอบธุรกิจได้ อย่างไรก็ตาม มีความปรารถนาให้มีพฤติกรรมของความเป็นผู้ประกอบการในภาคสังคมและธุรกิจ ซึ่งมีความพิเศษอยู่ในตัว การนิยามนี้จึงรักษาสถานะที่โดดเด่นและแน่ใจว่าความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะไม่ได้ถูกละเลย

ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบร่วมกันในระยะยาวและต่อเนื่อง ด้วยการพัฒนาการเคลื่อนไหวที่จะสร้างโอกาสเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นกลไกสำหรับการจัดการแก้ไขปัญหาสังคม เป็นการกระทำที่เป็นระดับปัจเจก ความคิดที่มีต่อความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมจึงเป็นบุคคลที่สร้างการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนช่วยบุคคลอื่นให้พบพลังที่จะเปลี่ยนด้วยการชี้ให้เห็นโอกาสในการเปลี่ยนแปลง (David Bornstein, D. and Davis, S., 2010)

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง ผู้ประกอบการทางธุรกิจที่มีความสามารถในการแสวงหาโอกาส และสามารถใช้อุบายนั้น เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งและมีความสามารถในการสนองความต้องการของผู้บริโภคและสามารถปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้ทันการณ์ โดยมุ่งหวังผลกำไร และมีความเสี่ยงต่อการขาดทุน ผู้ประกอบการไม่ใช่เป็นเพียงเจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร หรือนักประดิษฐ์แต่ผู้ประกอบการ ยังต้องเป็นผู้ที่สร้างนวัตกรรมอีก

ด้วย (Smith, 2006) นอกจากนั้น การเป็นผู้ประกอบการอาจรวมถึงการเป็นผู้ประกอบการทางภาครัฐที่มุ่งแสวงหาการให้บริการที่ดีที่สุดสำหรับผู้รับบริการ

การประกอบการ หรือกิจการที่ยากสลับซับซ้อนหรือเสี่ยงต่อการขาดทุนล้มละลาย เรียกว่า วิสาหกิจ (enterprise) ส่วนคำว่า ธุรกิจ (business) หมายถึง การประกอบกิจการในทางเกษตรกรรม อุตสาหกรรม หัตถกรรม พาณิชยกรรม การบริการ หรือกิจการอย่างอื่นเป็นการค้า หรือหมายถึงการงานประจำเกี่ยวกับอาชีพค้าขาย หรือกิจการอย่างอื่นที่สำคัญและไม่ใช้ราชการ (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2542) จากความหมายนี้ คำว่า วิสาหกิจมีความหมายกว้างกว่า ธุรกิจ เพราะหมายรวมถึงการประกอบการที่มีขึ้นเพื่อการค้า หรือได้รวมถึงเรื่องที่เป็นราชการ เข้าได้ด้วย

สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือกิจการเพื่อสังคม (social enterprise) และธุรกิจเพื่อสังคม (social business) ในความหมายกว้างสำหรับการประกอบการเหล่านี้ ล้วนต้องมีวัตถุประสงค์ที่จะสนองตอบต่อเป้าหมายทางสังคม และอาจรวมถึงสิ่งแวดล้อมเป็นหลักด้วย การที่ธุรกิจซึ่งได้ชื่อว่าเป็นหน่วยงานที่แสวงหากำไร แม้จะมีวัตถุประสงค์ทางสังคมมากำกับ ธุรกิจเพื่อสังคมก็ได้ปฏิเสธการแสวงหากำไร เพียงแต่กำไรที่ได้จากการทำธุรกิจนั้นจะถูกนำกลับมาทำประโยชน์เพื่อสังคมส่วนรวม ไม่สามารถนำมาปันกลับคืนให้แก่ผู้ถือหุ้นเป็นการส่วนตัวได้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ธุรกิจเพื่อสังคมไม่ใช่องค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไร (non-profit organization) เมื่อเทียบระหว่างวิสาหกิจเพื่อสังคมกับธุรกิจเพื่อสังคม ในแง่ของขอบเขต วิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นมีความหมายกว้างกว่า เพราะรูปแบบขององค์กรเป็นได้ทั้งองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร (non-profits) และที่แสวงหากำไร (profits making) ซึ่งหากมีกำไร ก็จะนำกำไรส่วนใหญ่ไปขยายหรือลงทุนในกิจการหรือโครงการเพื่อสังคมต่อ และกำไรบางส่วนแบ่งปันกลับคืนให้แก่เจ้าของได้ ขณะที่ธุรกิจเพื่อสังคม ตามนิยามของยูนูส นักเศรษฐศาสตร์ รางวัลโนเบล (สฤณี อาชวานันทกุล, 2551) เห็นว่า รูปแบบขององค์กรนั้นเป็นแบบที่แสวงหากำไรอย่างเดียว และกำไรที่ได้ต้องใช้หมุนเวียนในธุรกิจเพื่อสังคมทั้งหมด ไม่ปันกลับไปให้ผู้ถือหุ้น ดังนั้น ธุรกิจเพื่อสังคมจึงเป็นส่วนย่อยของวิสาหกิจเพื่อสังคมตามความคิดของยูนูสในเรื่องธุรกิจเพื่อสังคมจะเข้มงวดกว่า ในแง่ของการแบ่งปันผลกำไร ขณะที่องค์กรธุรกิจทั่วไปมีแนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคมในแง่ของการปันผลกำไรที่ยืดหยุ่นกว่า

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดการก้าวต่อไปในการทำประโยชน์เพื่อสังคม จึงเป็นที่ทราบร่วมกันว่า กิจการเพื่อสังคม หรือวิสาหกิจเพื่อสังคม (social enterprise) และธุรกิจเพื่อสังคม (social business) บางครั้งใช้คำแทนว่า “ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (social entrepreneurship)” หรือ “ผู้ประกอบการเพื่อสังคม (social entrepreneur)” ได้ (Alex, 2006)

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2554 ระบุว่า กิจการเพื่อสังคม มีลักษณะพิเศษ ดังต่อไปนี้

(1) มีกระบวนการผลิต การดำเนินกิจการ หรือการดำเนินการในส่วนของผลิตภัณฑ์หรือบริการซึ่งมิได้ก่อให้เกิดผลเสียในระยะยาวต่อสุขภาพ สังคม และสิ่งแวดล้อม

(2) มีการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้

(3) มีศักยภาพที่จะมีความยั่งยืนทางการเงินได้ด้วยตนเอง

(4) ผลกำไรส่วนใหญ่จากการประกอบกิจการหรือการดำเนินการถูกนำไปขยายผลเพื่อการบรรลุเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม หรือคืนผลประโยชน์ให้แก่สังคม

(5) สามารถมีรูปแบบองค์กรที่หลากหลาย

(6) มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี

สำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ ได้เสนอแนวทางในการคัดกรองกิจการเพื่อสังคม ซึ่งแสดงลักษณะกิจการเพื่อสังคม ดังนี้

- เกณฑ์พิจารณาเรื่องวัตถุประสงค์การดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหา/พัฒนา ชุมชน สังคมหรือสิ่งแวดล้อม

กิจการสามารถระบุถึงเป้าหมายและพันธกิจทางสังคมได้อย่างชัดเจน

- เกณฑ์พิจารณาเรื่องรายรับของกิจการ

กิจการมีรายรับจากการขาย การผลิตสินค้า และ/หรือการให้บริการที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อเป้าหมายอย่างชัดเจน ตั้งแต่แรกเริ่มหรือปรับเปลี่ยนเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน และ/หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลักโดยไม่ได้มีเป้าหมายในการสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและเจ้าของเท่านั้น

- เกณฑ์พิจารณาเรื่องการเกิดผลกระทบในทางที่ไม่ดีต่อสังคม สุขภาวะ และสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต การดำเนินกิจการ รวมถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการ

กิจการไม่ก่อให้เกิดปัญหาต่อพนักงาน ผู้ผลิต ผู้บริโภค ชุมชนโดยรอบ สังคมและสิ่งแวดล้อม และอื่นๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการดำเนินงานของกิจการ

- เกณฑ์พิจารณาเรื่องการกำกับดูแลกิจการที่ดี

กิจการใช้หลักธรรมาภิบาลในการดำเนินการ เช่น การดำเนินงานที่เป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้น มีการบริหารงานที่โปร่งใสตรงตามเป้าหมายทางธุรกิจ เป็นต้น

- เกณฑ์พิจารณาเรื่องศักยภาพของกิจการที่สามารถมีความยั่งยืนทางการเงินได้ด้วยตนเอง

กิจการมีความพร้อมทางด้านการเงินอย่างยั่งยืน ทั้งด้านอัตราการก่อหนี้ ประสิทธิภาพของกิจการ อัตราส่วนกำไร สภาพคล่อง เป็นต้น

- เกณฑ์พิจารณาเรื่องการจัดการกับผลกำไรที่ได้

กิจการมีการปันกำไรสุทธิส่วนหนึ่ง เพื่อนำกลับไปลงทุนในการขยายและต่อยอดกิจการ ให้บรรลุเป้าหมายหรือใช้ลงทุนเพื่อสนับสนุนงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอื่นๆ

- เกณฑ์พิจารณาเรื่องการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้

กิจการมีลักษณะตามคุณสมบัติของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งด้านความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี ความรู้ และคุณธรรม

พันธกิจพื้นฐาน 3 ประการของกิจการเพื่อสังคม (Park Kajanapaibul, 2011) ประการแรกคือ การดึงดูดใจด้วยเงินที่สามารถให้กับผู้ร่วมงานกิจการเพื่อสังคมได้ ประการที่สองคือการยึดมั่นในพันธกิจเพื่อสังคม แม้ว่าจะใช้กลยุทธ์การหารายได้เพื่อได้ผลกำไร ประการที่สามคือการสร้างแบรนด์หรือตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและสร้างพื้นที่ในตลาด

สรุปได้ว่า กิจการเพื่อสังคมต้องมี 1) วัตถุประสงค์มุ่งพัฒนาสังคมหรือสิ่งแวดล้อม 2) การบริหารกำกับดูแลกิจการ 3) ความยั่งยืนทางการเงินของกิจการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เดวิด บอร์นสไตน์ (Davis Bornstein, 2005) กล่าวถึง การสนับสนุนให้การประกอบการเพื่อสังคมเป็นอาชีพว่า มีคนจำนวนมากคิดทำธุรกิจไม่ใช่เพียงเพื่อหาเงิน แต่เพื่อความตื่นตันที่จะได้เห็นความคิดของตนเองเป็นรูปเป็นร่างขึ้นมาในโลก และความพึงพอใจที่จะทำงานให้ตนเอง ปัจจุบันทางเลือกนี้มีอยู่ในภาคประชาชนเช่นกัน หากมีสิ่งจูงใจทางการเงินและทางสังคมที่เหมาะสม อาจมีคนมากขึ้นที่เริ่มขับเคลื่อนเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคมด้วยตนเอง ในอนาคตการประกอบการเพื่อสังคมอาจเป็นทางเลือกเพื่อประกอบอาชีพเพิ่มมากขึ้น ถ้าอาชีพนี้ได้รับความนับถือมากขึ้นและความเสี่ยงทางการเงินลดลง การตัดสินใจเลือกอาชีพจากความพอใจในการได้ทำสิ่งที่มีคุณค่าทางจิตใจมีน้ำหนักมากกว่าข้อพิจารณาด้านการเงินหรือสถานภาพ

วิลเลียม บอโมล (William Baumol) นักเศรษฐศาสตร์ ได้เขียนไว้ว่า ในแง่ปัจจัยนำเข้า ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมเป็นเช่นเดียวกับปัจจัยนำเข้าอื่นๆ ที่สามารถโยกย้ายจากงานหนึ่งไปสู่อีกงานหนึ่งได้ตามการเปลี่ยนแปลงของโอกาสสร้างผลกำไรที่อาจได้มาจากทางเลือกต่างๆ ในการ

นำความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมไปใช้ประโยชน์ ซึ่งโอกาสสร้างผลกำไร อาจตีความได้มากกว่าเงิน อาจรวมไปถึงความพอใจส่วนตัว การเป็นที่รู้จัก และโอกาสที่จะสร้างผลกระทบ จากงานวิจัยของบอร์นสไตน์ ยังพบว่า พฤติกรรมที่ตรงข้ามอย่างชัดเจนของผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่ประสบความสำเร็จสูงและประสบความสำเร็จปานกลาง ไม่จำเป็นต้องมีความมั่นใจมากกว่า ยินยอมมากกว่า หรือมีความรู้มากกว่า จะประสบความสำเร็จสูงกว่า แต่ความแตกต่างที่สำคัญ คือ คุณภาพของแรงจูงใจ ที่มุ่งมั่นอย่างยิ่งที่จะบรรลุเป้าหมายในระยะยาว จึงมักใช้วิธีที่เป็นระบบมากกว่าในการแสวงหาโอกาส คำนึงถึงคุณภาพ ประสิทธิภาพ และมีข้อผูกพันต่อผู้เกี่ยวข้องในการประกอบการ และให้คุณค่ากับผลประโยชน์ในระยะยาวมากกว่าระยะสั้น ทั้งนี้ คุณสมบัติ 6 อย่างของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูง ได้แก่

- 1) ความเต็มใจที่จะแก้ไขตนเอง
- 2) ความเต็มใจที่จะแบ่งความดีความชอบให้ผู้อื่น
- 3) ความเต็มใจที่จะเป็นอิสระจากโครงสร้างที่มั่นคง
- 4) ความเต็มใจที่จะมองข้ามขอบเขตของสาขาวิชาชีพ
- 5) ความเต็มใจที่จะทำงานอย่างเรียบง่าย
- 6) แรงผลักดันด้านจริยธรรมที่มั่นคง

นอกจากนี้ บิล เดรตัน (Bill Drayton อ้างถึงใน Davis Bornstein, 2005) กล่าวถึงความคิดที่กำหนดแบบแผน ของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม โดยให้เหตุผลว่ากระบวนการแสดงให้เห็นถึงความคิดที่ยิ่งใหญ่ที่จะเปลี่ยนวิธีที่โลกจะเผชิญกับความท้าทายครั้งสำคัญ และออกไปทำงานอย่างเป็นระบบให้ความคิดเหล่านั้นกลายเป็นความจริง ถือเป็นกระบวนการหลักสำหรับวิชาชีพผู้ประกอบการเพื่อสังคมเป็นการสร้างความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมแบบรวมหมู่ ไม่ใช่เพียงแค่ละคนมาทำงานรวมกัน แต่อาศัยความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมเพียงอย่างเดียว แต่ยกระดับการทำงานและทักษะของผู้ประกอบการแต่ละคนทำให้เกิดผลกระทบในระดับที่ไม่เคยทำได้มาก่อน

สรุป ความเข้าใจเบื้องต้นของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมในส่วนนี้คือ ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีชื่อเรียกแทนกันได้หลายอย่าง ในที่นี้จะใช้คำว่า ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม เมื่อประยุกต์จากนิยามของ David Bornstein (2010) **ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม** หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบร่วมกันในระยะยาวและต่อเนื่อง ด้วยการ

พัฒนาการดำเนินการที่จะสร้างโอกาสเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งตนเองและผู้อื่น จึงเป็นกลไกสำหรับการจัดการแก้ไขปัญหาสังคมซึ่งเป็นการกระทำที่เป็นระดับปัจเจกที่สร้างการเปลี่ยนแปลง โดยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมมี 3 มิติสำคัญ คือ มิติด้านสังคม มิติด้านการประกอบธุรกิจ และมิติด้านคุณค่าทางจิตใจ เช่น การติดต่อประสานงาน การค้าขาย ความตระหนัก แรงจูงใจ ดังนั้น การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมจึงต้องเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และสำนึกที่จำเป็นในมิติต่างๆ ดังกล่าวเพื่อแสดงถึงความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่จะสามารถดำเนินกิจการเพื่อสังคมได้บรรลุผลสำเร็จ

1.1.2 ความหมายและความสำคัญของการประกอบการเพื่อสังคม

ผู้ประกอบการ (entrepreneur) เปรียบเสมือนนวัตกรรม (Innovator) ซึ่งนวัตกรรมจะช่วยทำให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการทำการสร้างนวัตกรรมขึ้นมา แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมในมุมมองด้านผู้ประกอบการ ถือได้ว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้มีบทบาทและความสำคัญต่อกระบวนการพัฒนานวัตกรรม และนวัตกรรมมีบทบาททำให้การเป็นผู้ประกอบการประสบความสำเร็จด้วย ซึ่งทั้ง 2 อย่างนี้จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในทางบวก (Zhao, 2005) น

Legge & Hindle (1997) และ Dorf & Byers (2008) เชื่อว่า ผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการได้จะต้องเป็นผู้ที่มีลักษณะของการเป็นผู้นำทีม ผู้นำองค์กร และเสาะแสวงหาโอกาสเพื่อสร้างนวัตกรรม

ผู้ประกอบการ ที่มีการพัฒนาทางด้านนวัตกรรมนับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ และเชิงความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Byrd & Turner (2001) ที่กล่าวว่า ความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของธุรกิจอาจจะเป็นไปได้ในหลายมิติ เช่น การมีนวัตกรรม ตำแหน่งทางการตลาด การมีลูกค้าจำนวนมากและการยากที่จะลอกเลียนแบบในตัวสินค้าหรือบริการ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์และคณะ, 2554)

การเป็นผู้ประกอบการทางสังคม หมายถึง กิจการของคน หรือกลุ่มบุคคล องค์กรทั้งประเภทที่แสวงหากำไรและไม่แสวงหากำไร ยึดถือการตอบแทน ประโยชน์สู่สังคมเป็นแนวทางการขับเคลื่อน ซึ่งการประกอบการในรูปแบบ Social Enterprise หรือ SE จะเน้นด้านการกระจายรายได้สู่หน่วยผลิตในกลุ่มสังคม คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ความเป็นธรรม การเอื้อเพื่อแบ่งปัน (Sharing) และการกระจายข้อมูลข่าวสาร ความรู้และวิทยาการในมวลหมู่สมาชิก ตลอดจนเป็นธุรกิจที่นำเทคโนโลยีสมัยใหม่ (Innovation) เข้ามา เป็นส่วนประกอบในการลดต้นทุนการผลิตและใช้ทรัพยากรการผลิตต่างๆ ให้เกิด ความคุ้มค่ามากที่สุด การประกอบธุรกิจ

ในมุมมองของ การประกอบการเพื่อสังคมจะมุ่งเน้นที่คุณค่าในตัวมนุษย์แต่ละ คนมากกว่าฐานะ รายได้ ศักยภาพในการผลิตของมนุษย์แต่ละคนจะถูกนำออกมาใช้ งานในฐานะผู้เป็นเจ้าของหน่วย ผลิตของสังคม ดังนั้น ในบางครั้งจึงมีการใช้คำว่า Social Entrepreneur เพื่อสื่อความหมายของ ผู้ประกอบการลักษณะธุรกิจของ Social Enterprise ให้เป็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น (สำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2552)

การประกอบการเพื่อสังคม หมายถึง รูปแบบผสมของการประกอบการธุรกิจ หรือ การให้บริการทางสังคม เพื่อที่จะให้บรรลุถึงการใช้บริการทางสาธารณะ (The Hong Kong Council of Social Service, 2006).

การประกอบการเพื่อสังคม หมายถึง ธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสังคมเป็นหลัก ซึ่งผล กำไรที่เพิ่มขึ้นจะนำไปลงทุนเพื่อช่วยเหลือสังคมมากกว่าจะเป็นการทำกำไรสูงสุดขององค์กร (Department of Trade and Industry, 2002)

การประกอบการเพื่อสังคม หมายถึง องค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการพัฒนา ปรับปรุง สังคมที่ดีขึ้น โดยไม่คำนึงรูปแบบว่าเป็นธุรกิจประเภทใด (หมายความรวมถึงธุรกิจของภาครัฐ ภาคเอกชน และ ธุรกิจที่ไม่แสวงหากำไร) (Harvard Business School, 2004)

การประกอบการเพื่อสังคม มีนิยามอย่างกว้างๆ ว่าเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการทาง สังคมทำ โดยการสร้างธุรกิจที่มุ่งเพื่อการแก้ไขปัญหาสังคม ปัญหาสิ่งแวดล้อม ข้อดี คือ สามารถ ครอบคลุมกิจการอะไรก็ได้ อย่างไรก็ตาม ข้อเสียของการให้ความหมายที่กว้างๆ ก็จะมาตามด้วย คำถามที่ว่า แล้วกิจการเพื่อสังคมจะแตกต่างจากกิจการอื่นๆ อย่างไร และหากไม่แตกต่าง เรา จำเป็นต้องพัฒนากลไกการสนับสนุน ความรู้ ตัวอย่างต่างๆ หรือ นโยบายขึ้นมาเพื่อผลักดันเรื่อง เหล่านี้ทำไม (Inc, 2011)

ผู้ประกอบการเพื่อสังคม เป็นการรวมกลุ่มขององค์กรซึ่งเกิดจากโครงสร้าง หลากหลายมิติและการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างส่วนภาครัฐ ส่วนเอกชน และส่วนของสังคม ผ่าน รูปแบบของการประกอบการเพื่อแสวงหากำไร ไม่แสวงหากำไร และรูปแบบองค์กรที่ผสมผสานทั้ง สองแบบหรือทั้งสามแบบ เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่สังคมและนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลง โดยการร่วมทุน สามารถทำได้หลากหลาย ผู้ประกอบการเพื่อสังคม คือ บุคคลที่พยายามนำแนวคิดไปสู่การปฏิบัติที่ สามารถเกิดขึ้นจริง ในขณะที่โลกเต็มไปด้วยการแข่งขันเพื่อทรัพยากร ความภักดีต่อสินค้า และเวลา ผู้ประกอบการเพื่อสังคมเรียนรู้ว่า ไม่ว่าความต้องการจะมีอยู่จริงหรือไม่ และธุรกิจจะมีการ ปรับเปลี่ยนเพื่อมีส่วนร่วมหรือไม่ ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะไม่ตัดสินใจว่าสิ่งไหนทำได้หรือทำไม่ได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจึงเป็นบุคคลที่มีความมุ่งมั่นที่จะทำในสิ่งที่ชุมชนขาดแคลน ไม่ใช่ในสิ่ง

ที่ชุมชนคาดหวังหรือสิ่งที่ชุมชนต้องการเท่านั้น การประกอบการเพื่อสังคมสามารถทำได้ในพื้นที่ที่มีความขาดแคลน เนื่องจากผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะสามารถมองเห็นได้ชัดว่า กิจกรรมไหนที่จะก่อให้เกิดคุณค่าแก่พื้นที่นั้น (Alex, 2006) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการเพื่อสังคมและเครือข่ายแสดงให้เห็นถึงการยึดมั่นของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างมีระบบระเบียบที่องค์กรธุรกิจทั่วไปละเลยไม่ใส่ใจ ในขณะที่ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะหาพันธมิตรและแหล่งทรัพยากร ดังนั้น หลายองค์กรได้ผูกมัดกับรัฐบาล สถาบันที่มีใจรักเพื่อนมนุษย์ อาสาสมัคร และธนาคารเพื่อสนับสนุนด้านเงินทุนเมื่อเกิดความจำเป็น ในขณะเดียวกันก็เพื่อประโยชน์ขององค์กรเอง จากการทำกิจกรรมการกุศลเพื่อสร้างค่านิยมทางสังคม ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะขยายการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องและได้รับอิทธิพลรวมทั้ง การกระจายของทรัพยากรซึ่งอุปสงค์และอุปทานที่ไม่สอดคล้องกันเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะต้องพิจารณาถึงการจัดการ การให้การช่วยเหลือด้านการเงินแก่สังคม โดยผ่านการลงทุนที่ไม่แสวงหากำไรหรือจะแสวงหากำไรก็ตามรูปแบบใหม่นี้ ได้รับความสนใจจาก รัฐในประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นที่รู้จักกันว่า ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ซึ่งบางครั้งใช้แทนคำว่า ผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurship) ได้

ผู้ประกอบการเพื่อสังคม คือ บุคคลที่มีวิธีการใหม่ในการแก้ปัญหาสังคมที่เร่งด่วน บุคคลเหล่านี้มีความมุ่งมั่น และยืนหยัดในการแก้ไขปัญหที่สำคัญ และเสนอแนวคิดใหม่เพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคมในวงกว้าง แทนที่จะปล่อยให้การแก้ไขปัญหาเป็นหน้าที่ของภาครัฐหรือภาคธุรกิจเท่านั้น ผู้ประกอบการเพื่อสังคมทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงสังคม ด้วยการมองหาโอกาสที่คนอื่นมองไม่เห็น และพัฒนาระบบ พร้อมกับคิดค้นวิธีใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหา เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมไปในทางที่ดีขึ้น (สากล จริยวิทยานนท์, 2553) การประกอบการทางสังคมและผู้ประกอบการทางสังคมได้มีการพูดถึงในวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในทศวรรษ 1960 และ 1970 (Banks, 1972) และมีการนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในทศวรรษ 1980 และ 1990 ประโยชน์จากการประกอบการทางสังคมยังเป็นผลจากการสร้างสรรค์ของสมาคม องค์กรพัฒนาเอกชน หรือมูลนิธิจำนวนมาก เช่น องค์กร Ashoka: Innovators for the Public (n.d.) มูลนิธิ Skoll มูลนิธิ Ewing Marion Kauffman ในประเทศสหรัฐอเมริกา มูลนิธิ Canada Social Entrepreneurship ในประเทศแคนาดา School for Social Entrepreneur ในประเทศอังกฤษ หรือมูลนิธิ Schwab เพื่อผู้ประกอบการเพื่อสังคมในประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เป็นต้น (Bacq and Janssen, 2008)

ในประวัติศาสตร์ผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่มีชื่อเสียง เช่น Susan B. Anthony ชาวอเมริกันผู้ต่อสู้เพื่อสิทธิสตรีในสหรัฐอเมริกา และสิทธิในการครอบครองสินทรัพย์ ยิ่งไปกว่านั้น เธอยังเป็นผู้นำในการผลักดันการแก้ไขกฎหมายในเรื่องนี้ Vinobha Bhave ชาวอินเดีย ผู้ก่อตั้งและผู้นำ

The Land Gift Movement ซึ่งสนับสนุนและผลักดันให้มีการจัดสรรที่ดิน จำนวน 7 ล้านเอเคอร์ ให้แก่คนในวรรณะจันทาล และผู้ใช้ที่ดินทำกินในสังคมอินเดีย Mary Montessori ชาวอิตาลี ผู้พัฒนาวิธีการเรียนการสอนแบบมอนเตสเซอร์รี่ เพื่อการศึกษาสำหรับเด็กปฐมวัย Florence Nitingale ชาวอังกฤษ ผู้ก่อตั้งการพยาบาลสมัยใหม่ ได้ก่อตั้งโรงเรียนสำหรับพยาบาลแห่งแรก และต่อสู้เพื่อให้โรงพยาบาลได้รับการพัฒนาให้มีสภาพดีขึ้น Magaret Sange ชาวอเมริกันผู้ก่อตั้ง The Parenthood Federation of America ซึ่งได้เผยแพร่ขบวนการวางแผนครอบครัวไปทั่วโลก

ตัวอย่างของผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่มีชื่อเสียงคนหนึ่งในปัจจุบัน คือ Muhammad Yunus ผู้ก่อตั้งและผู้บริหารธนาคาร Grameen ในประเทศบังคลาเทศ ซึ่งมีผลทำให้ประชาชนผู้ยากจนในชนบทมีโอกาสได้กู้ยืมเงินดอกเบี้ยต่ำเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ ทำให้สภาพความเป็นอยู่ดีขึ้น ในปี ค.ศ. 2005 ธนาคารมีสาขามากกว่า 1,500 แห่งในเกือบ 50,000 หมู่บ้าน ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ประมาณร้อยละ 70 ของประเทศทำให้ Yunus ได้รับรางวัลโนเบลในปี ค.ศ.2006 (Brooks, 2009)

สากล จริยวิทยานนท์ (2553) ได้กล่าวถึงหนทางสู่การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ตามแนวคิดของบรู๊ค (Brooks) ว่ามีกระบวนการความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship Process) ดังนี้

1) ผู้ประกอบการเพื่อสังคมยอมรับว่า การมีโอกาสสามารถสร้างคุณค่าทางสังคมได้ กระบวนการนี้อาจจะอยู่ในรูปแบบของปัญหาสังคมที่ชัดเจนหรือไม่ชัดเจน หรืออาจจะเป็นความต้องการทางสังคมที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองก็ได้ การยอมรับโอกาสทางสังคมแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ประการแรก ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมักจะมองเห็นโอกาสในขณะที่บุคคลอื่นจะมองเห็นแต่อุปสรรคและความอับโชค ตัวอย่างเช่น ขณะที่คนส่วนใหญ่มักจะมองเห็นแต่การล้มตายของพืชในเขตอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะมองเห็นโอกาสในการหาความร่วมมือกันจัดทำสวนหย่อมหรือสวนสาธารณะ ประการที่ 2 ความต้องการทางสังคมที่ไม่ได้รับการตอบสนองอาจจะเกี่ยวข้องกับความต้องการที่ยังไม่ได้รับอย่างเต็มที่ เช่น กลุ่มผู้ปกครองที่อยู่ในเขตเมืองชั้นในมักจะไม่พอใจกับโรงเรียนของรัฐที่อยู่ในเขตของพวกเขา ในทางกลับกันอาจจะเกี่ยวข้องกับความต้องการที่ยังอยู่ในลักษณะแอบแฝง นั่นคือ ผู้รับประโยชน์ทางสังคมอาจจะไม่รู้ว่าเขาควรจะได้รับประโยชน์อะไรบ้าง ตัวอย่างก็คือ ผู้ปกครองอาจจะไม่รู้ว่าการปรับปรุงการศึกษาแบบใดที่ลูกๆ ของพวกเขาควรจะได้รับ หรืออาจจะไม่เข้าใจความสำคัญของการปรับปรุงเหล่านี้ ถ้าจะพูดให้ชัดก็คือ ความต้องการที่ซ่อนเร้นจะเป็นรูปแบบที่ซับซ้อนยุ่งเหยิงของโอกาสสำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคมมากกว่าความต้องการที่

แท้จริง เนื่องจากมันจะเกี่ยวข้องกับการขายความคิดที่เป็นผลประโยชน์โดยตรงพอ ๆ กับขั้นตอนอื่นในกระบวนการประกอบการ

2) การมีโอกาสนำไปสู่การพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจ แนวคิดวิสาหกิจมีส่วนประกอบที่เป็นพื้นฐานต่าง ๆ ดังนี้

ประการแรก ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะกำหนดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะหรือตลาดใหม่ในการให้บริการ ตัวอย่างเช่น โอกาสในการให้บริการผู้ไร้ที่อยู่อาศัยจะเกี่ยวข้องกับครัวที่จะทำอาหารชนิดใหม่ หรือที่พักซึ่งบุคคลเหล่านี้ต้องการ หรือการขยายที่พักไปยังที่อื่น หรือการปฏิบัติการในการบรรเทาสภาวะการไร้ที่อยู่ให้ครอบคลุมทุกคนในย่านนี้

ประการที่สอง ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะชี้ให้เห็นและนิยามการชดเชยทางสังคมที่แท้จริงว่า จะต้องได้จากวิสาหกิจที่ประสบความสำเร็จ และต้องตั้งเป้าหมายของวิสาหกิจในเรื่องที่เกี่ยวกับการชดเชยหรือการให้สิ่งตอบแทน ซึ่งขั้นตอนนี้ ยังไม่มีบทสรุปที่ชัดเจนในโลกของการประกอบการทางธุรกิจที่มีระบบการวัดที่ชัดเจนมาก คือ กำไร หรือสิ่งอื่นๆ ที่สัมพันธ์กับกำไร เช่น ส่วนแบ่งการตลาด เป็นต้น

ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมักจะเผชิญกับความท้าทายในการกำหนดคุณค่าของวิสาหกิจของพวกเขาในทางที่จะพิสูจน์แก่ข้อกล่าวหาและวัดได้ ดังตัวอย่าง องค์การเผยแพร่ศาสนา อาจกำหนดการวัดคุณค่าในรูปของจำนวนผู้ที่เปลี่ยนจากความศรัทธาของพวกเขาที่มีมานานให้หันมานับถือในสิ่งที่องค์การได้นำมาเผยแพร่ในพื้นที่นั้นๆ ความล้มเหลวในการหาเอกลักษณ์การกำหนดผลตอบแทนทางสังคมและการตั้งเป้าหมายในขั้นตอนนี้คือเหตุผลหลักที่วิสาหกิจสังคมจำนวนมากไม่ประสบความสำเร็จ

3) การกำหนดทรัพยากรที่ต้องการและการได้มาซึ่งทรัพยากรที่จำเป็น วิสาหกิจสังคมขึ้นอยู่กับทรัพยากรหลักสามแบบด้วยกัน คือ

แบบแรก เป็นความต้องการด้านการเงิน ทรัพยากรเงินซึ่งเป็นรายได้จากการประกอบการ การบริจาค และได้รับจากรัฐบาล ซึ่งสองประการหลังค่อนข้างมีความสำคัญสำหรับวิสาหกิจสังคมที่เพิ่งเริ่มต้นและยังไม่มีอะไรที่จะขายเพื่อให้เกิดรายได้

แบบที่สอง คือ ความต้องการทรัพยากรมนุษย์ทั้งในรูปของอาสาสมัครและได้รับเงินค่าจ้างทรัพยากรที่เป็นอาสาสมัครอาจอยู่ในระดับพนักงาน ผู้นำ หรือแม้แต่กรรมการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ที่เข้ามาร่วมจำนวนมากที่สุดมาจากผู้ประกอบการเพื่อสังคม

แบบที่สาม คือ ทรัพยากรทุนมนุษย์ ทรัพยากรนี้หมายถึง การศึกษา ประสบการณ์ ความรู้ และความชำนาญที่จะทำให้วิสาหกิจดำเนินการได้และมีความสามารถในการแข่งขันได้

ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการทางสังคมที่จะเริ่มโครงการประกันความเสียหายที่จะเกิดกับโรงเรียนในชุมชน จะต้องกำหนดสิ่งที่ไม่ใช่เฉพาะเงินและแรงงานที่ต้องการเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงความจำเป็นทางด้านการเมือง และความรู้ทางเทคนิคเกี่ยวกับเรื่องนี้ประกอบด้วย

4) การเริ่มต้นและการเจริญเติบโตของโครงการ หลังจากการเปิดตัวโครงการแล้ว การเจริญเติบโตก็จะตามมาซึ่งอาจจะเร็วหรือช้าก็ได้ และจะเกี่ยวข้องกับการขยายตัวขององค์การทั้งด้านขนาดและขอบเขตของการดำเนินการ อย่างไรก็ตามการเจริญเติบโตก็ควรจะมียุทธศาสตร์ทางธุรกิจที่ชัดเจน ซึ่งรวมถึงแผนงานที่สอดคล้องกับความต้องการด้านทรัพยากรมนุษย์และเงิน การมอบหมายความรับผิดชอบจากผู้ประกอบการเพื่อสังคมไปยังผู้อื่น กระบวนการในการจัดการและการเจรจาต่อรองกับความขัดแย้งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ และการมีแผนที่สอดคล้องกับการวัดความก้าวหน้าด้านคุณค่าทางสังคม ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการเพื่อสังคมต้องการที่จะทำเขตศิลปะและวัฒนธรรมในย่านใจกลางเมือง การวัดคุณค่าสังคมของวิสาหกิจเช่นนี้อาจจะเกี่ยวกับจำนวนผู้สนับสนุนทางด้านศิลปะในแต่ละเดือนในพื้นที่ที่กำหนด หรือการเริ่มโครงการนี้อาจจะเกี่ยวข้องกับการเชื่อมกิจกรรมของกลุ่มศิลปะย่านใจกลางเมืองสองแห่งที่ใกล้เคียงกัน อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะต้องมียุทธศาสตร์สำหรับการเจริญเติบโตของโครงการนี้ที่เกี่ยวข้องกับการขยายงบประมาณ กิจกรรม และเขตทางภูมิศาสตร์ เช่น มีกลุ่มศิลปะที่เชื่อมโยงกันมากขึ้น การกำหนดเขตและเครื่องหมายจากทางเมือง การพัฒนาเว็บไซต์และอื่นๆ การขยายตัวนี้ควรจะชัดเจนและรวมแผนเจ้าหน้าที่ และการเงินและการจัดอุปสรรคทั้งหลายที่จะมีด้วย นอกจากนี้ อาจจะมีการวัดความก้าวหน้า การติดตามจำนวนผู้สนับสนุนด้านศิลปะในเขตเข้าไปด้วย

5) การบรรลุเป้าหมายและอื่น ๆ ส่วนหนึ่งของกระบวนการวิสาหกิจสังคมที่มักจะละเอียดกันก็คือ แผนสำหรับการบรรลุเป้าหมายซึ่งไม่ได้หมายถึงการวางแผนที่จะบรรลุเป้าหมายแบบง่ายๆ แต่อาจจะหมายถึงสิ่งที่จะต้องทำต่อหลังจากการบรรลุเป้าหมายแล้ว ในการวัดการบรรลุเป้าหมายประกอบด้วยแนวทางที่เป็นไปได้ คือ ปิดโครงการ ปรับปรุงใหม่ให้ตรงกับภารกิจสังคม สร้างให้เกิดดุลยภาพในการบริการที่มีความมั่นคง หรือไปรวมกับโครงการอื่นดังตัวอย่าง วิสาหกิจสังคมที่แสวงหาวิธีฉีดวัคซีนให้เด็กในละแวกหนึ่งเพื่อป้องกันโรค การวัดการปฏิบัติงานค่อนข้างชัดเจน คือ จำนวนหรือร้อยละของเด็กที่ได้รับการฉีดวัคซีน และเป้าหมายก็คือการฉีดวัคซีนให้เด็กอย่างเพียงพอที่จะทำให้เชื้อโรคไม่แพร่กระจายในชุมชนอีกต่อไป หลังจากบรรลุเป้าหมายนี้แล้ว วิสาหกิจสามารถปิดโครงการหรือทำต่อในชุมชนอื่นหรือต่อสู้กับโรคอื่นในทางกลับกัน อาจแสวงหาวิธีดำเนินโครงการต่อไปหากเกิดประสิทธิผลจริง ๆ โดยเข้าไปร่วมกับโครงการสาธารณสุขของรัฐบาลที่เป็นโครงการใหญ่กว่าของวิสาหกิจ

1.1.3 แนวคิดความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมไม่ใช่แนวความคิดใหม่ โดยเริ่มจากคำว่า ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) มาจากคำในภาษาฝรั่งเศส คือ *entreprendre* ซึ่งหมายถึง การเข้ารับดำเนินการ (Undertake) และมีความสำคัญในกระบวนการผลิตที่อธิบายโดยนักเศรษฐศาสตร์เมื่อ 200 ปีมาแล้ว (Dees, 2001) ซึ่งนักเศรษฐศาสตร์สมัยแรก ๆ ได้พูดถึงกระบวนการผลิตว่า ต้องอาศัยแรงงาน ได้แก่ ร่างกายและจิตใจ ทุนทางกายภาพ ได้แก่ โรงงานและเครื่องมือ ทุนมนุษย์ ได้แก่ ความรู้และความชำนาญ และทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ดิน น้ำ โดยขณะเดียวกันก็ต้องอาศัยบางอย่างที่จับต้องได้น้อย เช่น ทักษะในการบริหารจัดการ และความตั้งใจที่จะเข้าเสี่ยงในการลงทุนหรือดำเนินกิจการ นิยามโดยสรุปเกี่ยวกับ ความเป็นผู้ประกอบการ คือ เป็นกระบวนการติดตาม หรือไล่ล่าโอกาสที่ไม่มีขีดจำกัดโดยอาศัยทรัพยากรที่มีอยู่ในปัจจุบัน (สากล จริยวิทยานนท์, 2553) โดยมี หลักการสำคัญ คือคำว่า กระบวนการ (Process) ที่นักวิชาการด้านการประกอบการทั้งหลายในโลกธุรกิจได้อธิบายไว้ประกอบด้วย 5 ส่วนคือ (Brooks, 2009)

1) การยอมรับโอกาส (Opportunity Recognition) ในการประกอบการมักจะเริ่มต้นด้วยการยอมรับว่าโอกาสที่มีอยู่สามารถสร้างให้เกิดมูลค่าได้ เช่น ผู้ประกอบการอาจมองเห็นโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับประชากร ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภค การมีนโยบายสาธารณะใหม่ ๆ หรือสิ่งที่ต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง เป็นต้น

2) การพัฒนาแนวคิด (Concept Development) โอกาสที่มีอยู่ไม่สามารถที่จะให้ผลตอบแทนที่มีคุณค่าจากการลงทุนได้หากไม่มีการแปลงไปเป็นแนวคิดทางธุรกิจ ตัวอย่างก็คือการเปลี่ยนแปลงในรสนิยมของผู้บริโภค อาจจะเป็นการเปิดประตูสำหรับสินค้าใหม่ ๆ ที่ปรับให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงหรือการปรับปรุงของเทคโนโลยีที่มีอยู่ โอกาสและแนวคิดทางธุรกิจไม่ว่าจะเพื่อกำไรหรือไม่ก็ตามไม่ใช่สิ่งเดียวกัน ดังที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการประกอบการเคยกล่าวไว้ว่าความสับสนหรือยุ่งเหยิงระหว่างโอกาสและแนวคิดทางธุรกิจเป็นสาเหตุหลักประการหนึ่งของความล้มเหลวทางธุรกิจหรือสินค้า

3) การกำหนดและการได้มาซึ่งทรัพยากร (Resource Determination and Acquisition) เมื่อผู้ประกอบการมีการพัฒนาแนวคิดทางธุรกิจแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการกำหนดและการได้รับทรัพยากรที่เพียงพอ ทรัพยากรดังกล่าวไม่ได้จำกัดเฉพาะมิติทางการเงิน ผู้ประกอบการยังต้องการทรัพยากรข้อมูลข่าวสารและทรัพยากรมนุษย์ด้วย ตัวอย่างในการตัดสินใจทำธุรกิจจะต้องมี

เงินที่เพียงพอในการเริ่มธุรกิจ มีข้อมูลข่าวสาร หรือสารสนเทศ เกี่ยวกับตลาดที่ผู้ประกอบการต้องเข้าไปแข่งขัน และความช่วยเหลือจากบุคคลอื่นในการนำแผนธุรกิจไปปฏิบัติ

4) การเปิดตัวและความก้าวหน้าในการลงทุน (Launch and Venture Growth) หลังจากมีการยอมรับโอกาสและมีทรัพยากรต่าง ๆ แล้วก็สามารถเปิดตัวธุรกิจนั้นได้ ถัดจากนั้นผู้ประกอบการก็ดำเนินธุรกิจให้เจริญงอกงามเพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูงสุด ซึ่งหมายถึงการลงทุนอย่างต่อเนื่อง พัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจให้กว้างขึ้น รักษาทรัพยากรมนุษย์และจัดการกับความขัดแย้งที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

5) การเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการลงทุน (Harvest the Venture) เป็นการเก็บเกี่ยวผลตอบแทนจากการลงทุน หลังจากนั้นผู้ประกอบการก็จะถอนตัวจากธุรกิจซึ่งตามหลักการก็คือโดยวิธีใดก็ตามที่จะทำให้ผู้ประกอบการได้รับประโยชน์สูงสุด การถอนตัว หมายถึง การขายธุรกิจให้แก่บริษัทอื่น เปลี่ยนแปลงสินทรัพย์ให้เป็นเงินสด หรือมอบธุรกิจให้แก่ทายาทหรือผู้สืบทอด

ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม จึงเป็นนวัตกรรมทางสังคมที่กำลังได้รับการสนใจจากทุกภาคส่วนอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน (Martin & Novicevic, 2010) ทั้งนี้ จากการศึกษาวิจัยทางด้านการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurship) ในหลายๆ ประเทศ พบว่าความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม นอกจากจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม ช่วยสร้างงานสร้างรายได้ และทำให้คนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ก็ยังมีผลพวงทำให้เศรษฐกิจของประเทศมีการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน (Harding, 2006)

มหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก เช่น มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ และมหาวิทยาลัยออกซ์ฟอร์ด ได้เพิ่มสาขาการประกอบการเพื่อสังคมเข้าไปในหลักสูตรการเรียนการสอน เพื่อประยุกต์แนวความคิดสาขานี้ในการดำเนินธุรกิจพร้อมทั้งแก้ไขปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นจริง จึงทำให้แนวความคิดนี้แพร่หลายไปยังมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วโลก โดยเชื่อว่าการประกอบธุรกิจเพื่อสังคมสามารถเป็นอีกหนทางหนึ่งในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่ต้องพึ่งหน่วยงานในภาครัฐเพียงอย่างเดียว (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2550) ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม หรือกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ได้รับการกล่าวถึงในครั้งแรก โดย Peter Drucker (1979) ว่า เป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่ทางด้านสังคมและเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน อาทิ หน่วยงานทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อสนองความต้องการของสังคมและสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และ Goldenberg

(2004) ได้ให้คำจำกัดความ ผู้ประกอบการเพื่อสังคม คือ ผู้สร้างนวัตกรรมใหม่ในสังคม ตลอดจนเป็นผู้สร้างสรรค์สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม

แนวคิดของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurship) มีความคล้ายคลึงกับแนวคิดของการประกอบการหรือความเป็นเจ้าของธุรกิจทั่วไป (Entrepreneurship) เนื่องจากทั้งการประกอบธุรกิจสังคมและการประกอบการนั้น ผู้ดำเนินการจะต้องเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ซึ่งเป็นผู้ที่มีจิตวิญญาณผู้ประกอบการ รู้จักมองหาและใช้โอกาส มีความมุ่งมั่นการมุ่งเน้นความสำเร็จ กล้ารับความเสี่ยง มีความคิดสร้างสรรค์สามารถคิดค้นนวัตกรรมใหม่ในดำเนินธุรกิจหรือในการสร้างธุรกิจใหม่ (Sukasame & Lee, 2008) ดังนั้น แนวคิดทั้งสองจึงสามารถขับเคลื่อนการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม แต่การประกอบการเพื่อสังคมนั้นสามารถช่วยแก้ไขปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมได้โดยตรง ในขณะที่การประกอบการจะช่วยแก้ปัญหาดังกล่าวทางอ้อมเท่านั้น นอกจากนี้ การประกอบธุรกิจเพื่อสังคมและการประกอบการมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนที่เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ โดยที่การเป็นผู้ประกอบการ มีเป้าหมายในความสำเร็จอยู่ที่การสร้างความมั่งคั่งและผลกำไรสูงสุดให้แก่เจ้าของกิจการหรือ ผู้ถือหุ้นเป็นหลัก ในทางตรงกันข้ามการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ทั้งในส่วนที่แสวงหากำไรและไม่แสวงหากำไรต่างยึดแนวทางด้านพัฒนาสังคมเป็นหลัก ส่วนผลกำไรที่เกิดจากดำเนินการนั้นจะถูกนำกลับมาลงทุนเพื่อทำพันธกิจทางด้านสังคมต่อไป มากกว่าที่จะนำผลตอบแทนไปกระจายให้แก่เจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้น (Boschee & McClurg, 2003)

ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมเป็นแนวคิดที่มีการให้ความหมายไว้แตกต่างหลากหลาย เมื่อเปรียบเทียบกับการประกอบการทางธุรกิจ และได้มีการนิยามความหมายในหลายรูปแบบในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ความผันแปรในการให้นิยามดังกล่าวน่าจะมีสาระเพียงพอในการกำหนดนิยามที่เป็นมาตรฐาน อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติ นิยามทั้งหลายจะประกอบด้วยแนวคิดหนึ่งแนวคิด หรือมากกว่า ตามที่นักวิชาการในสาขานี้ได้เสนอไว้ ดังต่อไปนี้ (สากล จริยวิธานนท์, 2553)

1. ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมเกี่ยวข้องกับปัญหาสังคม หรือความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองจากภาคเอกชนหรือรัฐบาล ซึ่งผู้ที่ให้คำนิยามที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ดังนี้

1.1 ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม เป็นการสร้างวิธีการแก้ไขเชิงนวัตกรรมเกี่ยวกับปัญหาสังคม และเป็นการระดมแนวคิด ความสามารถ ทรัพยากร และการเตรียมการทางสังคมที่จะใช้เพื่อการเปลี่ยนแปลงหรือปฏิรูปสังคมอย่างยั่งยืน (Alvord, et.al., 2004)

1.2 ผู้ประกอบการเพื่อสังคม ก็คือ บุคคลที่ตระหนักดีว่า ที่ใดมีโอกาสที่จะสร้างความพอใจให้ผู้ที่ไม่สามารถได้รับการตอบสนองความต้องการได้ ที่นั่น รัฐสวัสดิการจะไม่เกิดขึ้น หรือไม่สามารถเกิดได้ (Thompson, et.al., 2000)

1.3 วิสาหกิจสังคม เป็นองค์การเอกชนที่อุทิศตัวเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม สนองผู้เสียเปรียบในสังคม และจัดหาสินค้าที่สำคัญทางสังคมที่ภาครัฐหรือเอกชนไม่สามารถจัดหาให้ได้ (Dees, 1998)

2. ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมได้รับแรงจูงใจเบื้องต้นจากผลประโยชน์ของสังคม ซึ่งมีผู้ให้นิยามหรือแนวคิดเกี่ยวกับแนวคิดนี้ ดังนี้

2.1 ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม เป็นการสร้างมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสะท้อนพฤติกรรมที่มีศีลธรรมในการประกอบการเพื่อทำให้ภารกิจด้านสังคมประสบความสำเร็จ (Mort, et.al., 2003)

2.2 ผู้ประกอบการเพื่อสังคม เป็นบุคคลที่มีแนวคิดใหม่ ๆ ในการเสนอปัญหาใหม่ ๆ เป็นผู้ที่ไม่ย่อท้อต่อการติดตามวิสัยทัศน์ของพวกเขา และเป็นผู้ที่ไม่ยอมเลิกراجกว่าจะได้เผยแพร่ความคิดของพวกเขาให้ไปไกลที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ (Bornstein, 2004)

3. การประกอบการทางสังคมโดยทั่ว ๆ ไปเป็นการทำงานร่วมกับพลังด้านการตลาด ไม่ใช่การต่อต้าน ซึ่งมีผู้ให้นิยามหรือแนวคิดในด้านนี้ ดังนี้

3.1 ผู้ประกอบการเพื่อสังคม ให้ความสนใจอย่างสูงกับสัญญาณทางการตลาด โดยไม่สูญเสียภาพภารกิจพื้นฐาน ในบางขณะก็ต้องให้เกิดความสมดุลระหว่างจริยธรรมที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ และเหตุจูงใจด้านกำไร (Boschee, 1998)

3.2 ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะรวมนวัตกรรม การประกอบการ และเป้าประสงค์ทางสังคมเข้าด้วยกัน แล้วแสวงหาเงินทุนที่ยั่งยืนโดยการหารายได้จากการค้าขาย (Haugh, 2005)

การนิยามการประกอบการเพื่อสังคมจะเป็นประโยชน์ได้ก็โดยการใช้แนวคิดดังกล่าว และเชื่อมโยงกับสิ่งที่เราเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการประกอบการทางธุรกิจ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการประกอบการเพื่อสังคมกับการประกอบการทางธุรกิจโดยวิธีนี้ จะเห็นว่าไม่ใช่เรื่องที่สุดขั้ว ซึ่งตามความเป็นจริงการประกอบการทางสังคมก็คือ การปรับปรุงแนวทางธุรกิจไปใช้ในการเปลี่ยนแปลงทางสังคมนั่นเอง ข้อแตกต่างพื้นฐานของทั้งสองสิ่งก็ไม่ใช่วัฒนชาติของกระบวนการประกอบการ แต่เป็นการตั้งชื่อเพื่อชดเชยสิ่งที่ยังขาดหายไปมากกว่า โดยข้อเท็จจริง การประกอบการทางสังคมสามารถเข้ากันได้กับกระบวนการประกอบการทางธุรกิจเป็นอย่างดี

ตามที่ได้กล่าวข้างต้น การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางสังคมในระหว่างระยะเวลาที่ผ่านมา ทำให้ผู้ประกอบการเพื่อสังคมเติบโตและเป็นที่รู้จักมากขึ้น จากปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เชื่อมโยงกัน 3 ประการ คือ 1) การเปลี่ยนแปลงความคิดเกี่ยวกับรัฐบาล การปกครองของรัฐบาลรูปแบบเดิมที่อำนาจผูกขาดกับรัฐได้เปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับการล่มสลายของคอมมิวนิสต์ ส่งผลให้หลายๆ ประเทศมีการเปลี่ยนรูปแบบการบริการทางสาธารณะ สร้างตลาดใหม่แก่ผู้ประกอบการเพื่อสังคม เพื่อจัดหาบริการแก่ชุมชน 2) การเปลี่ยนแปลงภายในธุรกิจ ปรากฏชัดเจนนั่งลูกค้าและพนักงานที่เรียกร้องมาตรฐานทางศีลธรรมขององค์กรเพิ่มขึ้น และการส่งเสริมผู้มีส่วนได้เสียที่ต้องการให้ผู้ประกอบการสนใจในความหมายมากกว่าการเพิ่มกำไรให้มากเพียงอย่างเดียว ซึ่งปรากฏให้เห็นแล้วว่า ทั้งสองเรื่องสามารถไปด้วยกันได้ และ 3) ภาคการกุศล เป็นองค์กรที่มีความเข้าใจเป็นอย่างดีเกี่ยวกับความไม่เท่าเทียมกันสังคม และมีการทำงานเพื่อสังคมอย่างใกล้ชิด (Alex, 2006) ทั้งหมดนี้จะเป็นแนวทางที่ช่วยกระตุ้นกิจกรรมเพื่อสังคมให้เกิดขึ้น ในธุรกิจต่างๆ สิ่งผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าธุรกิจทั่วไปคือ ความสามารถในการระดมสิ่งที่เป็นประโยชน์ซึ่งหมายถึงอาสาสมัครหรือแรงงานที่มีความเต็มใจที่จะทำงานเพื่อสังคมมากกว่าเพื่อผลตอบแทนความสามารถในการออกแบบและการดำเนินกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ และการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการผ่านองค์กรที่มีลักษณะพื้นฐานทางสังคมร่วมกันของกลุ่มคน ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการเพื่อสังคมสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับสังคมหรือเศรษฐกิจ โดยไม่มีข้อจำกัดในด้านขนาดขององค์กร ในขณะที่การวัดมูลค่าต่างๆ ถูกกำหนดโดยตลาด “มูลค่าทางสังคม” ถูกกำหนดโดยความต้องการของประชาชนผ่านวิธีการที่หลากหลาย ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจของนักการเมืองที่ได้รับเลือก การที่จะกำหนดว่าสิ่งไหนมีมูลค่านั้น จะต้องเป็นสิ่งที่ประชาชนเต็มใจจะให้บางอย่างเพื่อแลกเปลี่ยน โดยไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นรูปของเงินเท่านั้น แนวคิดเรื่องการประกอบการเพื่อสังคมเป็นที่ยอมรับเพิ่มขึ้นและจะเป็นแนวทางในอนาคตต่อไป เนื่องจากงานเพื่อสังคม มีงบประมาณจำกัด การสร้างรายได้เองจากการทำงานเพื่อสังคม จึงเป็นหนทางที่ยั่งยืน ดังเช่นที่ประเทศอังกฤษมีองค์กร ที่ผู้ประกอบการเพื่อสังคมเกิดจำนวนมากและเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เรียกว่าเป็น Third Sector ในหลายประเทศ “ภาคที่สาม” นี้มีอัตราการเติบโตเร็วกว่าภาคอื่นๆ ทั้งหมด ตัวอย่างที่ประเทศอังกฤษ หนังสือพิมพ์สตรีท นิวส์เปเปอร์ (Street Newspaper) แจกคนเร่ร่อนตามถนนเป็นผู้ขายและมีรายได้คนเหล่านี้รู้จักตรอกซอกซอยของเมืองเป็นอย่างดี ปรากฏว่าคนซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับนี้กันมากเพราะต้องการมีส่วนร่วมใน “คุณค่า” และปรากฏว่าอาชญากรรมตามถนนที่ (street crimes) ลดลง การประกอบธุรกิจบางอย่างก็สร้างงานให้คนจนคนพิการทำ ฯลฯ ธุรกิจเหล่านี้มี “คุณค่า” ที่คนอยากร่วมด้วยจึงมีความเจริญด้านการประกอบการ ด้วยส่วนใหญ่หัวใจของความเป็นมนุษย์ ซ่อนอยู่ภายใน

ตัวบุคคล มนุษย์ต้องการทำอะไรที่มีคุณค่า ธุรกิจคุณค่าจึงมีคนร่วมด้วยมากและมีอนาคตไกล ตัวอย่างในประเทศไทย สถาบันพัฒนาประชากรและชุมชนของนายมีชัย วีระไวทยะ เป็นการประกอบธุรกิจเพื่อสังคมที่ชัดเจน ทำประโยชน์ให้ผู้คนเป็นจำนวนมากพร้อมๆ โดยมีการ จ้างงาน การใช้ทรัพยากรของชุมชน และการนำผลกำไรการประกอบไปใช้เพื่อสังคม เช่น การศึกษา จึงเป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่เลี้ยงตัวเอง โดยไม่มีใครเอากำไรไปแบ่งกัน สำหรับแนวทางขององค์กรพัฒนาเอกชน อาจเป็นการรวมตัวกันทำธุรกิจที่เชื่อมโยงผู้ผลิตในชนบทกับผู้บริโภคในเมืองให้เกื้อกูลกัน กล่าวคือผู้ผลิตก็ผลิตอาหารปลอดภัยเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเมือง ผู้บริโภคบริโภคเมื่อใดก็ไปสนับสนุนการพัฒนาอย่างบูรณาการซึ่งรวมทั้งการสร้างป่าไม้ ต้นน้ำลำธาร การพัฒนาอย่างยั่งยืน จะเป็นไปได้ต่อเนื่องหลังผู้บริโภคไปสนับสนุนการผลิตอาหารแบบอนุรักษ์ เพิ่มพูนสิ่งแวดล้อม เนื่องจากธุรกิจเพื่อสังคมเป็นเรื่องที่มีขอบเขตกว้างใหญ่และมีความหมายอย่างมากต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม การร่วมมือของทุกภาคส่วนของสังคมเพื่อให้การขับเคลื่อนเรื่องการประกอบการเพื่อสังคมเป็นไปอย่างมีระบบ โดยจะเกิดผลทั้งเรื่องการสร้างจิตสำนึกใหม่พัฒนาเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และศีลธรรม ไปสู่ความร่มเย็นเป็นสุข

จากจุดแข็งและจุดอ่อนของภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสังคมดังกล่าวทำให้นักวิชาการและผู้สนใจในการแก้ไขปัญหาสังคมไทยได้นำแนวความคิดเกี่ยวกับการประกอบการเพื่อสังคม ซึ่งเป็นภาคส่วนใหม่ในสังคมมาใช้ในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสังคมของไทย เมื่อไม่นานมานี้ นักวิชาการที่ได้เสนอแนวคิดการประกอบการทางสังคมอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุที่ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบการเพื่อสังคมเป็นกิจการที่ริเริ่มโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีเป้าหมายเพื่อสังคมโดยตรง โดยที่ไม่ได้สนใจเรื่องกำไรหรือผลตอบแทนสูงสุด แต่ความสนใจของคนเหล่านี้ไปไกลเกินกว่าการแสวงหาความมั่งคั่งเพื่อตนเอง แต่เป็นการมุ่งเข้าไปมีส่วนร่วมหรือมีบทบาทในการช่วยเหลือแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจสังคมในประเด็นที่สนใจเป็นสำคัญ และปรารถนาที่จะเห็นสังคมได้รับการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น ผ่านทางกิจการที่คนเหล่านี้ซึ่งมีความเป็นมืออาชีพ (ผู้ประกอบการ) เป็นผู้ดำเนินการ โดยที่กิจการที่ทำอาจจะเป็นกิจการที่สร้างรายได้ หรือไม่สร้างรายได้ก็ได้ จะมีกำไรหรือไม่กำไรก็ได้ แต่ต้องเป็นกิจการที่สามารถเลี้ยงตัวเองได้ สามารถสร้างรายได้เพียงพอที่จะสนับสนุนการดำเนินกิจการนั้นต่อไป แต่หากมีกำไรก็เป็นกำไรในระดับที่เพียงพอที่จะนำไปใช้เพื่อสร้างกิจการเพื่อสังคมใหม่ได้ หากทำเป็นธุรกิจก็ใช้ธุรกิจของตนเป็นเครื่องมือหาแหล่งเงินทุนเพื่อสนับสนุนความตั้งใจที่จะแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจสังคมที่ตนเองสนใจ

ตามแนวคิดดังกล่าว ผู้ประกอบการเพื่อสังคมน่าจะเป็นทางรอดหนึ่งในการแก้ไข ปัญหาสังคมไทยในปัจจุบัน เนื่องจากลักษณะของผู้ประกอบการเพื่อสังคมได้ประสานระหว่างความ คล่องตัว ความมีประสิทธิภาพ และความสามารถในการสร้างนวัตกรรมแบบผู้ประกอบการร่วมกับ ความมีจิตสำนึกต่อสังคมแบบนักพัฒนาสังคมไว้ด้วยกัน ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจึงมีลักษณะพิเศษ คือ มีความตั้งใจที่จะพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น และสามารถดำเนินเป็นได้อย่างต่อเนื่องไม่ขาดตอน นอกจากนั้น หากประเทศไทยจะก้าวไปสู่การแก้ไขปัญหาสังคมที่ยั่งยืนเช่นเดียวกับประเทศอื่นทั่วโลก การแก้ปัญหาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยจะต้องเปลี่ยนทิศการดำเนินงานที่ผ่านมา มาเป็น การใช้การประกอบการเพื่อสังคมเป็นเครื่องมือหลัก โดยเริ่มต้นจากการผลักดันของภาครัฐ ให้เกิด ความเข้าใจในเรื่องนี้อย่างกว้างขวาง และส่งเสริมให้เกิดในภาคปฏิบัติ เช่น การสนับสนุน ผู้ประกอบการเพื่อสังคมเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนเพิ่มมากขึ้นในสังคม ซึ่งรวมถึงใน ส่วนของการศึกษา ควรสร้างการศึกษาที่เน้นเรื่องการประกอบการทางสังคมโดยเฉพาะ เพื่อเป็นการ สนับสนุนทางวิชาการแก่ผู้ที่ต้องการเข้ามาส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านนี้ โดยสร้างหลักสูตรที่เกิด จากความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคองค์การพัฒนาเอกชน และมหาวิทยาลัย อาจจะเป็น หลักสูตรในระดับคณะ สาขาวิชา หรือภาควิชา หรืออาจจะร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ ที่มีชื่อเสียงทางด้านนี้ก็ได้ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2550)

จากความสำคัญและประโยชน์ของแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม และผู้ประกอบการเพื่อสังคมต่อสังคมไทยข้างต้น ทำให้มีนักวิชาการเสนอแนวคิดในการเพิ่มปริมาณ ผู้ประกอบการเพื่อสังคม 3 แนวทางด้วยกัน คือ แนวทางแรก เปลี่ยนแปลงผู้ทำงานภาคสังคมที่มีใจ รักผู้คนเต็มเปี่ยมมาเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม หรือเปลี่ยนแปลงผู้ประกอบการที่จัดการเก่งอยู่แล้ว มาเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม หรืออาจจะพัฒนาใหม่เลยจากผู้ที่ทำงานในองค์กรใดอยู่แล้วหรือ บุคคลอื่นๆ ที่สนใจอยากช่วยเหลือสังคม แนวทางที่ 2 เป็นการเสริมหรือกระตุ้นผู้ประกอบการทาง ธุรกิจที่มีความสามารถด้านบริหารจัดการและสามารถเอาตัวรอดในสภาวะการแข่งขันรุนแรงในวันนี้ ได้ ให้คิดถึงผู้อื่นมากขึ้น เข้าใจสภาวะความเป็นจริงมากขึ้นว่าแท้ที่จริงแล้ว องค์กรธุรกิจของแต่ละ คนไม่สามารถอยู่ได้ยั่งยืนหากสังคมอยู่ไม่รอด และถ้าประชาชนทั่วไปมีความเป็นอยู่ที่ดีก็มีผู้ใช้บริการ ทางธุรกิจมากขึ้น และแนวทางที่ 3 คือ เป็นคนใหม่ที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการด้านใดมาก่อน แต่มีใจ อยากร่วมสร้างสังคมให้ดีขึ้นเหมือนกัน ก็สามารถเริ่มต้นได้ เช่นการไปร่วมกิจกรรมที่มีผู้ประกอบการทาง สังคมเดิมสร้างไว้ ตัวอย่างได้แก่งานจิตอาสาต่าง ๆ หรือไปชักชวนผู้ประกอบการในองค์กรที่ตนสนใจ สร้างสังคม เป็นต้น (มิชิตา จำปาเทศ รอดสุทธิ, 2549)

ความสำคัญของแนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการเพื่อสังคมดังกล่าว น่าจะเป็นกระบวนการทัศน์ใหม่ในการร่วมมือกันพัฒนาสังคมโดยได้สะท้อนให้เห็นถึง ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมที่นับวันจะเลวร้ายลงเรื่อย ๆ โดยเฉพาะปัญหาหลักที่เกี่ยวข้องกับองค์การพัฒนาเอกชนซึ่งแนวคิดการประกอบการทางสังคมหรือผู้ประกอบการเพื่อสังคมสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดี ดังนี้ (สฤณี อาชวานันทกุล, 2550)

1. แนวคิดที่ประสบความสำเร็จในชุมชนหรือโครงการหนึ่งส่วนใหญ่ไม่สามารถนำไปปรับใช้กับชุมชนอื่น หรือขยายขนาดที่ใหญ่กว่าเดิม เช่น ชาวนาหลายคนประทับใจกับความสำเร็จของปราษฎ์ชาวบ้าน บางท่านที่สามารถปลดแอกตัวเองจากวงจรอุบาทว์ของเกษตร กระแสหลักด้วยการทำเกษตรอินทรีย์ ไม่สามารถนำวิธีการของปราษฎ์เหล่านั้นไปปรับใช้กับที่ดินของตัวเองได้เนื่องจากขาดทักษะในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และปรับเปลี่ยนวิธีการของปราษฎ์ออกมาเป็นชุดความรู้ที่สามารถนำไปใช้ในบริบทอื่น ซึ่งล้วนเป็นทักษะที่ผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่ได้รับการศึกษาในโลกธุรกิจมีความพร้อมที่จะช่วยเหลือ ด้วยการใช้เครื่องมือในการบริหารจัดการองค์การที่โลกธุรกิจคุ้นเคย และวิธีการบริหารจัดการความรู้

2. นักทำงานเพื่อสังคมส่วนใหญ่มีความคิดดี ๆ มากมายที่จะช่วยเหลือฟื้นฟูหรือพัฒนาสังคม แต่ต้องมีปัญหาเกี่ยวกับการหารายได้ให้กับโครงการตลอดเวลา ประกอบกับขาดความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการระดมทุน บริหารทุน และจัดสรรทุน ซึ่งเป็นมิติที่ผู้ประกอบการเพื่อสังคมและนักการเงินที่มีจิตสาธารณะ มีความรู้และความชำนาญมากกว่า

3. คนโดยทั่วไปมักจะนิยมบริจาคเงินให้กับมูลนิธิใหญ่ ๆ หรือมีชื่อเสียงมากกว่า มูลนิธิเล็กๆ ที่อยู่ในระดับชุมชนและทำงานได้ผลกว่า ยิ่งยืนยันว่า แต่คนไม่รู้จักเพราะไม่มีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง มูลนิธิใหญ่ ๆ มีคนรู้จักมากกว่า และคนมักจะเชื่อถือโดยคิดว่ามูลนิธิไม่น่าจะนำเงินบริจาคไปใช้ผิดวัตถุประสงค์หรือมีการคอร์รัปชัน โดยขณะนี้ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมักจะเป็นผู้มีจิตสาธารณะ หากทำเป็นธุรกิจก็ใช้ธุรกิจของตนเป็นเครื่องมือในการหาแหล่งเงินทุนหรือเอากำไรส่วนเกินไปใช้เพื่อสร้างกิจการเพื่อสังคม

ข้อเท็จจริงทั้ง 3 ประเด็นดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นถึงปัญหาของการเข้าถึงข้อมูลที่ไม่เท่าเทียมกัน ซึ่งอาจแก้ไขได้ด้วยการสร้างตลาดการลงทุนเพื่อสังคม โดยเป็นสะพานเชื่อมระหว่างนักลงทุนเพื่อสังคมกับผู้ประกอบการเพื่อสังคม นับว่าเป็นแนวทางการพัฒนาสังคมไทยที่น่าสนใจและท้าทายเป็นอย่างยิ่ง

แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการประกอบการเพื่อสังคม น่าจะเป็นแนวคิดที่นำไปสู่ การสร้างสังคมสันติสุข เป็นหนทางบรรเทาความเลวร้ายซึ่งเป็นผลมาจากการมีสังคมที่ทันสมัยส่งเสริม ให้คนในสังคมรู้จักพึ่งพาอาศัยกัน ไม่เอาเปรียบกัน และอยู่ด้วยกันด้วยความรักและสามัคคี ซึ่งเป็น หลักการสำคัญของการพัฒนาสังคม

1.1.4 ทฤษฎีการประกอบการทางสังคม

เพื่อให้การอธิบายการประกอบการทางสังคมเป็นที่เข้าใจยิ่งขึ้น ก็คงต้องย้อนกลับไป ที่การเริ่มต้นกระบวนการประกอบการทางสังคม ซึ่งกระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นเนื่องจากการรับรู้ ว่ามีโอกาส ด้วยเหตุผลนี้โอกาสจึงเป็นตัวกำหนดการเริ่มต้นของการประกอบการทางสังคมไม่ใช่เป็น สาเหตุของการประกอบการทางสังคม จึงมีความจำเป็นต้องอาศัยทฤษฎีที่ว่ากระบวนการการ ประกอบการทางสังคมทั้งหมดได้รับการกระตุ้นอย่างไรและทำไม ซึ่งคงจะต้องกลับไปพิจารณา วรรณกรรมที่มีการพัฒนาเป็นอดีเกี่ยวกับทฤษฎีการประกอบการธุรกิจอีกครั้งหนึ่ง ทฤษฎีการ ประกอบการประกอบด้วย 5 ทฤษฎีหลัก ซึ่งส่วนใหญ่ต่างก็เป็นส่วนประกอบซึ่งกันและกัน ดังนี้

1) สิ่งแวดล้อม (Environment) ภายใต้ทฤษฎีนี้ การประกอบการเป็นสภาพแฝงเร้น ของประชากรที่ได้รับการกระตุ้นเมื่อสิ่งแวดล้อมชักนำให้เป็นเช่นนั้น สิ่งแวดล้อมนี้อาจจะอยู่ใน หน่วยงาน อยู่ในวงจรสังคมของแต่ละบุคคล หรือแม้แต่อยู่ในนโยบายสาธารณะและการเมือง (Van de Hen, 1993)

2) ทรัพยากร (Resource) ทฤษฎีการประกอบการเน้นไปที่ทรัพยากรที่มีอยู่สำหรับ โครงการใหม่ตามแนวความคิดนี้ก็คือ การมีเงินทุน ทรัพยากรมนุษย์ และทุนมนุษย์ที่พอเพียง จะเป็น กุญแจสำคัญที่จะทำให้เกิดความเข้าใจว่าทำไมผู้ประกอบการจึงตัดสินใจในการพยายามหาโอกาสและ ตักตวงโอกาส (Brophy and Shulman, 1992)

3) การทดแทน (Perturbation) ทฤษฎีนี้เสนอว่าการประกอบการเกิดขึ้นเมื่อคนถูก ทดแทนจากธุรกิจปกติโดยปัจจัยด้านการเมือง วัฒนธรรม หรือเศรษฐกิจ (Kuratko and Hodgetts, 2001)

4) ลักษณะส่วนบุคคล (Personal Traits) ทฤษฎีนี้มองว่า บุคลิกภาพในการ ประกอบการมีลักษณะพิเศษหลายลักษณะ การประกอบการเกิดขึ้นเนื่องจากคนที่มีลักษณะพิเศษต่าง ๆ เหล่านี้สามารถที่จะดำเนินการตามความโน้มเอียงของลักษณะพิเศษของพวกเขา (Shaver and Scott, 1991)

5) การเตรียมการ (Preparation) เช่นเดียวกับลักษณะของบุคลิกภาพคือแนวคิดที่ว่า การประกอบการสามารถสอนกันได้ ดังนั้น การเตรียมการจึงขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ เช่น การศึกษา หรือประสบการณ์ในการทำงาน เป็นต้น (Morris, 1998)

การประกอบการทางสังคมจึงได้รับการอธิบายและทำให้เข้าใจได้ด้วยกลุ่มของทฤษฎีเหล่านี้ พลังต่าง ๆ ที่อยู่ในทฤษฎีสามารถทำงานร่วมกันเพื่อที่จะทำให้กระบวนการประกอบการทางสังคมมีความคล่องตัวได้อย่างไร คำอธิบายเริ่มต้นจากพลังสามส่วนแรกเป็นพลังภายนอกการประกอบการทางสังคม ขณะที่พลังอีกสองส่วนหลังเป็นพลังภายใน เมื่อรวมกันแล้วทั้ง 5 ส่วนสามารถที่จะเป็นการเพิ่มพลังในการเริ่มต้นกระบวนการประกอบการทางสังคมหรือทำให้อ่อนแอได้ รูปแบบการรวมตัวกันไม่ใช่จะเกิดประโยชน์เฉพาะการรวมกันและทำให้เกิดความเข้าใจทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวกับการประกอบการเท่านั้น แต่จะเป็นประโยชน์ต่อการทำนายสิ่งที่ยากจะค้นหาเกี่ยวกับการประกอบการทางสังคม ตัวอย่างเช่น การทำนายว่า ระดับความสัมพันธ์ของกิจกรรมการประกอบการทางสังคมจะอยู่ในระดับสูงก็ต่อเมื่อบรรยากาศทางสังคมและการเมืองสอดคล้องกับความคิดที่จะบรรลุความต้องการของสังคม โดยผ่านการริเริ่มของภาคเอกชน หรือเมื่อมีทรัพยากรมากพอที่จะพัฒนาโครงการ หรือเมื่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทำให้ความต้องการทางสังคมได้รับการมองเห็นหรือสัมผัสได้ นอกจากนี้ ผู้คนที่อยู่ภายใต้สิ่งแวดล้อมนี้ที่จะเป็นผู้เริ่มต้นวิสาหกิจสังคมก็คือ ผู้ที่มีความพร้อมและมีบุคลิกภาพที่เหมาะสมในการประกอบการ (สากล จริยวิทยานนท์, 2553)

1.1.5 การประเมินมูลค่าทางสังคม

อาเธอร์ บรู๊ค (Brooks, 2008) ศาสตราจารย์ด้านธุรกิจและนโยบายของรัฐ ผู้สนใจด้านวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมือง กล่าวว่า การวัดประเมินผลคุณค่าทางสังคม ประกอบด้วย 4 หลักการ คือ ความรับผิดชอบ (Accountability) การประเมินค่า (Evaluation) ผลลัพธ์และผลกระทบ (Outcomes and Impacts) และความมีประสิทธิภาพ (Effectiveness) บรู๊ค อธิบายว่า ผู้ประกอบการทางสังคมจะต้องแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อพันธกิจที่เสนอสู่สังคม และทำการประเมินค่าให้ทราบถึงผลลัพธ์ และผลกระทบจากกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เพื่อแจ้งให้ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วนในสังคมรับรู้ถึงประสิทธิภาพขององค์กร นอกจากนี้ บรู๊ค ยังอ้างถึงการศึกษาของ Roland J.Kushner ที่ว่าด้วยเรื่องของรูปแบบองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่มีประสิทธิภาพ เพื่ออธิบายให้เห็นว่า การวัดประเมินผลคุณค่าทางสังคมของผู้ประกอบการทางสังคมจะต้องคำนึงถึง 5 แนวทาง ดังนี้

- 1) ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด (Satisfaction of Constituents)
- 2) ความเพียงพอของเงินทุนในการบรรลุพันธกิจ (Adequacy of funding)
- 3) ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน (Efficiency of operations)
- 4) การบรรลุพันธกิจขององค์กร (Attainment of enterprise goals)
- 5) ความสามารถในการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (Ability to adapt to a changing environment)

ดังนั้น การประเมินค่าผลทางสังคม โดยเฉพาะผลลัพธ์และผลกระทบ จึงเป็นกระบวนการหนึ่งที่สำคัญ ซึ่งท้าทายผู้ประกอบการทางสังคมให้คิดค้นและกำหนดเครื่องมือ ตลอดจนดัชนีชี้วัดต่างๆ ในการวัดประเมินผลดังกล่าว โดยเครื่องมือที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง รวมทั้งในภาคธุรกิจที่แสวงหากำไร ก็คือ ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI)

สุชาติ เอกไพฑูรย์ ได้กล่าวในงานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการของผู้ประกอบการทางสังคมไว้ว่า ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน หรือ SROI เป็นเครื่องมือประเมินผลทางสังคม ที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่ามีการบุกเบิกมาจากกองทุน Roberts Enterprise Development Fund หรือ REDF ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร แห่งหนึ่งซึ่งจัดหาแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการทางสังคมเพื่อช่วยเหลือคนยากจน ให้มีทักษะ ในการทำงานและได้รับโอกาส ในการจ้างงาน โดยในช่วงตั้งแต่ปี 1996 ถึง 2001 เพื่อที่จะสามารถคำนวณผลตอบแทนทางธุรกิจและผลกระทบทางสังคมในเชิงปริมาณ (Quantitative) อย่างเป็นทางการ REDF ออกแบบวิธี SROI จากพื้นฐานประสบการณ์การทำงานขององค์กร ซึ่งพบว่ากิจกรรมหรืองานต่างๆ ที่ ดำเนินการ ไม่สามารถบอกได้ว่างานขององค์กรสามารถพัฒนาชีวิตของคนที่เป็นเป้าหมาย

1.1.6 ลักษณะและบทบาทของผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ในขณะที่มีผู้ให้คำนิยามการประกอบการทางสังคมอย่างหลากหลาย ก็มีผู้พยายามที่จะบอกถึงลักษณะของผู้ประกอบการเพื่อสังคมหลายรายด้วยกัน คำนิยามหนึ่งที่น่าสนใจเป็นของ ดีส์ (Dees, 2001) ซึ่งเรียกผู้ประกอบการเพื่อสังคมว่า เป็นตัวแทนการเปลี่ยนแปลงในภาคสังคม ที่ ได้ทำในสิ่งต่อไปนี้ คือ

- 1) รับภารกิจมาสร้างคุณค่าทางสังคมและรักษาไว้ให้ยาวนาน
- 2) ยอมรับและติดตามโอกาสใหม่ ๆ ที่จะสนองภารกิจที่นั้นอย่างไม่ย่อท้อ
- 3) ผูกพันกับกระบวนการเปลี่ยนแปลง การปรับตัว และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

- 4) กล้าที่จะกระทำการไม่ว่าจะมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรที่มีอยู่ในมือหรือไม่
- 5) แสดงความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้นในเขตที่ได้บริการ และผลลัพธ์ที่ตามมา

การกระทำลักษณะดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงสิ่งที่ผู้ประกอบการเพื่อสังคมทำมากกว่าที่จะแสดงว่าพวกเขาเป็นใคร อย่างไรก็ตามก็ดี ลักษณะส่วนตัวและการเตรียมการซึ่งเป็นพลังภายในทั้งของการประกอบการทางธุรกิจและการประกอบการทางสังคมเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่จะต้องทำความเข้าใจ เราสามารถจัดกรอบคำถามใหม่ว่า ใครมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ซึ่งได้มีการพิจารณาจากงานวิจัยด้านประชากรและจิตวิทยาที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการที่จะช่วยให้เราอธิบายลักษณะผู้ประกอบการเพื่อสังคมได้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

นักวิชาการบางคนได้ศึกษาลักษณะของผู้ประกอบการตั้งแต่กำเนิด รวมทั้งลักษณะด้านประชากรของพวกเขา จากการศึกษาพบว่า มีบางกลุ่มที่มีความเป็นไปได้สูงกว่าปกติที่จะเข้าไปผูกพันกับกิจกรรมการประกอบการ ตัวอย่างเช่น Saxenian (2000) ได้ค้นพบจากการวิจัยว่า ผู้อพยพมีแนวโน้มสูงที่จะเป็นผู้ประกอบการ และยิ่งพบอีกว่า ลูกคนแรกของครอบครัวผู้อพยพมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ประกอบการ และการประกอบการจะเกิดขึ้นเป็นประจำในรอบปีที่สำคัญ เช่น รอบปีที่ 30 40 หรือ 50 (Birds, 1989) งานวิจัยบางฉบับได้ศึกษาลักษณะที่มีมาแต่กำเนิดว่าสามารถทำนายการประกอบการทางสังคมที่มีลักษณะพิเศษได้ เช่นมีหลักฐานที่แสดงว่า เพศก็มีส่วนเกี่ยวข้องด้วย แม้ว่าผู้ประกอบการเพื่อสังคมส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย แต่สัดส่วนของชายต่อหญิงจะต่ำกว่ามากในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ นักวิชาการบางคนได้ค้นพบว่า ผู้ประกอบการเพื่อสังคมบางคนมีแนวโน้มที่จะมีชีวิตส่วนตัวที่ทนทุกข์จากภาวะซึมเศร้า ติดแอลกอฮอล์ หรือติดยาเสพติด (Barendsen and Gardner, 2004) ถึงแม้ว่า ข้อค้นพบจากการศึกษาจะน่าสนใจเพียงใดก็ตาม ข้อเท็จจริงเหล่านี้ก็ยังไม่ทำให้เราเข้าใจเอกลักษณ์ที่แท้จริงของการประกอบการทางสังคมได้ ปัจจัย ที่เกี่ยวกับประชากรไม่ได้เป็นตัวกำหนดการประกอบการแต่จะมีความสัมพันธ์กับลักษณะซึ่งเป็น ตัวกำหนดการประกอบการ ตัวอย่างเช่น สิ่งที่เป็นอยู่จริงของการอพยพอาจจะไม่ได้กระตุ้นพฤติกรรมประกอบการในตัวของมันเอง แต่ผู้อพยพอาจจะมีลักษณะของผู้ประกอบการเนื่องจากประสบการณ์ในการเอาชนะสิ่งเลวร้ายมาก่อนมากกว่า หรือบางทีอาจจะเนื่องจากการเลือกประกอบการด้วยตัวเองตั้งแต่ก่อนที่จะกลายมาเป็นผู้อพยพ

อย่างไรก็ตามสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจในเรื่องนี้มากกว่าลักษณะที่มีมาแต่กำเนิด คือ ลักษณะทางจิตวิทยาของผู้ประกอบการเพื่อสังคม ในการศึกษาจะพบลักษณะดังกล่าวบ่อยที่สุด 7 ลักษณะดังต่อไปนี้ (Morris, 1998. Brooks, 2009)

1) มีนวัตกรรม (Innovativeness) เป็นความจริงที่ว่าแบบฉบับของการประกอบการจะเกี่ยวข้องกับนวัตกรรม จึงไม่น่าประหลาดใจนักที่ผู้ประกอบการมักจะเป็นคนที่ชอบการเปลี่ยนแปลง นั่นก็คือ พวกเขาจะพัฒนาความคิดใหม่ ๆ เพื่อที่จะบรรลุความท้าทายที่เป็นลักษณะเฉพาะ

2) มุ่งผลสัมฤทธิ์ (Achievement Orientation) ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มุ่งเป้าหมายที่พิเศษเสมอ พวกเขาจะตั้งเป้าหมายส่วนตัวอย่างเป็นธรรมชาติและวัดความก้าวหน้าจากเป้าหมายเหล่านี้

3) มีความเป็นอิสระ (Independence) ผู้ประกอบการขึ้นชื่อว่าเป็นพวกชอบความเป็นอิสระส่วนมากจะเป็นผู้ที่พึ่งพาตัวเองสูง และมีจำนวนมากที่โดยธรรมชาติจะทำงานโดยลำพังเพื่อบรรลุเป้าหมายของตัวเอง

4) การควบคุมชะตากรรม (Sense of Control Over Destiny) ผู้ประกอบการไม่ค่อยจะรู้สึกว่าเป็นเหยื่อของสิ่งแวดล้อม แต่จะเป็นผู้ควบคุมชะตากรรมของตนเองมากกว่า ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าพวกเขามีแนวโน้มที่จะมองสถานการณ์ที่ไม่ดีให้เป็นโอกาสแทนที่จะเป็นอุปสรรค

5) มีความเสี่ยงต่ำ (Low Risk-aversion) แม้ว่าจะไม่พบหลักฐานที่แสดงว่าผู้ที่รู้จักใช้เหตุผลซึ่งรวมผู้ประกอบการเข้าไปด้วยจะแสวงหาความเสี่ยงเพื่องานของตัวเอง แต่มีหลักฐานที่แสดงว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความอดทนต่อความเสี่ยงมากกว่า และสร้างสรรค์วิธีที่จะบรรเทาความเสี่ยงได้มากกว่า

6) มีความอดทนต่อสิ่งที่กำกวมไม่ชัดเจน (Tolerance for Ambiguity) ปกติผู้ประกอบการโดยทั่ว ๆ ไปจะทำตัวอย่างสบายได้มากกว่าบุคคลอื่นในสถานการณ์ที่เป็นพลวัตรและไม่ค่อยมีความชัดเจน

7) มีความตระหนักในชุมชนและสิ่งที่สังคมให้ความสำคัญ (Community Awareness and Social Concern) ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองเห็นคุณค่าของการตอบแทนทางสังคม และตั้งใจที่จะอุทิศความสามารถและพลังของพวกเขาเพื่อสะสมสิ่งตอบแทนนี้

ในบริบทของสหราชอาณาจักร ‘ธุรกิจเพื่อสังคม’ นี้จะมีคุณลักษณะที่เหมือนกัน 3 ประการ ดังนี้

- 1) เป็นธุรกิจที่มีการผลิตและให้บริการในรูปแบบต่างๆ (Enterprise Orientation)
- 2) เป็นธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสังคม (Social Aims) เช่น การสร้างงาน การฝึกอบรมเพื่อสร้างเสริมทักษะ อันส่งผลประโยชน์ต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม

3) เป็นองค์การที่สามารถพึ่งตนเองได้ ถึงพร้อมด้วยหลักการบริหารจัดการที่ดี มีพื้นฐานอยู่บนการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยที่กำไรจะถูกจัดสรร หรือถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ ของชุมชน (Social ownership) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2552)

Roger L.Martin และ Sally Osberg (2007) ได้เสนอในบทความเรื่อง Social Entrepreneurship: The Case for Definition ว่า บทบาทของผู้ประกอบการทางสังคม คือ การเคลื่อนสังคมจาก “สภาพสงบ แต่ขาดความสมดุล” ไปสู่ “สภาพใหม่ที่สมดุล สงบ” ซึ่งปลดปล่อยศักยภาพและบรรเทาความทุกข์ยากในขนาด ผู้ประกอบการทางสังคมทำงานเพื่อให้ ความคิดดีๆ ที่มีเหตุมีผล ซึ่งสามารถเกิดผลและสามารถเปลี่ยนแปลงความคิดและพฤติกรรมของประชาชนได้อย่างแท้จริง แต่จากมุมมองของผู้ประกอบการ ความคิดดีๆ จะไม่มีความหมายที่จะต้องพูดถึง หากไม่พูดถึงรายละเอียดในวิธีที่จะเอาไปปฏิบัติ ซึ่งหมายถึงต้องรู้ว่า จะจัดการการเงินอย่างไร จะกระตุ้นพนักงานและลูกค้าอย่างไร และบางทีอาจรวมไปถึงการสร้างผู้มีสิทธิเลือกตั้งทางการเมือง หรือการสนับสนุนฝ่ายตรงข้าม และแน่นอนว่าคำตอบก็มักเปลี่ยนแปลงเสมอ ความคิดใหม่ๆ ที่สำคัญจะส่งผลกระทบต่อทางสังคมได้นั้นต้องการแรงผลักดันไปข้างหน้าที่สำคัญเพื่อดูแล เสริมพลัง เพิ่มพูนทรัพยากร และขึ้นรันเพื่อนำความคิดไปสู่การสร้างระบบ ผู้ประกอบการทางสังคมต้องดึงดูดความน่าสนใจและงบประมาณ เอาชนะความเฉื่อยช้าและการไม่เห็นด้วย ยกระดับพฤติกรรมและระดมเจตจำนงทางการเมือง พัฒนาคุณภาพความคิดอย่างต่อเนื่อง ใส่ใจในรายละเอียดของรูปแบบที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างระมัดระวัง ทั้งนี้ไม่ว่าจะต้องใช้เวลาขนาดไหน กรณีของการ์มิน แบงค์ และ BRAC, ยูนูสและอเบต ต่างก็ต้องเผชิญกับความยากลำบากมายาวนาน ทั้งความผิดพลาดและข้อแท้ในระยะเริ่มต้น พวกเขาต่างโดดเดี่ยว หลายคนบอก ยูนูสว่า การ์มิน แบงค์ จะระเบิดไม่ต่างจาก ลูกบอลลูก ในขณะที่ยอเบต โดนว่า ว่าเขาช่างไม่ฉลาดที่ทำงานที่จ่ายเงินสูง จากบริษัทเซลล์ โดยส่วนตัวทั้งสองต้องพบการสูญเสีย ทั้งคู่ต้องต่อสู้กับพวกติดกรอบศาสนา เผด็จการทหาร นักปฏิรูปสังคม และบางทีสิ่งที่ยากที่สุดก็คือ พฤติกรรมคอร์รัปชั่นที่ค่อยๆ ทำลายความเชื่อมั่นออกจากทุกครั้งที่มีการทำธุรกรรมทางการเงิน ทั้งคู่ทำงานอย่างตั้งใจที่จะขายความคิดของตน เล่าเรื่องเดิมซ้ำแล้วซ้ำอีกเพื่อช่วยระดมทรัพยากรจากภาคีศัตรูที่ปราศจากอาวุธ รวมถึงแสวงหานายหน้าทางการเมืองด้วย ทั้งคู่มองเห็นทะเลอุปสรรคไปรุ่งตลอดทางจนถึงเป้าหมาย แม้ว่าต้องทุ่มทั้งชีวิต บทบาทของผู้ประกอบการทางสังคมสามารถเข้าใจได้ผ่านตัวอย่างเหล่านี้

สาระสำคัญประการหนึ่งของการงานของผู้ประกอบการทางสังคม คือ ช่วยเหลือคนอื่น ให้เห็นความเป็นไปได้ใหม่ๆ ซึมซับในความหมายของความเป็นไปได้ใหม่ และตระหนักว่าจะต้อง

ผลักดันไปสู่การปฏิบัติที่จะเป็นการสร้างแรงผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง กระบวนการที่อธิบายในข้างต้นจะไม่สามารถทำได้ ถ้าคนๆ นั้นไม่ได้มีความรู้สึกเป็นเจ้าของการเปลี่ยนแปลง จะไม่สามารถทำได้ถ้าไม่มีโอกาสได้ทดลองสิ่งใหม่ๆ หรือถ้าคนๆ นั้นไม่พึงใจที่จะยอมรับในความล้มเหลว จะไม่สามารถทำได้ถ้าแรงกดดันที่มีในทุกๆ วัน ทำให้คนๆ นั้นมองเป้าหมายระยะยาวไม่ชัดเจน

ถ้าเราพิจารณาข้อจำกัดเชิงโครงสร้างในภาคส่วนต่างๆ ผู้ประกอบการทางสังคม คือ คำตอบที่เด่นชัดมากขึ้น ในทางธุรกิจ ไม่ว่าผลิตภัณฑ์จะสำคัญขนาดไหน แต่ถ้าไม่สามารถให้สัญญาที่จะทำกำไรได้ภายใน 5-7 ปี มันก็ไม่ดึงดูดให้เกิดการลงทุน ขณะเดียวกันแนวคิดดีๆ ก็ไม่เหมาะสมกับเรื่องทางการเมืองที่ต้องการผลงานเร็ว ดังนั้น เพื่อจัดการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในระยะยาว เราต้องการบุคคลที่มองไปไกลกว่ารายงานไตรมาส และวงจรข่าวสารและการเลือกตั้ง เป็นบุคคลที่ไม่ได้คาดหวังต่อรางวัลหรือชื่อเสียงในระยะสั้น เราต้องการบุคคลที่มีมุมมองต่อปัญหาที่รากฐานและมีวิสัยทัศน์ในมุมมองสูง ผู้ที่มีความสามารถในการสร้างทีมและชอบที่จะริเริ่มทดลอง เราต้องการผู้สร้างสถาบันที่เป็นธรรมชาติ ที่มีความต้องการแก้ไขปัญหาสังคม มากกว่าความสำเร็จส่วนตัว และสุดท้ายควรต้องเน้นย้ำอีกครั้งว่า การประกอบการทางสังคมนั้นเป็นกระบวนการที่มากกว่าเรื่องของการจัดตั้งองค์กร ผู้คนที่ยิ่งใหญ่จำนวนมากทำงานใกล้ชิดกับผู้ประกอบการทางสังคมมาหลายปีโดยไม่ได้รับการยอมรับจากสาธารณะ รวมถึง ผู้ประกอบการทางสังคมจำนวนมาก ที่ผลักดัน นวัตกรรม ที่น่าสนใจภายในองค์กร ตัวอย่างเช่น Dipal Chandra Barua ใน Grameen Bank, Aminul Alam ใน BRAC และ Sushmita Ghosh ใน อโซก้า แต่ที่แน่นอนก็คือ ผู้ก่อตั้งที่มีบทบาทหลัก ริเริ่มและกำกับกระบวนการเปลี่ยนแปลง และขยายความคิดนั้น ล้วนแล้วแต่ได้รับรางวัลที่ยิ่งใหญ่และได้รับความสนใจจากสื่อ แต่ความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากเขานั้นมีเพียงเล็กน้อย (S.Bacq & F. Janssen, 2008)

นอกจากนี้ บรู๊ค (Brooks, 2009) ยังกล่าวถึงความเข้าใจที่ยังไม่ถูกต้องเกี่ยวกับการประกอบการทางสังคม ถึงแม้แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบการทางสังคมจะได้รับความสนใจในวงการวิชาการอย่างกว้างขวางและได้รับความสนใจอย่างแพร่หลาย ก็ยังปรากฏว่า ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนี้ยังมีความเข้าใจผิด ๆ ในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (สากล จริยวิทยานนท์, 2553)

1) ผู้ประกอบการเพื่อสังคมเป็นพวกต่อต้านธุรกิจ

ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับสิ่งตอบแทนทางสังคม คือ ไม่สามารถจะเข้ากันได้ หรือเป็นอริกับสิ่งตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ดังนั้น ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจึงมีแนวโน้มที่เป็นฝ่ายอยู่ตรงข้ามกับโลกธุรกิจ ซึ่งเป็นความเข้าใจที่ผิด เนื่องจากผู้ประกอบการเพื่อสังคมจำนวนมากมาจากโลก

ธุรกิจ ยอมเสียสละออกจากวงการธุรกิจก่อนที่จะมาร่วมสร้างการเปลี่ยนแปลงในสังคม นอกจากนั้น ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจำนวนมากเช่นเดียวกัน ที่บริจาคหรือช่วยเหลือผู้อื่นซึ่งบุคคลเหล่านี้ส่วนหนึ่งก็ร่ำรวยมาจากโลกธุรกิจ นอกจากนั้น วิสาหกิจสังคมบางแห่งก็มีความเกี่ยวข้องกับการร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและองค์กรที่ไม่หวังกำไร ซึ่งภารกิจขององค์กรก็จะอยู่ในรูปของการมีผลประโยชน์ร่วมกัน

2) ความแตกต่างระหว่างการประกอบการทางธุรกิจและการประกอบการทางสังคม ก็คือความโลภ

ยังมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้อง โดยมองว่า ผู้ประกอบการธุรกิจมีแรงจูงใจคือ ความโลภ ในขณะที่ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีผลผลิตสาธารณะเป็นแรงจูงใจ ข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับมิติทางด้านศีลธรรม อย่างไรก็ตามก็ยังมีหลักฐานใดๆ ที่แสดงว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเป็นผู้ที่มีความโลภเป็นพิเศษ ในทางตรงกันข้าม ผู้ประกอบการเพื่อสังคมหลายคนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้วยในขณะเดียวกัน บางคนเป็นที่รู้จักกันดีว่าเป็นคนใจบุญสุนทาน เช่น Andrew Carnegie, John D. Rockefeller ซึ่งรู้จักกันดีเมื่อ 100 ปีที่แล้ว หรือ Bill Gates หรือ Warren Buffett ในปัจจุบัน

3) ผู้ประกอบการเพื่อสังคมดำเนินกิจการที่ไม่หวังกำไร

ดังได้กล่าวมาแล้วในเรื่องกระบวนการการประกอบการทางสังคมที่สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกภาคส่วนที่มีสถานภาพตามกฎหมาย อาจจะเป็นองค์กรในระดับรากหญ้าที่ไม่เป็นทางการหรือองค์กรของรัฐบาลหรือองค์กรทางธุรกิจก็ได้

4) ผู้ประกอบการเพื่อสังคมเป็นโดยกำเนิดไม่ใช่เกิดขึ้นภายหลัง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประกอบการทางสังคมมักจะให้น้ำหนักกับความคิดที่ว่า ลักษณะปกติของผู้ประกอบการเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับธรรมชาติมากกว่าการเลี้ยงดู อย่างไรก็ตาม เป็นความจริงเช่นเดียวกันที่ว่า เราสามารถสอนคนให้มีการเปลี่ยนแปลง มีอิสรภาพ และมุ่งสู่เป้าหมายมากกว่าที่เขาควรจะเป็น ในทำนองเดียวกันมีหลักฐานมากมายที่แสดงว่าคนเราสามารถควบคุมชะตาชีวิตของตัวเอง ทำตัวให้สบายเมื่อต้องเผชิญกับความเสียด และมีความอดทนต่อสิ่งที่คลุมเครือไม่ชัดเจนได้มากกว่าที่เขาควรจะเป็น และยังสามารถยกระดับความตระหนักต่อชุมชนให้สูงขึ้นอีกด้วย กล่าวโดยสรุป แม้ว่าบางคนโดยธรรมชาติที่จะเป็นผู้ที่มีลักษณะของนักประกอบการทางสังคมมากกว่าคนอื่น แต่ก็มีความหลักฐานที่แสดงว่าลักษณะเหล่านี้สามารถที่จะอบรมเพิ่มเติมได้เช่นเดียวกัน

5) ผู้ประกอบการเพื่อสังคมเป็นพวกที่เข้ากับใครไม่ได้

โดยปกติมักจะเข้าใจกันว่า ต้นแบบของผู้ประกอบการเพื่อสังคมก็คือ คนที่ต่อสู้กับสิ่งต่าง ๆ ด้วยตัวเองเนื่องจากไม่สามารถทำงานร่วมกับคนอื่นได้ ความคิดนี้ก็ยังไม่ได้ได้รับการพิสูจน์ว่าเป็นจริง ข้อเท็จจริงก็คือ ผู้ประกอบการทางธุรกิจและผู้ประกอบการทางสังคมเกิดขึ้นในรูปแบบที่หลากหลายซึ่งรวมถึงคนที่อยู่ภายในองค์กรหรือผู้ที่ทำงานเป็นทีม ส่วนคนที่ทำงานเดี่ยวเลี้ยงตัวเองเป็นเพียงหนึ่งแบบในเก้าแบบของการประกอบการเท่านั้น (Vesper,1980)

6) ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมักประสบความล้มเหลว

แม้ความเสี่ยงจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของการประกอบการทางสังคมแต่จากการสำรวจเกี่ยวกับการดำเนินการขององค์กรไม่หวังกำไร พบว่า ในองค์กรการให้บริการเกี่ยวกับสุขภาพและการให้บริการของมนุษย์ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่หวังกำไรที่ตั้งขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 1992 หรือตั้งขึ้นภายหลังมีจำนวนมากกว่าร้อยละ 70 ที่ยังคงดำเนินการอยู่ในช่วงปลายปี ค.ศ. 1996

7) ผู้ประกอบการเพื่อสังคมชอบความเสี่ยง

สิ่งที่ยืนยันได้ประการหนึ่งก็คือ ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีความอดทนต่อความเสี่ยงมากกว่าผู้ที่ไม่ประกอบการหรือพวกเขาสามารถหาวิธีที่จะทำให้ความเสี่ยงบรรเทาลงได้ดีกว่าคนอื่น ซึ่งเป็นคนละเรื่องกับที่บอกว่า พวกเขาชอบความเสี่ยงตามที่บางคนพยายามจะให้เข้าใจเช่นนั้นในข้อเท็จจริงก็คือ มีหลักฐานเพียงเล็กน้อยที่แสดงว่าคนโดยทั่ว ๆ ไปชอบเสี่ยงยกเว้นในกรณีคนชอบเล่นการพนัน

1.1.7 คุณสมบัติและแนวทางในการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการ

การพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการ (อดิศักดิ์ ธีรานุพันธ์ และศรัญญา กันตบุตร, 2555) เป็นกระบวนการที่จะต้องมีการวางแผนและดำเนินการอย่างเป็นระบบ ได้แก่ 1) พัฒนาผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneur) 2) พัฒนาผู้ประกอบการเดิม (Existing Entrepreneur) ให้ดีขึ้น 3) สร้างวัฒนธรรมแห่งการประกอบการ และปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการ

อรพิน สันติธีรากุล (2555) ได้รวบรวมแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการ ไว้ดังนี้

- ผู้ประกอบการสามารถสร้างขึ้นได้ (Entrepreneur can be made)
- ไม่ใช่ทุกคนที่จะเป็นผู้ประกอบการ แต่ทุกคนสามารถมีความเป็นผู้ประกอบการหรือมีพลังสร้างสรรค์ได้

- ธุรกิจขนาดย่อม คือ แพลงเพาะพันธุ์ (Seed – based) หรือจุดเริ่มต้นของการเป็นผู้ประกอบการ

- นวัตกรรม (Innovation) คือ กุญแจแห่งความสำเร็จ

คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (อดิศักดิ์ ธีรานุพันธ์ และศรัญญา กันตบุตร, 2555) จะชี้ให้เห็นถึงคุณลักษณะที่ดี ซึ่งผู้ที่คิดจะเข้ามาเป็นผู้ประกอบการ (Potential Entrepreneur) หรือผู้ที่เป็นผู้ประกอบการอยู่แล้ว (Existing Entrepreneur) ควรจะพัฒนาให้เกิดขึ้นกับตัวเอง เพื่อจะได้เป็นเครื่องชี้นำทางให้เกิดความสำเร็จในการประกอบการ คุณลักษณะดังกล่าว ดังต่อไปนี้ (อาทิตย์ วุฒิศะโร, 2543: 39-44) 1) มีความกล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง 2) มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ 3) มีความผูกพันต่อเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ 4) มีความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น 5) มีความมานะและทำงานหนัก 6) มีความกระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง 7) มีความสามารถในการเรียนรู้จากประสบการณ์ 8) มีความรับผิดชอบ 9) ความเชื่อมั่นในตนเอง 10) มีความสนใจการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม 11) มีความสามารถในการบริหาร 12) มีความคิดสร้างสรรค์ 13) มีความสามารถในการปรับสภาพแวดล้อม 14) มีความกล้าตัดสินใจ 15) มีความสามารถในการคิดและวิเคราะห์แผนธุรกิจหรือโครงการลงทุน 16) มีความสามารถในการสร้างพันธมิตร 17) มีความซื่อสัตย์ 18) มีความประหยัดเพื่ออนาคต 19) มีความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการศึกษาของ The Management System Internatinal in Washington, D.C. (อ้างในอรพิน สนดิธิรากุล, 2542: 133) พบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะประกอบไปด้วยคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ (Personal Entrepreneurial Characteristics) หรือที่เรียกว่า PECs ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ศักยภาพ 10 คุณลักษณะ ดังนี้

1) ศักยภาพแห่งความสำเร็จ (Achievement Competencies)

- การแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking)
- ความมุ่งมั่น (Persistence)
- ความมีพันธะต่องาน ความผูกพัน ความรับผิดชอบในงาน (Commitment to Work Contract)
- ความต้องการไฝหาทางด้านคุณภาพและประสิทธิภาพ (Demand for Quality and Efficiency)
- ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)

2) ศักยภาพแห่งการวางแผน (Planning Competencies)

- การตั้งเป้าหมาย (Goal Setting)

- การประเมินอย่างมีระบบ (Systematic Planning and Monitoring)
- การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking)

3) ศักยภาพแห่งอำนาจ (Power Competencies)

- การชักชวน การชักชวน การมีเครือข่าย (Persuasion and Networking)
- ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self Confidence)

คุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ดี (สมคิด บางโม, 2555) จากการศึกษาผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจำนวนมากพบว่ามีความสมบัติที่คล้าย ๆ กัน ดังต่อไปนี้

- 1) มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความเป็นผู้นำ รักความอิสระ ไม่อยากเป็นลูกจ้างใคร แม้จะล้มเหลวก็ไม่ย่อท้อแก้ไขแล้วสู้ต่อไปไม่ละทิ้ง
- 2) กล้าตัดสินใจ กล้าเสี่ยง การประกอบการอาจสำเร็จหรือล้มเหลวได้ต้องตัดสินใจบนข้อมูลที่ถูกต้อง
- 3) พร้อมที่จะทำงานหนัก อดทนขยันหมั่นเพียร เพราะการประกอบธุรกิจต้องสนใจและเอาใจใส่ตลอดเวลา
- 4) มีมนุษยสัมพันธ์ดี อธิษาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาไพเราะสนใจบุคคลทั่วไป โดยเฉพาะลูกค้า
- 5) มีความรู้เกี่ยวกับกิจการที่ตนประกอบการและหาความรู้เพื่อเติมอยู่เสมอเพื่อปรับปรุงกิจการของตน
- 6) ต้องมีทุนอยู่จำนวนหนึ่งในการประกอบการไม่ใช่กู้จากสถาบันการเงินทั้งหมด
- 7) มีความรับผิดชอบและซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ผู้เกี่ยวข้องและสังคม จึงจะทำให้สถานประกอบการเจริญรุ่งเรืองและยั่งยืน

รวมทั้ง **คุณสมบัติของเจ้าแก๊ใหม่** (สมคิด บางโม, 2555) ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการเพราะเจ้าแก๊ใหม่หรือผู้ประกอบการอิสระ คือ ผู้ที่มองเห็นโอกาสและช่องทางต่างๆ แล้วลงมือสร้างธุรกิจของตนเองขึ้นอย่างสร้างสรรค์ ด้วยการลงทุนและจัดสรรทรัพยากรต่างๆ เพื่อผลิตสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค

คุณสมบัติของเจ้าแก๊ใหม่ วิฑูรย์ สิมะโชค กล่าวว่า มี 7 ประการ ดังนี้ 1) เป็นนักแสวงหาโอกาส 2) เป็นนักเสี่ยง กล้าได้ กล้าเสีย 3) มีความริเริ่มมองเห็นโอกาส 4) มีมานะอดทน

ไม่ท้อถอย ที่เรียกว่ามีความอด 5) มีความใฝ่รู้อยู่เสมอ 6) มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีจุดหมายในอนาคตที่ชัดเจน 7) มีเครือข่ายดี มีเพื่อนฝูงมาก

อย่างไรก็ตาม คุณสมบัติเหล่านี้ไม่ใช่มีมาแต่กำเนิด ทุกคนสามารถพัฒนาขึ้นมาได้เมื่อสนใจและตั้งใจจริงโดยการสังเกต พูดคุยกับผู้ประกอบการ ศึกษาหาความรู้จากสถาบันการศึกษา หรือสมัครเข้าทำงานในสถานประกอบการต่าง ๆ เพื่อหาประสบการณ์

การเตรียมความพร้อมเพื่อเป็นผู้ประกอบการ (อดิศักดิ์ ธีรานุพันธ์ และศรีธัญญา กันตบุตร, 2555)

บางครั้งเราอาจได้พบเห็นเรื่องราวของผู้ที่มีการศึกษาน้อย หากแต่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมของตนเอง แต่นั่นก็ไม่อาจทำให้สรุปได้ว่า การศึกษานั้นไม่มีความสำคัญเพราะยังมีปัจจัยอื่น ๆ ประกอบกันอีกหลายประการที่ทำให้ธุรกิจของบุคคลเหล่านั้นประสบความสำเร็จ

ปัจจุบันนี้มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ได้เปิดสอนวิชา การบริหารธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งมีนักศึกษาเป็นจำนวนมากได้เข้ารับการเรียนรู้เกี่ยวกับวิชาการเริ่มต้นและการบริหารของธุรกิจขนาดย่อมของตนเองได้มีการวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างกว้างขวางถึงประโยชน์ที่แท้จริงของวิชาเหล่านี้ โดยบุคคลบางกลุ่มมีความเชื่อว่า การที่จะเป็นผู้ประกอบการได้นั้นเป็นพรสวรรค์หรือเกิดจากอิทธิพลที่ได้รับตั้งแต่เยาว์วัย ไม่ใช่สิ่งที่จะสามารถสอนกันได้ แต่กลุ่มอาจารย์ผู้สอนมีความเชื่อมั่นว่าความรู้ที่ได้จากการศึกษาจะส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการเริ่มต้นประกอบธุรกิจของตนเองอย่างแน่นอน

แม้จะเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าการศึกษาและประสบการณ์เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการประกอบธุรกิจของตนเอง แต่ในการเก็บเกี่ยวความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจของตนเองนั้นก็ควรอยู่ในระยะเวลาที่เหมาะสม กล่าวคือพยายามใช้เวลาให้น้อยที่สุดเพื่อให้ได้ความรู้มากที่สุด และควรต้องระลึกอยู่เสมอว่ายังมี สิ่งที่จะต้องเรียนรู้อีกมากที่จะได้รับการลงมือปฏิบัติงานจริง

การประเมินความพร้อมที่จะเป็นผู้ประกอบการ (สมคิด บางโม, 2555)
ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จก่อนเริ่มกิจการจะต้องมีความพร้อมในหลายๆ ด้าน ควรประเมินความพร้อมในด้านที่สำคัญๆ ดังนี้

1) ความพร้อมของตนเอง เช่น มีความรู้และประสบการณ์ในธุรกิจนั้นๆ หรือไม่ พร้อมที่จะทำงานหนัก มีความมั่นใจในตนเอง มีความมุ่งมั่นเพียงไร มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

2) ความพร้อมด้านการเงิน เช่น ควรมีเงินทุนของตนเองด้วย ไม่ใช่กู้เงินทั้งหมดมาลงทุน รู้แหล่งเงินทุน รู้แหล่งสนับสนุนจากรัฐ

3) ความพร้อมด้านการตลาด เช่น ได้ศึกษาความต้องการของตลาดหรือไม่ กลุ่มเป้าหมายคือใคร มีคู่แข่งหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

4) ความพร้อมด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ รู้จักการวางแผนธุรกิจ รู้จักการบริหารคน ในกรณีมีลูกจ้างจำนวนมาก รู้จักวิธีการประเมินผลการประกอบการ มีความรู้ด้านการบริหารจัดการ บ้างตามสมควร

ข้อแนะนำสำหรับผู้เริ่มประกอบการ (สมคิด บางโม, 2555) ผู้ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจส่วนใหญ่ ให้คำแนะนำไว้ 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 รวบรวมข้อมูลด้านการตลาด ควรศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

- 1) ความต้องการของผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย
- 2) ทำเลที่ตั้ง มีลักษณะอย่างไร บริเวณใกล้เคียงมีธุรกิจอะไรที่เกี่ยวกับการดำเนินงาน แหล่งวัตถุดิบ ความต้องการสินค้าที่ตนจะผลิต เป็นต้น
- 3) การคมนาคม และสาธารณูปโภคของแหล่งที่ตั้ง
- 4) คู่แข่งขันมีธุรกิจที่คล้ายกันจำนวนเท่าใด ปริมาณการผลิต ราคา และสภาพการบริการ

ขั้นที่ 2 เงินลงทุนและผลตอบแทน ควรพิจารณาหลายประการ เช่น

- 1) ต้องใช้เงินลงทุนเท่าใด
- 2) จุดคุ้มทุนกี่ปี จึงจะมีกำไร
- 3) ผลตอบแทน คิดเป็นกเปอร์เซ็นต์ของเงินลงทุนต่อปี
- 4) ระยะเวลาที่คืนทุน

ขั้นที่ 3 แหล่งที่มาของเงินทุน

จะได้เงินทุนมาจากไหน (จากเงินออม/จากเงินกู้) ดอกเบี้ยเงินกู้ ระยะเวลาที่กู้สัมพันธ์กับการดำเนินงานธุรกิจหรือไม่

ขั้นที่ 4 ความพร้อมของผู้ประกอบการ ได้แก่

ความมุ่งมั่น ความอดทน ความรู้ด้านธุรกิจ วิธีแก้ปัญหาเมื่อธุรกิจประสบปัญหา การประเมินผลการประกอบการ เป็นต้น

ขั้นที่ 5 การตัดสินใจ

นำข้อมูลทั้งหมดข้างต้นมาประมวลเพื่อตัดสินใจว่า จะลงทุนหรือไม่ลงทุน ถ้าได้ ข้อมูลที่ละเอียดและถูกต้องแม่นยำ และผู้ประกอบการมีความพร้อมย่อมประสบความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจ

นอกจากนี้ ถ้าปราศจากการดูแล บำรุงรักษาคุณลักษณะที่สำคัญ อาจสามารถจางหายไปได้ จึงขอแนะนำสำหรับความเป็นผู้ประกอบการนักสร้างสรรค์ โดย June Campbell ให้ข้อแนะนำไว้ในบทความเรื่อง “The Creative Entrepreneur” ดังนี้

1) หลีกเลี่ยงความคิดในเชิงลบกับตัวเอง (Avoid negative self-talk) ถ้าคุณคิด และพูดตลอดเวลาว่า “เราช่างไม่เป็นคนสร้างสรรค์เลย” หรือ “เราไม่มีจินตนาการเสียเลย” หรือ “ความคิดของเราทำไมแย่งเช่นนี้” คำพูดเหล่านี้จะสร้างให้เกิดความเชื่อฝังใจ จนสมยอมรับใน ข้อความเหล่านี้และปฏิบัติตาม ซึ่งถ้าเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความสามารถในการสร้างสรรค์จะหายไป ในที่สุด

2) ยอมรับความคิดสร้างสรรค์ (Acknowledge creative ideas) เมื่อเกิดความคิด ใหม่ๆ ขึ้นมา ไม่ว่าจะสามารถนำมาปฏิบัติได้เลย หรือไม่สามารถปฏิบัติได้ในปัจจุบัน สิ่งที่ต้องเตือน ตัวเองไว้เสมอคือ เรามีความคิด และสามารถที่จะมีได้มากขึ้น ไม่ช้าก็เร็ว เราจะพบกับบางสิ่งบางอย่าง ที่สามารถใช้การได้จริง แคให้กำลังใจเพียงเล็กน้อยกับตัวเองเท่านั้น

3) หลีกเลี่ยงภาวะเหนื่อยล้าจนเกินไป หรือ ถูกกดดันจนเกินไป (Avoid becoming over-tired or over-stressed) เมื่อเราทำงานหลายชั่วโมง หรือทุ่มเทจิตใจไปยังโครงการใด โครงการหนึ่งเป็นเวลาหลายวันเพื่อให้เสร็จ ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์จะเหือดหายไป ความคิดสร้างสรรค์เชื่อกันว่ามาจากสมองด้านขวาของมนุษย์ และสมองส่วนนี้คือ ส่วนที่จะได้รับ ผลกระทบจากการที่เราเหนื่อย หรือเครียด เมื่อมีเหตุการณ์เช่นนี้เกิดขึ้น ต้องรู้จักที่จะหยุดพัก และหา วิธีการลดความเครียดลง

4) ดูแลรักษาความสามารถในเชิงสร้างสรรค์ไว้ (Nurture your creativity) โดยการเข้าร่วมในกิจกรรมและสถานการณ์ที่หลากหลาย ผู้ประกอบการที่ยุ่งมากมักจะไม่ต้องการเอา เวลาเสียไปกับเรื่องอื่นนอกเหนือจากงาน แต่ถ้าให้เวลาสำหรับตัวเองในการเปลี่ยนบรรยากาศ การ

เปลี่ยนแปลงกิจกรรม เท่ากับเป็นการให้โอกาสสำหรับความคิดสร้างสรรค์ และช่วยเพิ่มความอ่อนเยาว์ให้กับสมองข้างขวาได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

ทั้งนี้ การจะเป็นผู้ประกอบการนักสร้างสรรค์ต้องเป็นคนที่รู้อย่างถ่องแท้ในทักษะเฉพาะ ความเข้าใจในเรื่องของทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสิ่งจำเป็น ประกอบกับความสามารถที่จะจัดการกับเรื่องต่างๆ เช่น กระแสเงินสด พรสวรรค์ หรือกระบวนการที่สร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1) สร้างความเป็นตัวเองขึ้นมา (Invent yourself) โดยการค้นหาและดึงเอาความสามารถพิเศษเฉพาะตัวให้เป็นเหมือนภาพพจน์ของตน บริหารจัดการสิ่งดังกล่าวให้ดี สร้างความสมดุลให้เกิดขึ้น มีความชัดเจนกับสิ่งที่เป็น มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

2) ให้ความสำคัญกับความคิด ไม่ใช่เพียงข้อมูลที่มี (Put the priority on ideas, not on data) โดย สร้างให้เกิดจินตนาการที่สร้างสรรค์ และขยายขอบเขตให้กว้างขวางขึ้น จัดทำบุคคลส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับทุนทางปัญญา เข้าใจในเรื่องของสิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาอื่น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะกังวลว่าธุรกิจจะสูญเงินมากกว่าการสูญเสียความสามารถในการคิด

3) อพยพุดนิง (Be nomadic) มีกลุ่มคนที่มีลักษณะไม่ชอบหยุดนิ่งอยู่ในทุกประเทศ บุคคลเหล่านี้จะสามารถเลือกทางเดินและวิธีการเดินทางด้วยตัวเอง และเลือกที่จะอยู่นานแค่ไหน การไม่หยุดนิ่งไม่ได้หมายความว่าถึงการที่จะอยู่เพียงลำพัง เพราะสามารถเดินทางร่วมกับคนอื่นเป็นกลุ่ม เปรียบได้กับผู้นำซึ่งต้องสามารถรวมเอาอุปนิสัย 2 อย่างคือ “รักที่จะเข้าสังคม” กับ “ความสามารถในการอยู่แบบสันโดษ” เข้าไว้ด้วยกัน เพราะ การสร้างสรรค์จำเป็นต้องมีความสามารถที่จะคิดเพียงลำพัง แต่ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

4) กำหนดตัวเองโดยกิจกรรมที่คิดขึ้นด้วยตัวเอง (Define yourself by your own (thinking) activities) จงอย่าวางกรอบให้กับตัวเองด้วยงานที่ถูกมอบหมายโดยคนอื่น คนที่ฉลาดมักจะเรียกตัวเองว่า “นักคิด” บริษัทคอมพิวเตอร์พยายามที่จะขาย “ทางออกสำหรับธุรกิจ (Business solutions)” ให้กับปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้า ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คนเราแต่ละคนสามารถคิดและแลกเปลี่ยนทางออกที่สร้างสรรค์กับคนอื่น ได้

5) จงเรียนรู้อย่างไม่สิ้นสุด (Learn endlessly) ซึ่งความรู้จะมาจากการขอยืม หรือคิดขึ้นเอง มีคำกล่าวที่ว่า “ความคิดใหม่ๆ มักจะเกิดขึ้นเมื่อมีการมาเจอกันครั้งแรกของความคิดเก่าๆ สองความคิด” ไม่ต้องสนใจว่าความคิดจะได้มาจากไหน แต่ที่ต้องสนใจคือ เป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไรมากกว่า หาและรู้จักใช้เครือข่ายที่เหมาะสมให้เป็น ยอมรับความเสี่ยงและยอมทำในสิ่งที่

อาจไม่จำเป็นเสียบ้าง หรือบางสิ่งที่เป็นข้อผิดพลาดอาจนำมาซึ่งการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ได้อย่างน่ามหัศจรรย์

6) รู้จักใช้ประโยชน์จากชื่อเสียง และความโด่งดังทั้งหลาย (Exploit fame and celebrity) ชื่อเสียงและความโด่งดังเรียกได้ว่าเป็น “ต้นทุนจม (Sunk cost)” ซึ่งต้นทุนดังกล่าวไม่สามารถจะเรียกคืนได้ แต่สามารถถูกนำมาใช้ประโยชน์โดยไม่ต้องมีค่าใช้จ่ายเลย ทั้งสองสิ่งนี้นำมาซึ่งค่าตอบแทนทางอ้อมที่ไม่มีวันหมด ในรูปของความสามารถในการเรียกค่าบริการได้สูงขึ้น และช่วยเพิ่มความกะปรี่กะเปร่าให้กับชีวิตและการประกอบอาชีพที่อาจมีการติดขัดได้ในบางช่วง เพราะกลุ่มคนเหล่านี้จะเป็นที่สนใจจากบรรดาสื่อต่างๆ เป็นอย่างมาก

7) ปฏิบัติต่อสิ่งที่เสมือนจริงให้เป็นจริง (Treat the virtual as real and vice versa) โลกของคอมพิวเตอร์กลายเป็นอีกมิติหนึ่งของชีวิตประจำวัน ดังนั้น จงอย่าตัดสินข้อเท็จจริงเพียงว่าสิ่งเหล่านั้นมาจากเทคโนโลยี แต่ที่สำคัญกว่าและเป็นเรื่องที่อยู่ได้ตลอดกาลคือ “มนุษยชาติ” กับ “ข้อเท็จจริง” เปรียบได้กับความเร็วของเครื่องคอมพิวเตอร์ในการส่งผ่านข้อมูล ถึงแม้จะมีสูงเพียงใดก็ตาม จะไม่มีประโยชน์ใดๆ ถ้าปราศจากข้อมูล หรือข้อความที่จะส่งผ่าน

8) จงเป็นคนที่มีเมตตา (Be kind) ความเมตตา กรุณา คือ เครื่องหมายแห่งความสำเร็จ ข้อมูลไม่เคยพูดคำว่า “ได้โปรดเถอะ” แต่มนุษย์สามารถและควรพูดคำนี้เสมอด้วยความตั้งใจจริง ต้องปฏิบัติต่อผู้อื่นเช่นเดียวกับที่ได้รับการปฏิบัติมา เพื่อที่จะได้รับการเชื่อเชิญให้มีเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น ได้รับความรู้เพิ่มเติม ส่งผลให้สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้อีก

9) รู้จักแสดงความชื่นชมต่อความสำเร็จอย่างเปิดเผย (Admire success, openly) นักสร้างสรรค์เป็นผู้ตัดสินใจความสำเร็จ และความล้มเหลวของตนเองอย่างเข้มงวดที่สุด เพราะต้องการเรียนรู้จากสิ่งเหล่านั้น สิ่งที่ย่ำที่สุดคือ อย่าปล่อยให้อยู่ในความรู้สึกสลดหดหู่กับสิ่งที่เกิดขึ้น เพราะการไม่สามารถแพ้จะทำให้ไม่สามารถที่จะไปสู่ชัยชนะได้

10) มีความทะเยอทะยานสูง (Be very ambitious)

11) สนุกสนาน ร่าเริง (Have fun) หลักการของการสร้างสรรค์ คือ จะเกิดขึ้นได้ต้องได้รับการสนับสนุนจาก “การเล่น (Play)” เมื่อผู้คนสนุกร่วมกัน งานบางอย่างที่พิเศษที่ไม่เคยเกิดขึ้น อาจถูกคิดขึ้นมาได้ คนที่ทำตัวเองให้สนุกสนานไม่เพียงแต่จะมีความสุขเท่านั้น แต่ยังสามารถ “รับ” สิ่งต่างๆ ได้เร็วและมากขึ้นด้วย

จากคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการนักสร้างสรรค์ 11 ข้อที่ John Howkins ได้ระบุไว้ ไม่ได้เป็นคัมภีร์ที่ต้องยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เพราะ ความเป็นผู้ประกอบการนักสร้างสรรค์สามารถเป็นได้หลายทาง อาทิ ความสามารถที่จะกำหนดช่องว่างในตลาด และคิดหา

สินค้าและบริการที่สามารถเติมเต็มช่องว่างนั้นได้ หรือความสามารถที่จะหาวิธีการทำงานในการร่วมทุนกับบริษัทอื่นเพื่อให้ได้ผลประโยชน์ร่วมกัน หรือความสามารถเขียนข้อความลดราคาได้อย่างน่าฟัง หรือความสามารถในการคิดหาโลโก้ของบริษัทที่สมบูรณ์แบบ หรือแม้กระทั่งความสามารถในการตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงใจผู้บริโภค ยิ่งผู้ประกอบการเป็นนักสร้างสรรค์มากเท่าไร ความคิดที่ดีที่จะสร้างขึ้นมากก็จะมีมากขึ้นเท่านั้น และความคิดที่ดีเหล่านี้คือขั้นตอนแรกของความสำเร็จทางธุรกิจนั่นเอง

กระทรวงอุตสาหกรรม ได้สรุปปัญหาของการประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางไว้ดังนี้ (อ้างใน สมคิด บางโม, 2555)

1) **การขาดวิญญานของผู้ประกอบการ** ผู้ประกอบการจำนวนมากยังขาดคุณสมบัติพิเศษของผู้ประกอบการบางประการ เช่น กล้าได้กล้าเสีย ต้องการเป็นนายของตัวเอง รักการทำทาย มีระเบียบวินัยสูง รักความอิสระ เป็นต้น

2) **การจัดการไม่ดีพอ** อ่อนด้อยด้านการจัดการ ขาดความรู้เรื่องการบริหารจัดการ การจัดการองค์การการผลิต การเงินและการตลาด

3) **ขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ** สถานประกอบการต้องเริ่มจากผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษจึงจะประสบความสำเร็จ ขาดแรงงานที่มีฝีมือ อาจเพราะมีทุนน้อยหรือจัดหาผู้มีฝีมือไม่ได้

4) **ต้นทุนการผลิตสูง** การบริหารจัดการการผลิตไม่มีคุณภาพทำให้เกิดของเสียมาก ต้นทุนการผลิตจึงสูงประสิทธิภาพในการผลิตต่ำ

5) **การแข่งขันสูง** สภาพการธุรกิจปัจจุบันใครๆก็ลงมาทำธุรกิจได้ มีทั้งชาวต่างชาติและนายทุนภายในประเทศในธุรกิจเดียวจะมีผู้ประกอบการมากมาย

6) **ปัญหาของระบบราชการ** ความไม่มีเอกภาพ มีหลายหน่วยงานที่เข้ามาส่งเสริมช่วยเหลือทำให้เกิดปัญหาความร่วมมือและความล่าช้า

อุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการ (อดิศักดิ์ ธีรานุพันธ์ และศรัญญา กันตบุตร, 2555)

แม้ว่าในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมของตนเองนั้นจะมีสิ่งจูงใจ อันได้แก่ผลตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งล้วนแต่น่าดึงดูดใจ แต่ก็ยังมีอุปสรรคอีกหลายประการที่ผู้ประกอบการจะต้องประสบซึ่งนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่ยับยั้งการตัดสินใจเป็นผู้ประกอบการของบุคคลใน การที่จะประกอบธุรกิจของตนเอง ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการจะต้องทำงานอย่างหนัก รวมทั้งต้องทุ่มเทสติปัญญา แรงกายและแรงใจ เพื่อให้ธุรกิจของตนดำเนินไปได้ด้วยดี อีกทั้งโอกาสที่ธุรกิจจะ

ล้มเหลวเป็นตัวก่อให้เกิดความกดดันและความเครียด สิ่งเหล่านี้นับเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ

ประโยชน์ของธุรกิจที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ (สมคิด บางโม, 2555)

ประชาชนทุกคนเป็นผู้บริโภค ต้องใช้สินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อการดำรงชีวิตและเพื่อความสะดวกสบาย เราต้องอาศัยผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าหรือบริการเพื่อบำบัดความต้องการ นั่นคือต้องอาศัยการประกอบธุรกิจต่างๆ ธุรกิจจึงมีความสำคัญต่อการคงอยู่และเจริญก้าวหน้าของสังคมเป็นอย่างมากดังนี้

1) ธุรกิจช่วยให้ระบบเศรษฐกิจของชาติเจริญงอกงามและมีความมั่นคงยิ่งขึ้น ธุรกิจที่มั่นคงทำให้ภาวะการเงินและระบบเศรษฐกิจของชาติโดยรวมมีความมั่นคงและก้าวหน้ายิ่งขึ้น อันจะเป็นผลดีต่อความมั่นคงของชาติอันเนื่องมาจากการเพิ่มผลผลิตและรายได้ของประชาชาติ และช่วยให้คนมีงานทำมากขึ้นตามไปด้วย

2) ธุรกิจช่วยให้รัฐมีรายได้เพิ่มขึ้น เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการทำนุบำรุงความเจริญของประเทศธุรกิจช่วยให้การเงินหมุนเวียน รัฐมีรายได้เพิ่มขึ้นในรูปของภาษีอากรซึ่งสามารถที่จะนำเงินรายได้นี้ไปปรับปรุงสาธารณูปโภคต่างๆ รวมทั้งการให้บริการต่าง ๆ แก่ประชาชนอย่างทั่วถึงกว้างขวางยิ่งขึ้น

3) ธุรกิจช่วยให้มาตรฐานการดำรงชีวิตของคนในสังคมดีขึ้น ธุรกิจช่วยให้เกิดรายได้แก่คนในสังคมในรูปแบบต่างๆ เช่น การจ้างแรงงาน ผลตอบแทนจากการลงทุน เป็นต้น ซึ่งทำให้คนมีรายได้เพียงพอแก่การซื้อหาปัจจัยที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ทำให้มีความสุขและความพึงพอใจมากขึ้นตามไปด้วย อนึ่ง การที่คนมีโอกาสเลือกใช้สินค้าและบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานสูง ทั้งเครื่องอุปโภคและบริโภคจะทำให้บุคคลมีสุขภาพพลานามัยดี ปราศจากการเจ็บป่วย ทำให้ชีวิตมีความสมบูรณ์เป็นสุขขึ้น

4) ธุรกิจช่วยให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิชาการต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง การประกอบธุรกิจย่อมต้องการความรู้ความชำนาญเฉพาะอย่าง ในแทบทุกด้าน ยิ่งธุรกิจซับซ้อนขึ้น ความรู้ที่ต้องการก็สลับซับซ้อนและสูงขึ้นไปด้วย จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาค้นคว้าหาความรู้ทั้งในด้านการผลิต การจำหน่าย การจัดการ ฯลฯ อยู่ตลอดเวลา ผลจากการศึกษาค้นคว้านี้ทำให้วิชาการเจริญก้าวหน้ามากขึ้น เป็นประโยชน์แก่โลกเป็นอย่างยิ่ง ในปัจจุบันองค์การธุรกิจใหญ่ๆ ได้ลงทุนเป็นจำนวนมากในการศึกษาค้นคว้าเพื่อให้การประกอบธุรกิจของตนก้าวหน้าไปและเป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจในสาขาต่างๆ เป็นต้น

5) ธุรกิจช่วยรักษาและส่งเสริมค่านิยมทางด้านศิลปะและวัฒนธรรมของสังคมให้คงอยู่และงอกงามต่อไป ธุรกิจมีส่วนในการสร้างสรรค์ ส่งเสริม และเป็นผู้นำในการรักษาศิลปะและวัฒนธรรมของสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่องค์การธุรกิจนำเสนอแก่ประชาชนเป็นการกำหนดแนวทางและสร้างรสนิยมในสิ่งต่างๆ ให้เกิดขึ้น มีการนำวิธีการใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินการธุรกิจของตน รวมไปถึงการเสียสละเงินเพื่อนคงรักษาศิลปวัฒนธรรม เช่น การสร้างเมืองโบราณของนักธุรกิจในประเทศ เป็นต้น ยิ่งกว่านั้นธุรกิจยังมีส่วนช่วยส่งเสริมระบบการแข่งขันอย่างเสรีซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม อันจะเป็นผลให้ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องดำเนินธุรกิจของตนให้ดีและมีคุณค่าที่สุดอีกด้วยจึงจะได้รับความนิยมาจากประชาชนทั่วไป

สรุปได้ว่า การพัฒนาเศรษฐกิจแบบยั่งยืนของประเทศ คือ การสร้างผู้ประกอบการธุรกิจที่มีศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อเป็นกำลังใจสำคัญในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาและนำไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมการเป็นผู้ประกอบการสามารถสร้างขึ้นมาได้และสามารถนำไปสู่ความสำเร็จโดยการมุ่งเน้นไปสู่การพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ แรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยเกื้อหนุน และแผนธุรกิจ

1.2 ประเภทของการประกอบการเพื่อสังคม

ประเภทของการประกอบการเพื่อสังคม 4 รูปแบบ ประกอบด้วย (Mal Warwick, 2006)

1) องค์การภาคสังคมที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแสวงหากำไร คือ การที่องค์การไม่แสวงหากำไร เช่น โรงพยาบาลนารายได้จากการเก็บค่าจอดรถมาช่วยสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการบริหาร โรงพยาบาล เป็นต้น

2) องค์การภาคธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแสวงหากำไรแต่นำผลกำไรที่ได้รับกลับไปคืนให้กับสังคม ชุมชนในรูปแบบของการบริจาค หรือช่วยเหลือธุรกิจที่ทำประโยชน์เพื่อสังคม เช่น Newman's Own เป็น เป็นธุรกิจอาหารที่แสวงหาผลกำไร แต่กำไรที่ได้ทั้งหมด จะส่งมอบให้แก่หน่วยงานทางด้าน การศึกษา หรือหน่วยงานที่รับบริจาคต่างๆ เพื่อนำไปช่วยเหลือสังคมต่อไป

3) องค์การภาคสังคมที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม คือ การที่องค์การที่ไม่แสวงหาผลกำไร ก่อตั้งขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยจัดหางาน และสร้างรายได้ให้คนที่ยังไม่มีงานทำ

4) องค์การภาคธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม เป็นองค์การที่แสวงหาผลกำไร แต่ ธรรมชาติของธุรกิจประเภทนี้จะให้ความสนใจไปที่ภารกิจทางสังคม อาทิ การช่วยเหลือ และ แก้ไขปัญหาของสังคม มากกว่าภารกิจด้านอื่นๆ

นอกจากนี้ จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า มีรูปแบบธุรกิจเพื่อสังคมอีกรูปแบบหนึ่ง ที่เรียกว่า รูปแบบผสมผสาน (Hybrids) คือเป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่ไม่ใช่ทั้งภาคสังคมและภาคธุรกิจ แต่เป็นตัว บุคคล หรือ กลุ่มบุคคล (เปรียบเทียบเป็น Third Sectors ของสังคม) ที่มาร่วมกันจัดตั้ง ธุรกิจ โดยมีจุดยืน อุดมการณ์ที่ชัดเจนว่าจะจัดตั้งธุรกิจขึ้นเพื่อการช่วยเหลือสังคม ชุมชนโดยเฉพาะ ตัวอย่างของ ธุรกิจประเภทนี้ เช่น Shokay ในฮ่องกง เป็นธุรกิจที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือสังคม โดยเฉพาะชุมชนที่ยากจนของประเทศจีน เพื่อให้คนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ธุรกิจ Shokay จะนำผลกำไรของ บริษัทไปพัฒนาชุมชน (local communities) โดยเป็นธุรกิจที่พยายามที่สร้าง ผลิตภัณฑ์ระดับสูง จากวัตถุดิบที่ได้จากในชุมชน เช่น สร้างผลิตภัณฑ์ผ้า Yakmere เพื่อให้ มีคน ที่มีฐานะหันมาใช้แทน Cashmere เป็น ต้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2552)

นิตยสาร Inc ฉบับเดือนพฤษภาคม ปี ค.ศ. 2011 แบ่งประเภทของกิจการสังคม ออกเป็น 6 ประเภทตามลักษณะของกิจการและความมุ่งหมายในการจัดตั้งกิจการ ได้แก่

- 1) กิจการเพื่อสังคมประเภท: B Corporation (ลักษณะเครือข่ายธุรกิจที่ยอมใช้ระบบ ประเมินผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นระบบเดียวกัน)
- 2) กิจการเพื่อสังคมประเภทไม่หวังผลกำไร (traditional nonprofit)
- 3) กิจการเพื่อสังคม ประเภทไม่หวังผลกำไร แต่หารายได้ (Nonprofit with earn income)
- 4) กิจการเพื่อสังคม ประเภทลูกผสม (Hybrid)
- 5) กิจการเพื่อสังคม ประเภทนักลงทุนที่เน้นผลกระทบต่อ (impact investors)
- 6) กิจการเพื่อสังคม ประเภทหากำไรด้วยพันธกิจทางสังคม (For-profit with social mission)

สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (2553: ออนไลน์) หรือ สกส. มีแผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ.2553-2557 ระบุว่า กิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยมี หลากหลายประเภทและรูปแบบ แต่เพื่อประโยชน์ในการวางยุทธศาสตร์ นโยบาย และกลยุทธ์ในการ

สร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย จึงแบ่งกิจการเพื่อสังคมเป็น 6 กลุ่มหลักๆ ตามกลุ่มบุคคล/องค์กรที่ก่อตั้ง ดังนี้

ผู้ก่อตั้ง	รูปแบบของกิจการเพื่อสังคม	ตัวอย่างในประเทศไทย
เครือข่ายและองค์กรชุมชน	วิสาหกิจชุมชน ท่องเที่ยวชุมชน สหกรณ์ องค์กรการเงินชุมชน	กลุ่มออมทรัพย์คลองเปื่อยะ กลุ่มสัจจะออมทรัพย์ครู ชบ ยอดแก้ว
องค์กรสาธารณประโยชน์	ธุรกิจที่จัดตั้ง และ/หรือถือหุ้นโดย องค์กรสาธารณประโยชน์	โครงการดอยตุง มูลนิธิแม่ฟ้า หลวง ร้าน Cabbages & Condoms (สมาคมพัฒนา ประชากรและชุมชน)
หน่วยราชการและ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจที่จัดตั้ง และ/หรือถือหุ้นโดย หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ	มูลนิธิโรงพยาบาลอภัยภูเบศร
ผู้ประกอบการใหม่	กิจการที่บุกเบิกโดยผู้ประกอบการ เพื่อสังคม	บริษัท OpenDream จำกัด นิตยสาร BE
ธุรกิจเอกชน	ธุรกิจที่จัดตั้งโดยธุรกิจเอกชน (Corporate)	บริษัท สังคมสุขภาพ จำกัด ร้านเลมอนฟาร์ม
อื่นๆ	ธุรกิจที่จัดตั้ง และ/หรือถือหุ้นโดย วัด สถาบันการศึกษา สถาบัน ศาสตร์ ฯลฯ	Thai Tribal Crafts Fair Trade (TTC) โรงเรียนรุ่งอรุณ

1.3 การประกอบการเพื่อสังคมและการดำเนินธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

การที่บุคคลมีความสุขเพิ่มขึ้น มิใช่เฉพาะ ”การได้รับ” เท่านั้น แต่ ”การให้” ก็ก่อให้เกิดความพอใจและความสุขได้เช่นกัน ปัจจุบันในยุโรปและอเมริกาเกิดขบวนการ "การให้" ของภาคเอกชน ในรูปแบบที่ไม่เคยมีมาก่อนอย่างน่าสนใจ หากกล่าวถึง การดำเนินธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) เป็นที่รู้จักในสังคมไทยมานานพอควร บริษัทเอกชนบริจาคเงินเพื่อสาธารณประโยชน์ และ/หรือจัดทำโครงการเพื่อสังคม เช่น ปลูกป่า จัดค่ายเยาวชน ประกวดวรรณกรรม โครงการรกรักการอ่าน โครงการรักสิ่งแวดล้อม ฯลฯ คือสิ่งที่เรียกว่า CSR ของบริษัทเอกชน โดยอยู่บนฐานความคิดว่าธุรกิจเอกชนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

ดังนั้นจำเป็นต้องตอบแทนสังคม "คืนกำไรให้สังคม" ด้วยการเสียสละเงินทอง ตอบแทนสิ่งดีงามคืนให้สังคมเพื่อการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามก็ดี ใ้ว่าทุกคนจะเห็นพ้องต้องกัน นักเศรษฐศาสตร์รางวัลโนเบลมีชื่อของโลก Milton Friedman กล่าวว่า ธุรกิจเอกชนไม่มีการยุ่งกับการตอบแทนสังคม หน้าที่หลักคือสร้างกำไรตอบแทนให้ผู้ถือหุ้นตามบทบาทหลักของตนเอง การบริหารอย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใสก็ถือว่าเป็น CSR งานที่ทำให้สังคมเป็นหน้าที่ขององค์กรอื่นซึ่งเขาทำหน้าที่กันอยู่แล้ว ทว่าปัจจุบันก็มีผู้เห็นคล้อยตาม Friedman น้อยลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ Climate Change เช่นปัจจุบัน ข้อถกเถียงก็คือ ทุกคนต้องรับผิดชอบโลกและสังคม ธุรกิจเอกชนคือส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น จึงไม่อาจหลีกเลี่ยงงาน CSR ไปได้ ถึงแม้ CSR จะดำเนินไปได้อย่างดีในหลายประเทศในโลก แต่ใน 5-6 ปีที่ผ่านมา คนจำนวนมากในยุโรปและอเมริกาเห็นว่ายังคงไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีรูปแบบใหม่ของ "การให้" จากภาคเอกชนที่มีประสิทธิภาพกว่า CSR นั่นก็คือ การจัดตั้ง Social Enterprise ขึ้น

กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise:SE) คือ ธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งทำมาค้าขายเหมือนธุรกิจทั่วไป โดยมีวัตถุประสงค์ 3 อย่างควบคู่กันไป คือ (ก) สร้างกำไร (ข) มุ่งสร้างสรรค์สังคม (ค) สนับสนุนสิ่งแวดล้อม หรือที่เรียกว่า **Triple Bottom Line** ทั้งนี้ การประกอบกิจการเพื่อสังคมไม่มุ่งกำไรสูงสุด หากมุ่งสร้างกำไรเพื่อนำมาใช้เพื่อประโยชน์ของสังคม นั่นคือ กิจการเพื่อสังคม เป็นองค์กร "Not-For-Profit" เนื่องจากกำไรไม่ต้องแบ่งสรรคืนให้แก่เจ้าของทุน แต่นำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์หลัก คือ "การให้" สังคม ในประเทศอังกฤษ ลักษณะ 3 อย่างที่ทำให้องค์กรหนึ่งเป็นกิจการเพื่อสังคม ก็คือ (1) ผลิตสินค้าและและบริการหรือค้าขายโดยแสวงหากำไร (2) มีวัตถุประสงค์ของการตั้งขึ้นมาอย่างชัดเจนเพื่อสังคม เช่น สร้างงานเพื่อชุมชน หรือ ฝึกฝนทักษะของชุมชนหรือจัดหาบริการให้แก่ชุมชน ฯลฯ (3) ความเป็นเจ้าของนั้นไม่ถูกผูกขาด หากแต่กระจายกันไปในกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกค้าบริษัท ชุมชน ฯลฯ กำไรถูกแบ่งสรรกลับคืนเพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมหรือชุมชน (วีรกร ตรีเศศ, 2552)

การประกอบการเพื่อสังคม และการดำเนินธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR มีเป้าหมายที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ มุ่งที่จะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่การดำเนินธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากจะพยายามสร้างการยอมรับความน่าเชื่อถือและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสังคมแล้ว ยังเป็นการสร้างฐานลูกค้าของตนในอนาคต ซึ่งสุดท้ายจะนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันและผลกำไรที่เพิ่มขึ้นขององค์กรนั่นเอง การดำเนินธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจึงสามารถนำพาองค์กรธุรกิจไปสู่ความสำเร็จด้านการเงินและผลประกอบการที่ดี

ในขณะที่การประกอบการเพื่อสังคม มีเป้าหมายสุดท้ายเพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อม โดยที่ผลตอบแทนที่ได้มานั้นจะนำไปตอบแทนสู่สังคม ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การประกอบการเพื่อสังคมจึงมีขอบเขตบางส่วนที่คล้ายคลึงกับการดำเนินธุรกิจที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม การประกอบการและองค์กรการกุศล แต่การประกอบการเพื่อสังคมมีขอบเขตที่กว้างกว่าแนวคิดที่กล่าวมาในข้างต้น โดยครอบคลุมการพัฒนาอย่างยั่งยืนและเป็นระบบทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม (นิตนา ฐานิธรนกร, 2553)

กล่าวโดยสรุป คือ การประกอบการเพื่อสังคมเป็นธุรกิจเอกชนที่ผลิตหรือค้าขายโดยแสวงหากำไร แต่กำไรนั้นเป็นไปเพื่อสังคม ถึงแม้ในบางทีก็อาจต้องจัดสรรกำไรให้ผู้ลงทุนบ้างก็ตาม ซึ่งต่างจาก CSR ที่เป็นโครงการเพื่อสังคมของธุรกิจที่ยังแสวงหากำไรสูงสุด

ผู้ประกอบการที่คำนึงถึงสังคม (Social Entrepreneur) ที่มีอยู่จำนวนไม่น้อยที่สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม แต่จะยกตัวอย่างกรณีที่เกี่ยวข้องในเชิงธุรกิจ เพื่อจะชี้ให้เห็นว่าไม่ใช่เฉพาะคนหรือองค์กรไม่แสวงหากำไรเท่านั้นที่สามารถเป็น Social Entrepreneur ได้ ในบ้านเรามีกลุ่มที่เรียกว่า “กรีนเนท” มี วิฑูรย์ ปัญญากุล หนึ่งในผู้ก่อตั้งสหกรณ์กรีนเนทจำกัด เรียกกิจการตัวเองว่าเป็น “Social Enterprise” ถือว่าเป็นธุรกิจทางสังคม เป็นธุรกิจที่ใช้ปัญหาสังคมเป็นตัวตั้งในการพัฒนาธุรกิจให้เกษตรกรมีส่วนร่วมในการถือหุ้น ทำการตลาดให้กับเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อสนับสนุนระบบการค้าที่เป็นธรรมสำหรับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ และเริ่มจำหน่ายผลไม้สดเกษตรอินทรีย์ เป็นรายแรกของประเทศก่อตั้งหน่วยงานตรวจสอบและรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ผลิตรายย่อยในธุรกิจชุมชน ระบบประกันคุณภาพโรงเรียนเกษตรรวมถึงจัดตั้งมูลนิธิสายใจแผ่นดินรองรับงานด้านพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปัจจุบันยังเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในส่วนของอาหารสด อาหารแห้ง เครื่องดื่ม อาหารขบเคี้ยว ธัญพืชและผ้าพื้นเมือง ย้อมสีธรรมชาติ โดยส่งออกไปจำหน่ายในยุโรปและประเทศเพื่อนบ้าน (คันสนา สิริตาม , 2551: 57)

2. แนวคิดการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

2.1 ความหมายของการเรียนรู้

นักจิตวิทยาและนักการศึกษาได้ให้ความหมายของการเรียนรู้ไว้อย่างหลากหลายซึ่ง อารี พันธุ์มณี (2543) ได้รวบรวมไว้ ดังนี้

คิมเบล และการ์เมอซี กล่าวว่า การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวรโดยเป็นผลจากการฝึกฝน เมื่อได้รับการเสริมแรง ไม่ใช่ผลจากการตอบสนองตามธรรมชาติ

ฮิลการ์ด และเบอาเวอร์ กล่าวว่า การเรียนรู้เป็นกระบวนการที่ทำให้พฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม อันเป็นผลจากการฝึกฝนและประสบการณ์

เพรสซี โรซี่ โรบินสัน และเฮอรรอค ได้ให้ความหมายของการเรียนรู้ว่า เป็นกระบวนการที่บุคคลได้พยายามปรับพฤติกรรมของตนเพื่อเข้ากับสภาพแวดล้อมตามสถานการณ์ต่างๆ จนสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่แต่ละบุคคลได้ตั้งเป้าหมายไว้

บลูม อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงเมื่อเกิดการเรียนรู้ว่าเมื่อบุคคลเกิดการเรียนรู้ จะเกิดการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้ ความเข้าใจและความคิด (Cognitive Domain) หมายถึง การเรียนรู้ที่เกี่ยวกับเนื้อหาสาระที่ทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้ ความเข้าใจสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ได้มากขึ้น เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสมอง

2) การเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์ความรู้สึก ทักษะคติ และค่านิยม (Affective Domain) หมายถึง เมื่อบุคคลได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ทำให้เกิดความเชื่อ ความสนใจ

3) การเปลี่ยนแปลงด้านความชำนาญ (Psychomotor Domain) หมายถึงการที่บุคคลได้เกิดการเรียนรู้ทั้งในด้านความคิด ความเข้าใจและเกิดความสนใจแล้วนำไปปฏิบัติทำให้เกิดความชำนาญมากขึ้น

จากแนวคิดของนักจิตวิทยาและนักการศึกษาที่กล่าวมา แสดงให้เห็นประการหนึ่งว่าการเรียนรู้เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้มนุษย์สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการณ์ ความเปลี่ยนแปลง

ทางสังคมและเศรษฐกิจได้อย่างเหมาะสม กล่าวคือ การศึกษาคือ การเรียนรู้ไม่ว่าที่ไหน เมื่อไหร่หรือด้วยวิธีการใด โดยการศึกษารเรียนรู้โดยมีเป้าหมายที่จะปรับตัวให้เข้ากับเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จำเป็นต้องมีครูผู้สอนหลายลักษณะโดยครูผู้สอนอาจได้แก่ ผู้แนะนำให้คำปรึกษา โรงเรียนชุมชน โรงงาน บริษัท กลุ่มดำเนินการทางสังคม การอบรมระดับอาชีพเฉพาะสาขาวิชาและรูปแบบอื่นๆ อย่างไม่จำกัดเวลา สถานที่ เพื่อสร้างแรงจูงใจและส่งเสริมความต้องการเรียนรู้ด้วยตนเองของทุกเพศวัย อันเป็นกระบวนการศึกษาตลอดชีวิต

เสรี พงษ์พิศ (2532) กล่าวว่า กระบวนการเรียนรู้ในชุมชน คือ กระบวนการอันมีรากฐานอยู่ที่ประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งไม่ได้แยกกระหว่างการเรียนรู้กับวิถีชีวิต การรู้และการปฏิบัติมีเนื้อหาและกระบวนการเรียนรู้เป็นหนึ่งเดียวกระบวนการดังกล่าวเกิดจากท้องถิ่น ช่วยให้บุคคลและชุมชนสามารถดำรงอยู่ได้ องค์ประกอบที่สำคัญคือ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน การปฏิบัติตามอย่างของผู้รู้ การอบรมสั่งสอนในบริบทชุมชน วัฒนธรรมที่เป็นอยู่จริงได้ถูกปรับตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงตามความต้องการและสภาพท้องถิ่นที่ชาวชุมชนอยู่อาศัย ดังนั้นกระบวนการเรียนรู้ในความหมายที่กล่าวมาเบื้องต้นนั้น เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์อย่างถาวร ซึ่งรวมทั้งกระบวนการเปลี่ยนแปลง 3 ประเภท คือการเปลี่ยนแปลงทางด้านความคิด ความสนใจ และการตัดสินใจ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมรอบตัว โดยกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีพี่เลี้ยงคอยแนะนำและให้คำปรึกษา นอกจากนี้กระบวนการเรียนรู้อย่างไม่แยกจากชีวิตประจำวันของผู้เรียน เพื่อให้เกิดบูรณาการการเรียนรู้ทุกๆ มิติของชีวิต

CHULALONGKORN UNIVERSITY

2.2 ประเภทของการเรียนรู้

2.2.1 การเรียนรู้เชิงโครงสร้างหน้าที่

โครงสร้างหลักของระบบสังคมประกอบด้วยสถาบันครอบครัว เศรษฐกิจ การศึกษา และการปกครองในแต่ละสถาบันต่างมีหน้าที่ของตนเองและในขณะเดียวกันก็มีความสัมพันธ์ระหว่างกันด้วย ในฐานะที่การศึกษาเป็นสถาบันสังคมหรือเป็นระบบย่อยหนึ่งในสังคม การศึกษาจึงมีความสัมพันธ์ทั้งในเชิงโครงสร้างและมีบทบาทหน้าที่กับระบบใหญ่ การศึกษาจึงต้องทำหน้าที่ตามกฎ “ข้อจำเป็นแห่งหน้าที่” โดยตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของสังคม 4 ประการ

1) การแสวงหาวิถีทางบรรลุวัตถุประสงค์ คือ การดำเนินการต่างๆ โดยวิธีการจัดลำดับความสำคัญของจุดประสงค์ต่าง ๆ ของระบบ และสรรหาทรัพยากรเพื่อทำการให้บรรลุถึง

จุดหมายปลายทาง หรือเป้าหมายสุดท้ายโดยที่ไม่ขัดกับมูลเหตุจูงใจ หรือความประสงค์และความสามารถของสมาชิกอย่างรุนแรง เพื่อให้การทำหน้าที่รักษาระบบใหญ่

2) การปรับตัวหรือการปรับให้เข้ากับสถานการณ์ คือ กระบวนการรวบรวมสรรพวิธีและสิ่งจำเป็นต่าง ๆ จากสถานะแวดล้อม แล้วแจกแจงสิ่งจำเป็นเหล่านี้ให้เข้ากับระบบเพื่อช่วยให้การดำเนินงานต่าง ๆ บรรลุจุดหมาย เช่น การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การใช้ความคิดอย่างมีเหตุมีผล

3) การบูรณาการหรือการประสานกลมกลืนกันคือการแสวงหาวิถีทางสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันภายในระบบและทำการสานระบบย่อยๆที่แตกต่างกันให้สามารถอยู่ได้ภายในระบบใหญ่ รวมทั้งการทำให้สมาชิกแต่ละคนกลมกลืนเข้ากันในระบบอย่างมีประสิทธิภาพ

4) กฎระเบียบหรือการขีดเส้นและการควบคุมสังคมคือการดำรงรักษาแบบแผนภายในเกี่ยวกับค่านิยมร่วมของสังคม

นอกจากนี้แล้วหากพิจารณามิติของการเรียนรู้ตามหลักการสื่อสารความหมายแล้วสามารถจำแนกได้เป็น 2 มิติ คือ 1) มิติการเรียนรู้ระหว่างบุคคล 2) มิติการเรียนรู้ภายในบุคคล

1) มิติการเรียนรู้ระหว่างบุคคล หมายถึง การถ่ายทอดความรู้ ค่านิยม ความชำนาญในลักษณะข้อมูลข่าวสาร ระหว่างคนตั้งแต่สองคนขึ้นไปหรืออาจจะเป็นการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลดังกล่าวจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่งก็ได้ ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นในลักษณะของการสื่อสารทางเดียวที่ผู้ให้มีแต่ให้ข้อมูลแก่ผู้รับ หรืออาจจะเกิดขึ้นในลักษณะของการสื่อสารสองทาง ที่มีการโต้ตอบข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ที่เป็นประโยชน์ระหว่างบุคคลทั้งสองฝ่าย

2) สำหรับการเรียนรู้ภายในบุคคลนั้น เป็นการนำเอาข่าวสารข้อมูล หรือความรู้ ค่านิยม ความชำนาญที่เก็บเกี่ยวจากบุคคลหนึ่งมาพิจารณาโดยผ่านกระบวนการโต้แย้งและการใช้เหตุผลที่เหมาะสมภายในตัวบุคคลนั้น เพื่อหาข้อสรุป ตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธข้อมูลนั้น ความหมายของการเรียนรู้จึงเป็นเรื่องของบุคคลหรือชุมชนที่พยายามเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดจากบุคคลอื่นในรูปแบบวิธีใด ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ และทั้งการใช้สื่อที่ทันสมัยก้าวหน้าหรือล้าหลังก็ตาม เพราะเป้าหมายของการเรียนรู้คือความพยายามสร้างศักยภาพให้ตนเองสามารถประยุกต์ใช้ข้อมูลที่ได้รับให้เป็นประโยชน์แก่ตนเองหรือชุมชนให้มากที่สุด โดยธรรมชาติแล้วคนหรือชุมชนย่อมเกิดการเรียนรู้ได้ แม้ว่าจะไม่มีการนำเอาระบบการศึกษาจากภายนอกชุมชนเข้าไปเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดความรู้ เพราะบุคคลและชุมชนย่อมมีวิธีการจัดการศึกษาให้แก่ตนเองและชุมชนทั้งในระบบพื้นฐานจนถึงความชำนาญ หากพิจารณาในเชิงของสังคมวิทยาแล้ว สถาบันต่าง ๆ ในสังคมต่างมีบทบาทในการให้โอกาสการเรียนรู้แก่บุคคลและชุมชน

ความรู้หรือประสบการณ์ดั้งเดิมของบุคคลในแต่ละท้องถิ่นได้รับการสืบทอดกันจากสถาบันต่าง ๆ ในชุมชน เช่น สถาบันครอบครัว สถาบันศาสนา สถาบันการปกครองส่วนท้องถิ่น เศรษฐกิจและวัฒนธรรมอื่น ๆ เป็นความรู้ทั้งรูปธรรมและนามธรรม ที่มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและความจำเป็นในการดำรงชีวิต อำนวยความสะดวกให้ความเป็นอยู่ที่ดีกว่าเดิม เช่น การประยุกต์ใช้พลังคนสัตว์ และธรรมชาติ การเรียนรู้ของคนและชุมชนสามารถถ่ายทอดสืบทอดไปไม่เฉพาะแต่เพียงในชุมชนเดียวเท่านั้น แต่ถ้าย้ายโยงข้ามชุมชนและข้ามชาติได้ด้วยซึ่งเรียกว่า เครือข่าย การรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อการเรียนรู้ที่มีหลากหลายทั้งประเภทสื่อบุคคลและสื่อมวลชนต่างๆ จะเอื้อให้เกิดการเรียนรู้ที่สามารถที่จะทำการรักษาหรือทำลายล้างภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ ถ้าบุคคลหรือชุมชนนั้น ๆ ไม่พยายามอนุรักษ์ความรู้ดั้งเดิมและเลือกรับความรู้ ทักษะ และความชำนาญใหม่ๆ ไปใช้ในสังคมให้เหมาะสมและชาญฉลาด (อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์, 2535)

2.2.2 การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

ปาริชาติ วลัยเสถียรและคณะ (2543) กล่าวว่า การเรียนรู้ที่มีประสิทธิผลในการพัฒนา คือ การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานจริง ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายมีการเรียนรู้ร่วมกันไม่แยกการเรียนรู้ออกจากชีวิตจริง สุมนทนา พรหมบุญ และคณะ (2541) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมไว้ว่าหนทางที่จะนำไปสู่มิติแห่งการศึกษาตลอดชีวิตและ "สังคมแห่งการเรียนรู้" เป็นไปได้โดยการให้ผู้เรียนสามารถแสวงหาความรู้ได้ด้วยตนเองและลงมือปฏิบัติกิจกรรมที่หลากหลายและยืดหยุ่น แม้วางานของสุมนทนา พรหมบุญ และคณะจะมีฐานจากการศึกษาในระบบแต่ก็มีสาระที่นำมาพิจารณาประยุกต์เพื่อจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในการทำงานกับชุมชนได้หลายประเด็นโดยเฉพาะเหตุผลที่นำมาสนับสนุนการจัดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ได้แก่

1) ความรู้และความจริงที่เกี่ยวกับสิ่งต่างๆโดยถูกค้นพบใหม่เสมอ ๆ การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ในสังคมเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ทุกคนต้องเรียนรู้วิธีที่จะแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง

2) การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ช่วยเตรียมสมาชิกของชุมชนให้พร้อมที่จะเผชิญกับชีวิตจริงเพราะลักษณะของการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเปิดโอกาสให้ผู้เรียนรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตน ได้ลงมือปฏิบัติ ได้ทำกิจกรรมกลุ่ม ได้ฝึกฝนทักษะการเรียนรู้ ทักษะการบริหารจัดการ การเป็นผู้นำ ผู้ตาม และที่สำคัญเป็นการเรียนรู้ที่มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับชีวิตจริงมากที่สุดวิธีหนึ่ง

3) การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่ดี ฝึกฝนความเป็นประชาธิปไตย ฝึกฝนการช่วยเหลือเกื้อกูล และการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขต่อชุมชน

4) การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมช่วยลดความสัมพันธ์เชิงอำนาจทุกคนได้รับการยอมรับ ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เกิดความสุขในการอยู่ร่วมกัน

จะเห็นได้ว่าการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมจะช่วยให้สมาชิกได้รับประสบการณ์ที่สำคัญ สำหรับการนำไปปฏิบัติจริง รับการฝึกทักษะการแสวงหาความรู้ ทักษะการบันทึกความรู้ ทักษะการคิด ทักษะการจัดการความรู้ ทักษะการแสดงออก ทักษะการสร้างความรู้ใหม่ ๆ และทักษะการทำงานกลุ่ม สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้สมาชิกได้รับการพัฒนาไปสู่การเป็นคนเก่ง ดี และมีความสุข

2.2.3 ชุมชนแห่งการเรียนรู้

ประเวศ วะสี (2538) ได้เสนอถึงความสำคัญในการเสริมสร้างการเรียนรู้ให้แก่ชุมชนให้เกิดปัญญา ว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญที่สุดของสังคมทั้งหมดร่วมกัน ความเข้มแข็งทางปัญญาเกิดจากลักษณะ 5 ประการ คือ 1) สติปัญญาของคนทั้งหมด 2) โครงสร้างของสมอง 3) กระบวนการเรียนรู้ที่สร้างความเข้มแข็งทางปัญญา 4) การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต 5) ความสามารถในการสร้างความรู้ใหม่ และได้เสนอยุทธศาสตร์ทางปัญญาไว้ 8 ประการมีดังนี้

1) ยุทธศาสตร์ญาณวิทยาที่เน้นการเรียนรู้ 3 ระดับ กล่าวคือ ความรู้ที่รู้ความจริง แล้วเกิดปัญญาที่เชื่อมโยงความรู้ต่างๆได้ และเกิดจิตสำนึก เพราะความเข้าใจตนเองที่สัมพันธ์กับสรรพสิ่งทั้งหลาย

2) ยุทธศาสตร์ครอบครัวจำเป็นต้องส่งเสริมและสนับสนุนครอบครัวให้มีสถานภาพทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมรวมทั้งการศึกษา เพื่อพัฒนาศักยภาพของแต่ละบุคคลอย่างเหมาะสมครบถ้วนทำให้ครอบครัวเป็นฐานที่สำคัญทางสติปัญญาของชาติ และเป็นฐานทางศีลธรรมของสังคม

3) ยุทธศาสตร์เครือข่ายการเรียนรู้ ควรส่งเสริมสนับสนุนให้มีการเรียนรู้ของชุมชนหรือขององค์กรชาวบ้าน องค์กรชุมชนจะเป็นองค์กรในการจัดการของชาวบ้าน ซึ่งเป็นการจัดการในเรื่องของตนเอง รวมทั้งการจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติในปริมนทลของชุมชน และในชุมชน มีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย

4) ยุทธศาสตร์การปฏิรูปการเรียนรู้ในสถาบันการศึกษา หลักการปฏิรูปการเรียนรู้ในด้านความรู้และปัญญาและกระบวนการเรียนรู้ จะต้องมีการพัฒนามิติทางสังคม จิต และปัญญา ซึ่งเกิดจากการศึกษาจากการสัมผัสความจริง ศึกษาจากความคิด และศึกษาจากการเจริญสติ

5) ยุทธศาสตร์การเรียนรู้ในองค์กรและบทบาทของกองทัพ กองทัพควรปรับบทบาทให้เป็นสถาบันเพื่อการพัฒนาคนไปพร้อมกับการดำรงสมรรถนะทางการรบเนื่องจากทหารที่เกณฑ์เข้ามาล้วนเป็นคนจน มีการศึกษาน้อย และเป็นผู้ที่เสียเปรียบทางสังคม หากกองทัพให้การศึกษา และนำสื่อทั้งทางวิทยุ และโทรทัศน์มาใช้ในการพัฒนาการศึกษา ก็จะเป็นการพัฒนาสติปัญญาของคนในชาติได้อีกทางหนึ่ง

6) ยุทธศาสตร์สื่อมวลชน เนื่องด้วยสังคม สื่อทุกชนิดมีบทบาทในการสื่อสารระหว่างกันหากมีการบริหารจัดการสื่อและการพัฒนาคุณภาพของสื่อให้มีสาระ และสร้างสรรค์เป็นหนทางหนึ่งที่จะพัฒนาสติปัญญาของผู้คนในสังคมได้อย่างกว้างขวาง และก้าวกระโดด

7) ยุทธศาสตร์การวิจัย สังคมปัจจุบันเป็นสังคมที่มีความเชื่อมโยง และเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการสร้างความรู้ใหม่ จะทำให้เข้าใจสังคมได้ ด้วยเหตุนี้ ประเทศจะต้องมีความเข้มแข็งทางด้านการวิจัย

8) ยุทธศาสตร์การจัดการเพื่อความเข้มแข็งทางปัญญา

การทำให้ยุทธศาสตร์ทั้ง 8 ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องอาศัยการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับระดับนโยบาย มีการประสานความร่วมมือกัน ทำแผนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย มีกลไกในการประเมินผล มีการทดลอง และรัฐควรสนับสนุนระบบการเงินสำหรับการศึกษาและการวิจัย เพื่อสนับสนุนให้เกิดการสร้างพลังทางปัญญาสังคม

2.3 กระบวนการสร้างความรู้

ในการเข้าใจการเรียนรู้ เราต้องเข้าใจธรรมชาติและรูปแบบของความรู้มนุษย์ และกระบวนการที่ความรู้ถูกสร้างขึ้น กระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์นั้นถูกสร้างขึ้นในทุกระดับของความซับซ้อน ตั้งแต่ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์จนถึงการค้นพบการกระเด็นของลูกบอลของเด็กๆ ความรู้เป็นผลของการดำเนินการระหว่างความรู้ทางสังคม (social knowledge) และ ความรู้ของบุคคล (personal knowledge) ดังที่ Dewey ชี้ว่าความรู้ทางสังคม (social knowledge) เป็นการสะสมความเจริญของวัฒนธรรมมนุษย์ ในขณะที่ความรู้ของบุคคล (personal knowledge) เป็นการสะสมประสบการณ์ชีวิตของแต่ละบุคคล (Kolb, 1993, p. 153). ความรู้ที่ได้จาก ประสบการณ์เหล่านี้คือกระบวนการที่เรียกว่า การเรียนรู้ ดังนั้นในการเข้าใจความรู้ เราต้องเข้าใจ จิตวิทยาของกระบวนการเรียนรู้ และในการเข้าใจการเรียนรู้ เราต้องทำความเข้าใจญาณวิทยา วิธีวิทยาในการหาแสวงหาความรู้ แหล่งกำเนิด ธรรมชาติ ตลอดจนข้อจำกัดของรู้นั้นๆด้วย

ในบริบทของชุมชน การเรียนรู้เป็นหัวใจของความเข้มแข็งและการพึ่งตนเองของชุมชน การทำความเข้าใจปรัชญาการเรียนรู้ของชุมชนทำให้เราเข้าใจว่าชุมชนเรียนรู้ได้อย่างไร ชุมชนใช้การเรียนรู้เชื่อมโยงสรรพสิ่งทั้งหลายให้เป็นหนึ่งเดียวกันได้อย่างไร และปรัชญาเป็นตัวกำหนดว่าชุมชนต้องเรียนรู้อะไรและเรียนรู้อย่างไรจึงจะบรรลุ เป้าหมายของชีวิตในวิถีของชุมชน การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นภายใต้ระบบความสัมพันธ์ของชุมชน ประกอบไปด้วย 3 ระบบสำคัญคือ (จำนงค์ แรกพิณิจ, 2545)

- 1) ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ในการอยู่ร่วมกันในสังคม ระบบครอบครัวและเครือญาติ การควบคุมทางสังคมและการแก้ปัญหาความขัดแย้งระหว่างกัน ฯลฯ
- 2) ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ในด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ การผลิต แปรรูป รวมถึงกิจกรรมอื่นๆทางเศรษฐกิจ
- 3) ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ ช่วยให้เกิดการเรียนรู้สิ่งที่เป็นคุณค่า ความเชื่อ ประเพณี และพิธีกรรม

แบบแผนการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ (อุทุมพร อินทจักร์, 2546) เป็นกระบวนการต่อเนื่อง (Continuous process) ที่มีทั้งการกระทำและการตอบสนองร่วมกัน และมีแบบแผนเช่นเดียวกับการเรียนรู้บุคคล อธิบายได้ดังนี้

- 1) แบบผู้ประกอบการต้องการเป็นผู้นำตนเอง (Self-Directing)

ความต้องการในส่วนลึกของผู้ประกอบการ คือ การมีความรู้สึกที่สามารถนำตนเองได้ เพราะฉะนั้นบทบาทของผู้รู้จึงควรอยู่ในกระบวนการสืบหาหรือค้นหาคำตอบร่วมกันกับผู้เรียนมากกว่าการทำหน้าที่ส่งผ่านหรือเป็นสื่อในการให้ความรู้ แล้วจึงประเมินผลว่าคล้อยตามเพียงใด นอกจากนี้ ผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้ใหญ่จะถูกชักจูงให้เกิดการเรียนรู้ได้ดี หากตรงกับความต้องการและความสนใจในประสบการณ์ที่ผ่านมา ดังนั้นกิจกรรมการเรียนรู้จะต้องคำนึงถึงสิ่งนี้เสมอ

- 2) แบบการวิเคราะห์ประสบการณ์ (Analysis of Experience)

ประสบการณ์เป็นแหล่งที่มีคุณค่าสูงยิ่งสำหรับการเรียนรู้ รวมทั้งเป็นการช่วยขยายโลกทัศน์ให้กว้างขวางเพื่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ผู้ประกอบการจะเข้าใจและสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ได้มากกว่าการบอกกล่าวจากผู้สอน วิธีการเรียนรู้จึงอยู่บนพื้นฐานของการใช้

ประสบการณ์ของผู้เรียนเป็นสำคัญ ดังนั้นหลักสำหรับการสอน คือ การวิเคราะห์ถึงประสบการณ์ของผู้ประกอบการแต่ละคนอย่างละเอียดว่ามีส่วนไหนของประสบการณ์ที่จะนำมาใช้ในการเรียนการสอนได้บ้าง แล้วจึงหาทางนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์

3) แบบที่เกี่ยวข้อกับสถานการณ์เกี่ยวข้อกับชีวิต (Life Situation)

การเรียนรู้ของผู้ประกอบการจะได้ผลดี หากถือเอาตัวผู้ประกอบการเป็นศูนย์กลางในการเรียนการสอน ดังนั้น การจัดหน่วยการเรียนรู้ที่เหมาะสมเพื่อการเรียนที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการควรยึดเอาสถานการณ์ทั้งหลายที่เกี่ยวข้อกับชีวิตผู้ประกอบการมากกว่าตัวเนื้อหาวิชา

4) แบบที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนระหว่างกลุ่ม (Group Process Based Instruction)

ความแตกต่างระหว่างบุคคลจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เมื่อมีอายุมากขึ้น และประการสำคัญคือ ความสามารถในการเรียนรู้ในแต่ละขั้นของผู้ประกอบการ ย่อมเป็นไปตามความสามารถของแต่ละคน กระบวนการเรียนรู้ในลักษณะนี้จะเป็นการเรียนรู้ของกันและกัน และมีการเชื่อมโยง และเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ และทรัพยากรของกันและกันระหว่างผู้ประกอบการ

จากรายละเอียดข้างต้น การเรียนรู้แบบการนำตนเองของผู้ประกอบการจะครอบคลุมการเรียนรู้ในแบบอื่นๆ และการเรียนรู้ในแบบอื่นๆ ต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันด้วย และนอกจากแบบแผนการเรียนรู้ที่ได้กล่าวมานี้ ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ใหญ่อาจมีแบบแผนการเรียนรู้ในลักษณะการเรียนรู้แบบร่วมมือ หรือการเรียนรู้จากความแตกต่างระหว่างบุคคลก็ได้ และยังพบว่าแบบแผนการเรียนรู้แต่ละแบบจะมีส่วนเกี่ยวข้อกันนั่นคือ กระบวนการหรือขั้นตอนของการเรียนรู้ในแต่ละแบบอาจจะเป็นกระบวนการเดียวกันหรือมีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งการเรียนรู้แต่ละแบบนั้นเราไม่สามารถแยกกันได้ชัดเจน ดังนั้น กระบวนการได้มาซึ่งความรู้ที่จำเป็นต้องอาศัยทั้งการฝึกปฏิบัติ ประสบการณ์ทั้งของตนเองและผู้อื่น โดยผู้ที่ได้เรียนรู้ผ่านแบบแผนและกระบวนการเรียนรู้ในลักษณะดังกล่าวนี้ จะได้มาซึ่งความรู้ที่เป็นประโยชน์ เหมาะสม สามารถที่จะเลือกสรรความรู้ที่เหมาะสมกับตนเองได้มากที่สุด

Kumar Mangalam Birla (2004) ได้กล่าวถึงการปรับเจตคติทางสังคมและวัฒนธรรมให้เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการ ดังนี้

1) ในการเริ่มต้นที่ดี ต้องเปลี่ยนวิธีคิดในระบบการศึกษาใหม่ โดยเชื่อว่าปัจจัยสำคัญที่จุดรั้งเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการคือการอบรมโดยระบบการศึกษาในโรงเรียนและ

มหาวิทยาลัยเน้นการเรียนแบบท่องจำและการเรียนเหมือนหุ่นจักรกล โดยไม่เน้นเรื่องการตั้งคำถามเชิงวิพากษ์และการสนทนาโต้ตอบ ในขณะที่สัญญาชาติญาณแบบสร้างสรรค์ก็ถูกสนิมเกาะกิน การเลือกปฏิบัติเกิดขึ้นในกระบวนการการศึกษาเพราะมุ่งหาคำตอบที่ “ถูกต้อง” มากกว่าที่จะเน้นการวิเคราะห์ความเป็นไปได้อื่นๆ และการทดลอง สภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ที่เคร่งเครียดเช่นนี้ย่อมไม่ก่อให้เกิดความตื่นเต้นแน่นอน ด้วยเหตุนี้ ความคิดของผู้เรียนจึงถูกบังคับให้เป็นไปตามแบบแผนตั้งแต่เด็ก และเป็นผลให้ไฟในการเป็นผู้ประกอบการจึงมอดดับตั้งแต่อายุน้อย

2) สถาบันหลักต่างๆ ต้องทำงานร่วมกันมากขึ้น ทุกวันนี้ เส้นแบ่งระหว่างมหาวิทยาลัย ธุรกิจและห้องวิจัยของรัฐมีการแบ่งแยกกันอย่างชัดเจน ไม่มีการแลกเปลี่ยนความคิดหรือคนเก่งๆ ระหว่างห้องวิจัยของมหาวิทยาลัยและการนำงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เข้ากับภาคธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ แนวคิดดีๆ ที่มีศักยภาพจึงไม่ได้ถูกนำมาเผยแพร่สู่สายตาสาธารณะ และผลที่ตามมาคือ คนที่มีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการชั้นเยี่ยมต้องออกจากอินเดียไปเพื่อที่ตัวเองจะได้มีโอกาสประสบความสำเร็จอย่างยิ่งใหญ่ สถานการณ์เช่นนี้อาจเปลี่ยนไปแต่คงไม่ใช่เร็วๆ นี้ ปัจจัยสำคัญเพื่อความเป็นผู้ประกอบการซึ่งได้แก่ แคนหลักโดยเน้นงานวิจัยจากมหาลัยชั้นนำ เงินร่วมลงทุน ความเต็มใจของภาคธุรกิจในการลงทุนผ่านงานวิจัยและนำมาต่อยอดให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ซึ่งทั้งหมดทั้งปวงที่ได้กล่าวมาแล้วนี้ได้ขาดหายไป ในสังคมของเรา

3) การเป็นผู้ประกอบการนั้นจำเป็นต้องมีฐานรากที่แข็งแกร่งขึ้น เช่น ในหมู่บ้านที่โอกาสในการสร้างรายได้มากๆ ยังเป็นที่ต้องการ จากการศึกษาของธนาคารโลกพบว่าการทำงานนอกภาคเกษตรกรรมนั้นมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการเติบโตของรายได้และการส่งเสริมให้เกิดความมั่นคงในชนบทจากมีการราย ครัวเรือนในชนบทให้คุณค่ากับรายได้นอกภาคการเกษตรนี้เป็นอย่างสูง เพราะรายได้เหล่านี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อรายได้รวมในทุกระดับและช่วยลดความผันผวนของรายได้อันเป็นผลมาจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่ตกต่ำ เป็นเรื่องน่าเศร้าที่ในอินเดียนั้น รายได้สามส่วนของครัวเรือนในชนบทมาจากการทำงานนอกภาคการเกษตร โดยส่วนใหญ่เป็นรายได้ที่มาจากกิจการระดับย่อยและกิจการขนาดเล็ก อย่างไรก็ตาม ช่องทางในการเพิ่มรายได้นอกภาคการเกษตรยังคงมีอีกมาก

4) แม้แต่องค์กรขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศอินเดียยังต้องการประสบการณ์และวิธีคิดใหม่ๆ ในการประกอบธุรกิจ หากปราศจากสิ่งนี้แล้ว องค์กรก็เสี่ยงที่จะกลายเป็นองค์กรที่ล้าสมัย ซึ่งเหตุการณ์แบบนี้ได้เคยเกิดขึ้นกับบริษัทใหญ่หลายแห่งมาแล้วทั่วโลก หัวหน้าฝ่ายวิจัยของบริษัท Microsoft กล่าวว่า "องค์กรใหญ่ๆ ส่วนมากมีพันธกิจที่ชัดเจน แต่ประดิษฐ์กรรมทำให้พวกเขาดำเนิน

ธุรกิจไปอีกทาง" ดังนั้น องค์กรใหญ่ๆ จึงต้องมีสต็อกอย่างต่อเนื่องและตื่นตัวตลอดเวลา หน้าที่หลักของผู้นำคือการรักษาสภาพการทำงานให้เป็นเช่นนั้น มีการดำเนินการอย่างมั่นคง ภายใต้ความท้าทายที่มีมาสม่ำเสมอ

จากข้อความดังกล่าว เจตคติในความเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งจำเป็นแม้กระทั่งต่อองค์กรใหญ่ที่สุด อย่างไรก็ตามว่าองค์กรใหญ่ๆ อาจต่อต้านแนวคิดในแบบผู้ประกอบการ เพราะในขณะที่ผู้ประกอบการกำลังหาประโยชน์อย่างจริงจังจากสัญญาตลาด ซึ่งหมายถึง ความรู้สึกกล้าหาญ คนในองค์กรกลับไม่ได้รับการส่งเสริมคุณค่าเหล่านี้ ในบริษัทใหญ่ๆ มักมีการควบคุมความเสี่ยงอย่างจริงจังและไม่ค่อยส่งเสริมให้มีการคิดนอกรอบ ดังนั้นองค์กรใหญ่ๆ จึงควรมีพื้นที่ให้กับความคิดใหม่ๆ และส่งเสริมให้มีการลองผิดลองถูก โดยที่คณะกรรมการวิเคราะห์และความมั่นคง ด้วยที่ชนะเพื่อการทดลองและลองหาสิ่งใหม่ๆ และหากมันไม่เป็นผลเลย ก็เลิกทำมันเสีย อย่างไรก็ตาม ควรจะเปิดโอกาสให้คนเก่งได้ลองแสดงฝีมือบ้าง ตัวอย่างเช่น กิจกรรมหรือโครงการบางอย่างและคนที่มีศักยภาพในความเป็นผู้ประกอบการนั้นอาจต้องการปรับเปลี่ยนให้ทำงานนอกกลุ่มปกติ เพื่อให้อยู่ในสภาพการทำงานที่อิสระมากขึ้น หรือระบบการทำงานที่ให้ผลตอบแทนขององค์กรอาจต้องปรับเปลี่ยนเพื่อที่ว่าคนที่ทำงานผิดพลาดไม่บ่อยนักจะไม่ต้องถูกลงโทษ การสร้างวัฒนธรรมความเป็นผู้ประกอบการนั้นอาจจำเป็นที่กฎเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานบางอย่างต้องมีการยกเว้นบ้าง เพราะในบางกรณี คนที่มีความคิดเชิงนวัตกรรมและสร้างสรรค์อาจไม่จำเป็นต้องมีปริญญาที่ตรงสายเสมอไป เคล็ดลับคือ ไม่จำเป็นต้องทำอะไรตามแบบแผนทุกอย่างเสมอไป ระเบียบวินัยและการตรวจสอบและความสมดุลย์ที่ถูกกำหนดขึ้นโดยทั่วไปนั้นเป็นสิ่งจำเป็น แต่การรักษาความรู้สึกของความเป็นผู้ประกอบการนั้นก็จำเป็นเช่นกัน

ผู้ประกอบการควรจะต้องเข้าใจว่า การประกอบธุรกิจอาจไม่ได้มุ่งหวังจะสร้างกำไรสูงสุดที่เป็นตัวเงินในระยะสั้นจากทุกสิ่งทุกอย่างหรือทุกบาทที่ลงทุนไป (Maximize Short-term Profit) แต่เป้าหมายในการประกอบธุรกิจคือ การได้ผลตอบแทนสูงสุดจากการลงทุนอย่างยั่งยืน (Sustainable Optimal Return on Investment) ในปัจจุบันนี้ เป็นที่ทราบแล้วว่า ความยั่งยืนของการสร้างผลกำไรให้กับกิจการจะเกิดขึ้นไม่ได้หากการประกอบธุรกิจไม่อยู่บนพื้นฐานของจริยธรรมและความไม่เบียดเบียน อันได้แก่ การแข่งขันอย่างเป็นธรรมโดยไม่มุ่งหวังแต่จะกำจัดคู่แข่ง การรับผิดชอบต่อสวัสดิภาพของผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ การเคารพกฎหมาย และหลักสิทธิมนุษยชน การใส่ใจต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานและการคืนกำไรให้กับสังคม เป็นต้น

การที่จะพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศโดยเฉพาะประเทศไทยให้เจริญก้าวหน้าอย่างเสมอภาคและยั่งยืนนั้น จะต้องอาศัยพลังขับเคลื่อนอันสำคัญจากการประกอบการธุรกิจขนาดย่อมและกลาง (Small and Medium Enterprise) ที่มีเป็นจำนวนมากในประเทศ (วิฑูรย์ สิมะโชคดี, 2542) (อดิศักดิ์ ธีรานุพันธ์ และศรีัญญา กันตบุตร, 2555) เมื่อธุรกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่มีคุณภาพแข่งขันได้และมีจำนวนมากก็จะนำไปสู่สังคมแห่งการประกอบการที่ทุกคนมุ่งไปสู่คุณภาพและประสิทธิภาพ แต่การที่ธุรกิจขนาดย่อมจะแข่งขันได้นั้นจะต้องมีการบริหารจัดการที่ดี โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างประสิทธิภาพของเทคนิคการบริหารธุรกิจ การมีทักษะทรัพยากร คุณภาพสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวย ซึ่งจะต้องเกิดจากผู้ประกอบการที่มีความสามารถที่จะขับเคลื่อนธุรกิจขนาดย่อมได้ โดยผู้ประกอบการนั้นจะต้องเป็นผู้ที่มีจิตวิญญาณของการประกอบการ มีการปรับแนวคิด ปรับพฤติกรรมให้สอดคล้องและสร้างสรรค์ และมีวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการสร้างบุคลากรที่มีความสามารถ เพราะฉะนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การที่จะทำให้ประเทศไทยเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้าได้ต้องมาจากการสร้างผู้ประกอบการที่มีความรู้ความสามารถอย่างแท้จริง จึงนำไปสู่การขับเคลื่อนธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความเจริญก้าวหน้าได้อย่างยั่งยืน อาจกล่าวได้ว่า “No Entrepreneur No Development” (Arnulfo, 2002:7) หรือการไม่มีผู้ประกอบการก็ไม่มีพัฒนานั่นเอง

ความมุ่งหมายของการประกอบการ (สมคิด บางโม, 2555) ในการประกอบการหรือการประกอบธุรกิจ มีจุดมุ่งหมายหลายประการ อาจจำแนกได้ดังนี้

- 1) แสวงหากำไร
- 2) สนองความต้องการของตนเอง เช่น อยากเป็นอิสระไม่เป็นลูกจ้างใคร อยากร่ำรวย เป็นต้น
- 3) สร้างประโยชน์ให้แก่สังคม การประกอบธุรกิจมีโอกาสสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมได้มากกว่า
- 4) ความอยู่รอดและความเจริญรุ่งเรืองถาวรของธุรกิจเอง

3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยชุมชนที่มีความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อสังคม

3.1 แนวคิด ความหมาย และความสำคัญของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

แนวคิดหลักในทางกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ การสร้างกฎหมายของรัฐให้เข้าไปคุ้มครองชุมชนที่ได้สั่งสมมโนทัศน์เฉพาะความรู้วิทยาการที่ผสมผสานกับลักษณะเฉพาะทางภูมิศาสตร์ ทำการผลิตสินค้าที่มีคุณลักษณะพิเศษต่างจากสินค้าชนิดเดียวกันจากที่อื่นๆ เช่น ไช้เข้มไชยา ส้มโอนครชัยศรี ข้าวหอมมะลิ แนวคิดทางกฎหมายลักษณะนี้ หาได้ไปก่อตั้งสิทธิให้แก่ปัจเจกบุคคล บุคคลหนึ่งคนใดไม่ หากแต่สิทธิที่กฎหมายก่อตั้งนั้นเป็นของชุมชนทั้งชุมชน ซึ่งเป็นแนวคิดเดียวกับแนวคิดสิทธิชุมชน (community rights) (เจริญ คัมภีร์ภาพ, 2546) ที่มีการกล่าวถึงในรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน

พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ได้ให้ความหมายว่า “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” หมายถึง สัญลักษณ์หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์ และสามารถบ่งบอกว่าสินค้าที่เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีชื่อเสียง หรือมีคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว ซึ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา (2550) ได้ให้ความหมาย สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) ว่าเป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง หรือหมายถึง ชื่อหรือเครื่องหมายใด ๆ ที่ใช้กับแหล่งกำเนิดของสินค้า มีความเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมานานแล้วทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ดังนั้น เมื่อกล่าวถึงสินค้าของแท้ ของต้นตำรับ หรือเจ้าเก่าที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่นั้นยอมรับ จะนึกถึงสินค้าจากแหล่งใด ๆ เช่น ประเทศไทยส้มโอร้อยต้องส้มโอนครชัยศรี ครกหินชั้นดีจากอ่างศิลา ไช้เข้มจากไชยา และในต่างประเทศ ไวน์ชั้นดีจาก Bordeaux หรือสุราจาก Irish Whisky เป็นต้น โดยธรรมชาติที่สร้างสิ่งแวดล้อมหรือวัตถุดิบให้แก่การผลิตสินค้า ส่วนมนุษย์นั้นใช้ทักษะ ความชำนาญ และภูมิปัญญาในการผลิตสินค้านั้น ทั้งสองปัจจัยจึงได้ก่อให้เกิดสินค้าที่มีคุณภาพหรือคุณลักษณะพิเศษเฉพาะ ด้วยเหตุนี้ สิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงเป็นสิทธิชุมชน หรือสิทธิของกลุ่มคนที่อยู่ในท้องถิ่นที่ผลิตสินค้านั้น

ศิริยา เลหาเพียงศักดิ์ (2548) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ การระบุแหล่งที่มาของสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือลักษณะอื่นที่มีอยู่ของสินค้าซึ่งมีส่วนสำคัญมาจากแหล่งกำเนิดทาง

ภูมิศาสตร์ของสินค้านั้น เช่น แชมเปญจากฝรั่งเศส สก็อตวิสกี้จากสก็อตแลนด์ และไบชาดาจิลิงจากอินเดีย เป็นต้น

ภาคารี บัศววรรค์ (2550) ให้ความหมายว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นการให้ความคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง ที่แสดงถึงสินค้าที่มีความชื่อเสียง และมีความสำคัญทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น ชุมชน ประเทศไทยมีสินค้าที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่สำคัญ เช่น ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุงส้มโอนครชัยศรี ไข่เค็มไชยา ไวน์ที่ราบสูงภูเรือ ผ้าไหมแพรวา เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด เป็นต้น จึงเป็น ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกแทนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และที่สามารถบอกว่าเป็นสินค้าที่เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะระหว่างภูมิศาสตร์ดังกล่าว

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2552) อาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1) **สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยตรง** (Direct Geographical Indication) เป็นชื่อทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าโดยตรง เช่น ไชยา เพชรบูรณ์

2) **สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยอ้อม** (Indirect Geographical Indication) เป็นสัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ไม่ใช่ชื่อทางภูมิศาสตร์ ซึ่งใช้เพื่อบ่งบอกแหล่งภูมิศาสตร์อันเป็นแหล่งกำเนิดหรือแหล่งผลิตของสินค้า เช่น สัญลักษณ์ประจำอำเภอหรือจังหวัด รูปยาโม รูปห่อไอเฟล

ภาคารี บัศววรรค์ (2550) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นการส่งเสริมความชำนาญพิเศษ วัฒนธรรมประเพณี ความหลากหลาย และคุณภาพ ในปัจจุบันได้มีการให้ความสำคัญกับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มากขึ้น เป็นการป้องกันการถูกหลอกลวงในระดับมาตรฐานของภูมิภาค ที่ยังไม่มีการคุ้มครองอย่างเพียงพอ ซึ่งในความตกลงทริปส์ (TRIPs Agreement) มีการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพียง 2 ระดับ ได้แก่ การคุ้มครองเหล่าและไวน์ในระดับที่สูงกว่าส่วนอื่นๆ ในระดับที่น้อยกว่า และยังไม่มีการคุ้มครองโดยอัตโนมัติ ซึ่งในเรื่องนี้กลุ่มประชาคมยุโรป (European Union, EU) มีความคิดว่าควรปรับปรุงกฎหมายระหว่างประเทศและสากล โดยขยายขอบข่ายความคุ้มครองตามทริปส์ ไปคุ้มครองสิ่งอื่นๆ นอกจากเหล่าและไวน์ เช่น ขยายไปคุ้มครองงานหัตถกรรม ข้าว ชา และควรทำเพียงขั้นตอนเดียว (One stop) ในขั้นตอนการจดทะเบียนของนานาชาติเพื่อให้ผู้ประกอบการมีความเข้มแข็งทางการค้า ประเทศในอาเซียนถือว่าเป็นที่มีทรัพยากรธรรมชาติมากและมีความหลากหลายในวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่ควรให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในทางพาณิชย์มากขึ้น และด้วยเหตุผลที่อาเซียนผลิตสินค้ามากมาย การคุ้มครอง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จะทำให้มีผู้ส่งออกเพิ่มขึ้น กฎหมายที่ให้ความคุ้มครอง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงต้องทำให้สอดคล้องกับความตก

ลงขององค์การการค้าระหว่างประเทศ (WTO) ซึ่งในส่วนของประชาคมยุโรป มีประสบการณ์ในการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยอาเซียนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้โดยการจัดให้มีการร่วมมือระหว่างประชาคมยุโรป และอาเซียนมากขึ้น การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในประเทศไทยอยู่ระหว่างการหาแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสม โดยการสร้างโอกาสทางการค้า มูลค่า คุณค่าเพิ่มของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การสร้างชื่อเสียง ที่ต้องมีการเรียนรู้จากประเทศยุโรป การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในประเทศไทย ปัจจุบันมีกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 มีสินค้าที่ขึ้นทะเบียนแล้ว ได้แก่ ส้มโอนครชัยศรี ไวน์ภูเขา กาแฟดอยตุง มะขามหวานเพชรบูรณ์ เป็นต้น

กรมทรัพย์สินทางปัญญา (2550: 6-7) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไว้ดังนี้

1) เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ประโยชน์ข้อนี้อยู่บนแนวคิดที่ว่าผู้บริโภคควรจะได้บริโภคสินค้าหรือบริการที่มี มาตรฐานและปลอดภัยตามที่ต้องการ การทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อว่าสินค้านั้นมาจากที่อื่นย่อมเป็นการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย

2) เพื่อคุ้มครองผู้ผลิตและป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม ในระบบเศรษฐกิจเสรีทุนนิยมนี้ ถือเป็นภาระกิจสำคัญของรัฐที่จะต้องส่งเสริมการ แข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องไม่ฉกฉวยหรือนำเอาชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าไปแอบอ้างโดยทุจริต การอ้างแหล่งผลิตสินค้าโดยมิชอบ เพื่อแสวงประโยชน์จากชื่อเสียงของชุมชนอื่นๆที่ผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน ย่อมถือเป็นการกระทำที่ไม่เป็นธรรม

3) เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้ผู้ผลิต และเป็นเครื่องมือทางการตลาด วัตถุประสงค์หลักประการหนึ่งของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ เพื่อสื่อให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้ผลิตขึ้นในประเทศใดประเภทหนึ่ง หรือท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง โดยที่การระบุชื่อประเทศหรือท้องถิ่นดังกล่าวจะต้องทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นมีลักษณะพิเศษต่างไปจากสินค้าจำพวกเดียวกันที่ผลิตขึ้นจากแหล่งอื่น การระบุเช่นนี้จะมีผลทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นมีราคาสูงขึ้นหรือจำหน่ายได้มากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพตามที่ต้องการจากแหล่งผลิตที่ได้มีการอ้างชื่อ เช่น ไวน์ภูเขา มีดอร์ญิก ส้มโอนครชัยศรี มะขามหวานเพชรบูรณ์ ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ Bordeaux Wine หรือ Irish Whisky นอกจากนี้ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์สินค้านั้นให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในนามของกลุ่มผู้ผลิต ซึ่งจะช่วยลดภาระในการประชาสัมพันธ์สินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายลงได้ ซึ่งในเรื่องนี้กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ให้ความสำคัญเพราะเป็นการสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการในการ

สร้างช่องทางตลาด สร้างเครือข่าย และผู้บริโภคได้มี โอกาสพบกับของดีของแท้ของหายากที่ปกติไม่สามารถหาได้ในท้องตลาดทั่วไป โดยได้สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ เพื่อสร้างโอกาสในการพัฒนาตัวเองและการส่งออก เช่น งาน THAIFEX เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีมาตรการ ส่งเสริมด้านการตลาด อีกมาตรการหนึ่ง คือ การส่งเสริม ให้แหล่งผลิตสินค้า GI เป็นที่รู้จักและต่อยอดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืนของเศรษฐกิจภายในชุมชน (รายงานประจำปี กรมทรัพย์สินทางปัญญา ,2558) เป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในระดับโลกไปในตัว

4) เพื่อให้มีการดูแลรักษามาตรฐานของสินค้า มิฉะนั้นอาจเข้าเหตุระงับการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

5) เพื่อช่วยกระจายรายได้สู่ชนบท และส่งเสริมอุตสาหกรรม เนื่องจากสินค้าที่อาจขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้นั้น โดยมากจะเป็นสินค้าเกษตร เพราะปัจจัยในแง่สภาพดินฟ้าอากาศ หรือสภาพพื้นจะส่งผลอย่างมากต่อคุณภาพของสินค้า ซึ่งนำไปสู่ชื่อเสียงของสินค้านั้นๆ การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นโดยตรง โดยเพิ่มมูลค่าของสินค้า และความสามารถในการแข่งขันทั้งในระดับประเทศและในระดับสากล ซึ่งสอดคล้องตามนโยบายของรัฐบาล

6) เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ประโยชน์ในทางอ้อมของการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่มชนในท้องถิ่น ที่ต้องร่วมมือกันพัฒนาคุณภาพของสินค้าของตน สร้างความรู้สึกร่วมกัน ความภาคภูมิใจในถิ่นกำเนิด อันเป็นการสร้างคุณค่าให้กับท้องถิ่นซึ่งจะช่วยลดปัญหาแรงงานชนบทอพยพเข้าสู่เมือง ช่วยรักษามรดกตกทอด ขนบธรรมเนียม และศิลปะพื้นบ้านของไทยได้อีกด้วย

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีบทบาทและความสำคัญที่เพิ่มมากขึ้นในธุรกิจการค้าในปัจจุบัน การค้าระหว่างประเทศเกี่ยวกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงอันเนื่องมาจากมีแหล่งผลิตในบางพื้นที่ เช่น ไวน์ สุรา เนยแข็ง เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย น้ำหอม ชีการ์ ฯลฯ มีมูลค่าที่สูงมาก อันเป็นผลมาจากความต้องการของประชาชนที่จะบริโภคสินค้าคุณภาพ ผนวกกับกำลังซื้อที่เพิ่มมากขึ้นของผู้บริโภค พื้นที่บางประเทศหรือบางภูมิภาคได้กลายเป็นแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง เนื่องจากพื้นที่นั้นมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ อากาศ หรือสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการผลิตสินค้าหรือต่อการทำให้สินค้านั้นมีคุณภาพดี แต่คุณภาพ คุณลักษณะ หรือชื่อเสียงของสินค้า ก็ยัง

อาจเกิดจากการที่ผู้อยู่อาศัยในพื้นที่นั้นได้พัฒนาปรับปรุงกระบวนการผลิต จนมีความเชี่ยวชาญหรือมีเทคนิควิธีการผลิตที่ดีได้เช่นกัน

การจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ชุมชนหรือผู้ประกอบการไม่ควรมองข้าม เนื่องจากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สามารถช่วยเพิ่มมูลค่า ยกกระดับภาพลักษณ์ให้กับสินค้า และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ด้วยการแสดงให้เห็นความเชื่อมโยงหรือเรื่องราวระหว่างสินค้ากับพื้นที่นั้น ๆ ที่พื้นที่อื่นไม่มีให้เห็น

รวมถึงยังเป็นการระบุถึงชื่อเสียงหรือคุณภาพของสินค้า ลักษณะของสินค้า วัตถุประสงค์ที่ใช้ กระบวนการผลิต ความแตกต่างจากสินค้าชนิดเดียวกันที่มีแหล่งกำเนิดมาจากชุมชนพื้นที่อื่น ฯลฯ จึงเป็นเสมือนเครื่องหมายรับรองคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า โดยผู้ประกอบการรายอื่นที่อยู่นอกพื้นที่นั้นไม่สามารถแอบอ้างชื่อเพื่อการทำธุรกิจ หรือที่เรียกว่า “การสวมสิทธิ์” ได้ ซึ่งในกรณีของต่างประเทศก็มีความหมายเช่นเดียวกัน

รวมถึงไม่สามารถใช้คำว่า “ชนิด” “ประเภท” “แบบ” หรือคำหรือสิ่งทำนองเดียวกันกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ใช้กับสินค้านั้น ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการที่โคราชจะแอบอ้างโดยทำการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงไม่ได้ แต่หากผู้ประกอบการที่จังหวัดโคราชต้องการจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงจะต้องสั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการที่บ้านเชียงจังหวัดอุดรธานี ที่มีการจดทะเบียนเป็นผู้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เท่านั้น อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะอยู่ในพื้นที่เดียวกันกับพื้นที่ที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แต่หากผู้ประกอบการรายนั้นไม่ได้ทำการจดทะเบียนเป็นผู้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ก็จะไม่สามารถผลิตหรือจำหน่ายได้เช่นเดียวกัน ยกเว้นผู้ประกอบการรายนั้นสามารถแสดงได้ว่าตนดำเนินธุรกิจนั้นมาไม่น้อยกว่า 10 ปี ซึ่งหากยังคงดำเนินการจะต้องได้รับโทษตามที่ได้กำหนดใน พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคแบบ niche market คือ เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีความนิยมสินค้าที่มาจากแหล่งกำเนิดของสินค้านั้นจริง ๆ โดยไม่ได้มีการแอบอ้าง อ้างอิงหรือเลียนแบบ และยังช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ประกอบการ

เนื่องจากสินค้าที่มีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคเป็นอย่างดี จึงสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการได้อีกทางหนึ่ง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด เมื่อมีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้วสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้านั้น ๆ เช่น ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง จากราคากิโลกรัมละ 25 บาท เป็น 60-65 บาท หรือทุเรียนเมืองนนท์ที่

สามารถจำหน่ายได้ลูกละ 1,000-10,000 บาท รวมถึงต้องมีการส่งจองล่วงหน้าเป็นปี เป็นแบบเหมา
ต้น หรืออาจเหมาสวน

หากมองอีกมุมหนึ่ง ว่า ด้วยการผลิตที่สามารถผลิตได้เฉพาะที่และด้วยปริมาณการผลิตที่จำกัด ผนวกกับความต้องการที่มีรองรับอยู่แล้ว จึงส่งผลให้ผู้ผลิตสามารถกำหนดราคาของสินค้าที่สูงกว่าสินค้าประเภทหรือชนิดเดียวกันได้ การจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังเป็นการช่วยเปิดตลาดสินค้านั้น ๆ และป้องกันการสวมสิทธิ์จากผู้ค้ารายอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ผู้ที่จดทะเบียนเป็นผู้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องช่วยกันรักษาคุณภาพและชื่อเสียงนั้น ๆ ไว้ เพื่อไม่ให้เข้าข่ายการระงับใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ดังนั้น สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงเป็นเสมือนเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการจะต้องรักษาหรือคงไว้ซึ่งคุณภาพตามที่ได้มีการจดทะเบียนไว้

นอกจากประโยชน์ในทางธุรกิจแล้ว สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้ที่อยู่ในท้องถิ่น สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน สร้างรายได้และลดการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่เมือง รวมถึงช่วยดำรงวัฒนธรรมและองค์ความรู้ของชุมชนท้องถิ่น เนื่องจากการที่จะสามารถระบุได้ว่าสินค้าใดเป็นสินค้าของพื้นที่นั้น ๆ จะต้องมีสภาพแวดล้อมที่จะก่อให้เกิดสินค้านั้น ๆ หรือมีการร่วมมือกันของกลุ่มคนในชุมชนท้องถิ่น ที่จะช่วยกันสั่งสม สร้างชื่อเสียง และการยอมรับจากคนในพื้นที่อื่นถึงคุณภาพหรือความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้านั้น ๆ ดังนั้น ชุมชนหรือผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญและใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้เป็นประโยชน์และเป็นเครื่องมือทางการตลาดในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ ก่อนที่จะถูกแอบอ้างหรือสวมสิทธิ์โดยผู้อื่น นอกจากนี้หน่วยงานในพื้นที่ควรเร่งค้นหาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีเฉพาะในพื้นที่ของตน เพื่อเป็นจุดขายของสินค้าและเป็นจุดขายของพื้นที่ชุมชน รวมถึงสร้างความภาคภูมิใจให้คนในชุมชนท้องถิ่นและเป็นมรดกสืบทอดให้กับคนรุ่นหลัง เพื่อส่งเสริมการสร้างภาพความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน

ความสำคัญทางเศรษฐกิจสังคมของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (จักรกฤษณ์ ควรพจน์, 2551) การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีความมุ่งหมายหลักที่อาจจำแนกได้เป็น 3 ประการ ดังนี้

- 1) เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคมิให้สับสนหลงผิด (Misleading) เกี่ยวกับพื้นที่แหล่งกำเนิดของสินค้าและต้องเสียหายเนื่องจากบริโภคสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพตามที่ต้องการ
- 2) เพื่อคุ้มครองผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสินค้า เพื่อมิให้ชื่อเสียงและความนิยม (Goodwill) ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าของตนต้องสูญสิ้นไป
- 3) เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น

จากที่กล่าวข้างต้น ความสำคัญทางเศรษฐกิจสังคมของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สามารถมีบทบาทในทางการตลาด และบทบาทในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

บทบาทในทางการตลาดของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ความมุ่งหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเช่นเดียวกับบทบาทของเครื่องหมายการค้าบางประการ อันได้แก่ เพื่อคุ้มครองการลงทุนที่ผู้ประกอบการได้พัฒนาชื่อเสียง ความนิยมในตัวสินค้า จนทำให้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นที่นิยมและรู้จักกันทั่วไปในหมู่ผู้บริโภค และทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคให้ทราบถึงแหล่งกำเนิดของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงลักษณะและคุณภาพของสินค้า (Landes and Posner, 1997) โดยความมุ่งหมายในการทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคนั้น ถือได้ว่าเป็นเจตนารมณ์ดั้งเดิมที่มีมาแต่โบราณกาล ในความเป็นจริง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นก็คือรูปแบบเริ่มแรกของเครื่องหมายการค้านั่นเองก่อนที่มนุษย์จะรู้จักเรียกชื่อสินค้าของผู้ประกอบการแต่ละราย มีหลักฐานปรากฏว่าผู้ประกอบการค้าขายได้ใช้เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ เพื่อบ่งระบุแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของสินค้า ตัวอย่างเช่น พูจิสากะ ผ้าไหมปิซ่า (Pisa silk) ฯลฯ เพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้านั้นมีแหล่งกำเนิดจากที่ใด (WIPO, 2001)

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะช่วยสื่อความหมายที่มีความสำคัญ 3 ประการไปยังผู้บริโภค กล่าวคือ (1) ชื่อผลิตภัณฑ์ (2) พื้นที่ที่เป็นแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของสินค้า และ (3) คุณภาพของสินค้า ชื่อเสียง หรือลักษณะอย่างอื่นที่เป็นผลอย่างสำคัญมาจากพื้นที่อันเป็นแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์

หากเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ผู้บริโภคคุ้นเคยดีอยู่แล้ว ผู้บริโภคก็สามารถเลือกซื้อสินค้าที่ตนคุ้นเคยได้โดยเพียงมองหาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น และสำหรับสินค้าที่ผู้บริโภคไม่มีความคุ้นเคยผู้บริโภคมักอาจได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าจากบุคคลอื่น หรือจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ระบุชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือแม้แต่สินค้าที่ผู้บริโภคไม่คุ้นเคย หากแต่เป็นสินค้าที่อยู่ในหมวดเดียวกับที่ผู้บริโภคเคยใช้ เช่น เป็นสินค้าในหมวดเครื่องดื่มหรืออาหารเช่นเดียวกัน ผู้บริโภคก็ย่อมคาดหมายได้จากประสบการณ์ในอดีตของตนว่าสินค้าภายใต้สิ่งบ่งชี้ดังกล่าว ควรจะมีคุณภาพเช่นใด และหากไม่พอใจในคุณภาพของสินค้า ผู้บริโภคก็สามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่มาจากแหล่งกำเนิดอื่นหรือจากผู้ผลิตรายอื่น ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถกระทำได้ง่ายโดยอาศัยสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ใช้กำกับสินค้าเป็นเครื่องมือ

ดังได้กล่าวแล้วว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสิ่งที่ยังบอกความนิยมในตัวสินค้า (Goodwill) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีส่วนทำให้ประชาชนตัดสินใจเลือกซื้อสินค้านั้น สิ่งบ่งชี้ทาง

ภูมิศาสตร์ อาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในตลาด จากการได้รับประโยชน์จากการคุ้มครอง ผู้ประกอบกิจการรายย่อยอาจจะถูกกดดันให้ออกจากตลาด อันเนื่องจากการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ก็ได้ ทั้งนี้เพราะ ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะบริโภคสินค้าที่เป็นที่รู้จักดี มากกว่าที่จะเลือกสินค้าที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก เจ้าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงสามารถแสวงหากำไรสูงสุดและผลักดันสินค้าของตนให้กลายเป็นสินค้าชั้นสูงที่ทำผลกำไรได้มาก และสามารถใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คุ้มครองตนให้ปลอดภัยจากการแข่งขัน เป็นเครื่องมือกดดันผู้ประกอบการอื่นให้ออกจากตลาดไปได้ (Economides, 1999)

ในกรณีสินค้าเกษตร โดยเฉพาะสำหรับสินค้าเกษตรที่จำหน่ายโดยประเทศผู้ผลิตขนาดเล็กดังเช่นประเทศไทย แต่เดิมสินค้าเกษตรส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นการจำหน่ายวัตถุดิบ มากกว่าจะเป็นการจำหน่ายสินค้าสำเร็จรูป แต่ในปัจจุบันการค้าสินค้าเกษตรได้เปลี่ยนรูปแบบให้มีความทันสมัยมากขึ้น ทั้งในด้านบรรจุภัณฑ์ การขนส่ง และวิธีการจำหน่าย สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อาจจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการรายย่อยได้ โดยเฉพาะสำหรับเกษตรกรหรือผู้จำหน่ายสินค้าเกษตรรายย่อย อาจใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องมือสื่อสารไปยังผู้บริโภคให้ทราบถึงคุณภาพและลักษณะของสินค้า และเมื่อสามารถเข้าสู่ตลาดได้แล้ว สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ก็จะช่วยป้องกันผลประโยชน์ความมีชื่อเสียงของสินค้า มิให้ถูกผู้อื่นฉกฉวยไปแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีความเหมาะสมต่อการส่งเสริมสินค้าเกษตรหลายประการ โดยมีข้อได้เปรียบหลายประการ ข้อได้เปรียบที่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดก็คือ เรื่องค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสินค้า ประโยชน์จากการโปรโมทสร้างชื่อเสียงบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะตกได้แก่สมาชิกชุมชนที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นทั้งหมด ผู้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หลายรายจึงอาจแบกรับค่าใช้จ่ายการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร่วมกัน อันเป็นการลดต้นทุนการตลาดของสินค้า (Avoiding duplication of the costs of promotion) ลงได้

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังอาจถูกใช้เป็นเครื่องมือสร้างความติดยึดกับสินค้า (Brand loyalty) ทำให้ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าหรือบริโภคสินค้าโดยไม่จำเป็น (Carter, 1990 อ้างถึงใน จักรกฤษณ์ ควรพจน์, 2551) ความติดยึดในแบรนด์อาจเกิดจากการสร้างค่านิยมบางประการ ดังเช่นสร้างความนิยมในด้านความหรูหรากับไวน์แชมเปญ วิธีการดังกล่าวมิได้เป็นผลดีต่อผู้บริโภคแต่ประการใด ในบางกรณี ผู้บริโภคต้องจ่ายแพงขึ้น โดยหาใช่เพื่อแลกกับคุณภาพสินค้าที่เพิ่มขึ้นไม่ หากแต่เพียงเพราะเพื่อตอบสนองความรู้สึกบางอย่างที่ถูกปลูกฝังอยู่ในจิตใจของผู้บริโภค (จักรกฤษณ์ ควรพจน์, 2551) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงอาจถูกใช้เป็นเครื่องมือสร้างความจงรักภักดีในแบรนด์ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างผลกำไรและประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับเจ้าของสิ่งบ่งชี้หรือเครื่องหมาย แต่มิได้

ให้ผลประโยชน์ที่แท้จริงแก่ผู้บริโภคอย่างไรก็ดี ข้อตำหนิวิจารณ์เรื่องการสร้างความจงรักภักดีในแบรนด์อาจ ในกรณีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คุณภาพของสินค้าที่ผู้บริโภคต้องจ่ายสูงขึ้นอาจสอดคล้องใกล้เคียงกับคุณภาพสินค้าที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้รับ ทั้งนี้เพราะระบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นระบบการขึ้นทะเบียนที่มีการรับประกันคุณภาพสินค้าโดยรัฐ แต่อย่างไรก็ตามหากผู้ผลิตมีมากราย หากมีผู้ผลิตทำเสีย 1 ราย ทำให้คุณภาพส่วนที่เหลือได้รับผลกระทบไปด้วยดังนั้นระบบการควบคุมคุณภาพจึงต้องมีความเข้มข้น

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังมีบทบาทในการส่งเสริมการส่งออกเช่นกัน เนื่องจากการแข่งขันทางการค้าจะมีความเข้มข้นแตกต่างกันไปตามประเภทของสินค้า สินค้าใดที่เป็นที่นิยมในท้องถิ่นมาก สินค้านั้นก็จะมีการแข่งขันมากตามไปด้วย การแข่งขันจะทำให้ผู้ผลิตต้องปรับตัวพัฒนาคุณภาพสินค้าของตนอยู่ตลอดเวลา สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ให้กับสินค้าส่งออกของไทย ระบบการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะเป็นประโยชน์ต่อไทย ในฐานะผู้จำหน่ายหรือผู้ส่งออกสินค้า หากไทยสามารถนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มาใช้กับสินค้าที่มีสำคัญของประเทศก็จะทำให้ไทยได้รับประโยชน์อย่างมาก โดยเฉพาะสำหรับสินค้าที่เป็นที่นิยมอยู่แล้วดังเช่นข้าวหอมมะลิ การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะให้สิทธิเด็ดขาดในการใช้ชื่อสินค้าที่เป็นที่นิยมแก่ผู้ประกอบการไทย สร้างความได้เปรียบทางการตลาด ความได้เปรียบดังกล่าวจะไม่มีกำหนดสิ้นสุด เนื่องจากการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มิได้มีอายุการคุ้มครองดังเช่นสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่น

ตามทฤษฎี “การลดต้นทุนการสืบค้น” การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะเป็นประโยชน์ต่อสินค้าที่ไม่อาจทำการทดลองใช้ หากแต่ต้องอาศัยประสบการณ์ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ (Non-testable and experience goods) ซึ่งสินค้าเกษตรและอาหารจัดเป็นสินค้าประเภทนี้ สินค้าหลักของไทยส่วนใหญ่ ต่างก็เป็นสินค้าที่ความนิยมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะมีบทบาทที่สำคัญในอันที่จะปกป้องผลประโยชน์ชื่อเสียงของสินค้าไทยดังกล่าว

ความสำเร็จของอุตสาหกรรมหลายชนิดของสหภาพยุโรป เป็นตัวอย่างที่ดีของการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อส่งเสริมการส่งออก ดังเช่นกรณีวิสาหกิจในยุโรปที่เป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกสินค้าที่มีชื่อเสียงหลายชนิด เช่น ไวน์บอร์โดซ์ ไวน์เบอร์กันดี สก็อตซ์วิสกี้ เนยแข็งโรคฟอร์ด ฯลฯ ประมาณการณ์ว่าการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีความสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกร 138,000 ครอบครัวในประเทศฝรั่งเศส (Ibery, B. and M. Kneafsey, 1999)

จักรกฤษณ์ ควรพจน์ (2551) กล่าวถึงการปลอมแปลงหรือการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในต่างประเทศว่า ได้นำไปสู่ความขัดแย้งทางการค้าระหว่างประเทศต่างๆ และประเทศที่

เป็นผู้ส่งออกสินค้าภายใต้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในเสนอเป็นประเด็นเจรจาการค้าในองค์การการค้าโลก (World Trade Organization) ซึ่งประเด็นเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มิได้เป็นข้อขัดแย้งระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้วกับประเทศกำลังพัฒนาดังเช่นเรื่องทรัพย์สินทางปัญญารูปแบบอื่นๆ สำหรับประเทศกำลังพัฒนา การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีผลต่อแต่ละประเทศแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเป้าหมายและโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศนั้นๆ สำหรับประเทศที่เป็นเกษตรกรรมใหม่ เช่น ประเทศกำลังพัฒนาขนาดเล็กหรือประเทศที่พัฒนาน้อยที่สุดบางประเทศ หรือประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังเช่นสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ถูกมองว่าเป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมการส่งออก ประเทศเหล่านี้มองว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะขัดขวางมิให้ตนส่งออกสินค้าเกษตรไปยังตลาดโลก โดยไม่อาจใช้นโยบายการตลาดเพื่อส่งเสริมการแข่งขันกับผู้ส่งออกขนาดใหญ่ได้ เช่น หากข้าวหอมมะลิได้รับการคุ้มครองเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ประเทศที่เพิ่งเริ่มหันมาปลูกข้าวหอมมะลิ จะไม่สามารถขายสินค้าโดยใช้ชื่อความใดๆ ที่เกี่ยวกับ “ข้าวหอมมะลิ” ได้ รวมทั้งไม่อาจใช้ชื่อความใดๆ ที่อาจทำให้ประชาชนสับสนหลงผิดได้ เช่น ไม่อาจใช้คำว่า “American Jasmine Rice” “Jasmine-Style Rice” หรือ “Jasmine-Type Rice” ในกรณีเช่นนี้ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะมีผลต่อการค้าเสรีเช่นเดียวกับอุปสรรคทางการค้าที่ไม่มีภาษีอากร (Non-tariff barriers) เช่นเดียว กับระเบียบว่าด้วยความปลอดภัยด้านอาหาร (Food safety regulation) ซึ่งอุปสรรคเหล่านี้จะมีผลต่อการยกระดับเศรษฐกิจของประเทศกำลังพัฒนา และส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมของประเทศเหล่านั้นที่ประสงค์จะเข้าสู่ตลาดโลก

สำหรับประเทศที่มีอุตสาหกรรมและเกษตรกรรมที่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อยู่แล้ว การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะช่วยปกป้องผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และช่วยรักษาตลาดสินค้ามิให้ถูกฉวยโดยผู้ประกอบการรายใหม่ที่มุ่งหวังจะเข้าสู่ตลาดสินค้านั้น ตัวอย่างเช่น อินเดียและปากีสถานมีข้าวบาสมาติ (Basmati rice) อินเดียมีชาดาร์เจียลิ่ง (Darjeeling tea) ประเทศไทยมีข้าวหอมมะลิ ฟ้าไหม และสินค้าเกษตรกรรมและหัตถกรรมจำนวนมาก ประเทศที่กล่าวมานี้เป็นผู้นำในการแข่งขันในตลาดสินค้านี้ดังกล่าวอยู่แล้ว การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงไม่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออกของสินค้าหากแต่เป็นไปในทางตรงกันข้าม ที่จะช่วยปกป้องชื่อเสียงและความนิยมของสินค้านี้ในตลาดโลกและยังช่วยปกป้องจากการแข่งขันจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่ประสงค์จะเข้าสู่ตลาดอีกด้วยอย่างไรก็ดี การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ก็อาจส่งผลกระทบต่อการค้าและการส่งออกได้เช่นกันเหมือนดังที่สิทธิบัตรส่งผลกระทบต่อการค้าก่อให้เกิดการผูกขาด ทำให้ผู้ประกอบการขนาดย่อมต้องออกจากการแข่งขัน และทำให้สินค้ามีราคาแพงส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคดังที่กล่าวไว้ข้างต้นนอกจากนี้ การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างไม่เหมาะสมก็อาจ

นำไปสู่การกีดกันทางการค้าผูกขาดตลาดส่งออก และเป็นอุปสรรคทางการค้าได้เช่นเดียวกับมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีศุลกากร (Non-tariff barriers) ดังนั้น การกำหนดรูปแบบและวิธีการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องกระทำ อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับระดับการพัฒนาเศรษฐกิจ และลักษณะของอุตสาหกรรมภายในประเทศ เพื่อมิให้การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ก่อให้เกิดปัญหาที่รุนแรงดังเช่นกรณีการคุ้มครองสิทธิบัตร

บทบาทในการส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน

นอกจากเหตุผลด้านส่งเสริมการค้าและการส่งออก การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังมีส่วนเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น ไม่ควรจะพิจารณาบทบาทของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จากด้านหนึ่งด้านใดเพียงด้านเดียว เพราะในความเป็นจริง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นมีบทบาทที่มีความสำคัญต่อชุมชนท้องถิ่นหลายประการ (จักรกฤษณ์ ควรพจน์, 2551)

1) สร้างรายได้และแก้ปัญหาความยากจน

บทบาทแรกซึ่งเป็นบทบาทที่เห็นได้ชัดที่สุดคือการปกป้องตลาดและสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งเป็นบทบาทเดียวกับเครื่องหมายการค้า จะต่างกันก็เพียงแต่ว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นมีความเกี่ยวข้องกับชุมชน แต่เครื่องหมายการค้าเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของบุคคลหรือบริษัท เมื่อเกี่ยวข้องโดยตรงกับชุมชนท้องถิ่นและเศรษฐกิจรากหญ้า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงมีบทบาทในการแก้ปัญหาความยากจน รวมทั้งปัญหาสังคมอื่นๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นประสบอยู่ เช่น ปัญหาความแตกแยกของสถาบันครอบครัวและสังคม ปัญหาสาธารณสุข ฯลฯ มีข้อสังเกตว่า ประโยชน์ของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะตกได้กับชุมชนมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับสังคมวัฒนธรรมและลักษณะของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องตัวอย่างเช่น ประมาณการว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไวน์แชมเปญ (Champagne) ได้สร้างรายได้กว่า 7,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ให้กับอุตสาหกรรมผลิตไวน์ในแคว้นแชมเปญของฝรั่งเศส มีการจ้างแรงงานคนกว่า 15,000 คนสำหรับการปลูกองุ่นและการผลิตไวน์ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พาร์มาแฮม (Parma Ham) ได้สร้างรายได้กว่า 2,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และทำให้เกิดการจ้างงานกว่า 3,000 คน ในอุตสาหกรรมแฮมในอิตาลี (Waglé, 2007) และแน่นอนว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ข้าวหอมมะลิจะทำให้เกิดรายได้มากมายมหาศาลต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม และต่อเกษตรกรผู้ปลูกข้าวหอมมะลิและคนงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการค้าข้าวหอมมะลินับล้านๆ คน

2) รับรองและส่งเสริมการรวมตัวเป็นชุมชนท้องถิ่น

กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นกฎหมายที่รับรอง “สิทธิของชุมชน” (Community rights) ช่วยส่งเสริมให้กลุ่มผู้ผลิตสินค้าในชุมชนรวมตัวกันเป็นสมาคมเพื่อต่อรองและรักษาผลประโยชน์ของตนเอง อันเป็นกระบวนการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น ระบบกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังมีความสอดคล้องกับประเพณีวัฒนธรรมไทยในการอยู่ร่วมกันเป็นชุมชน เนื่องจากส่งเสริมกระบวนการตัดสินใจของกลุ่ม ให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมของมนุษย์กับถิ่นที่อยู่และสภาพแวดล้อม รวมทั้งอนุรักษ์วัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมของชุมชน แต่ในขณะเดียวกัน ก็ส่งเสริมให้มีการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นหากการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้รับการส่งเสริม รวมทั้งหากชุมชนสามารถพัฒนาปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดียิ่งขึ้น ส่งผลดีการตลาดของอุตสาหกรรมภายใต้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ดังกล่าว วิชาหากชุมชนก็จะสามารถขยายตัวและเติบโตไปยังตลาดโลก โดยไม่ต้องกังวลกับการลอกเลียนแบบจาก คู่แข่งขัน แต่เดิมเครื่องหมายการค้ามีลักษณะเป็นสิทธิเฉพาะตัว แต่ในปัจจุบันบทบาทในการเป็นเครื่องมือบ่งชี้แหล่งกำเนิดของสินค้าของเครื่องหมายการค้าได้เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้โดยบทบัญญัติข้อ 21 ของความตกลงทริปส์ที่บัญญัติว่า “เจ้าของเครื่องหมายการค้าจดทะเบียนมีสิทธิที่จะโอนเครื่องหมายการค้าโดยอาจจะโอนธุรกิจที่ใช้เครื่องหมายการค้านั้นไปด้วยหรือไม่ก็ได้” ซึ่งมีผลให้เครื่องหมายการค้ากลายเป็นทรัพย์สินที่อาจซื้อขายเปลี่ยนมือได้ และทำให้เครื่องหมายการค้ามีลักษณะที่แตกต่างจากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างชัดเจน เพราะสิทธิตามกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีลักษณะเป็นสิทธิของชุมชน ที่ไม่เป็นของผู้ผลิตรายใดรายหนึ่ง โดยผู้ผลิตในพื้นที่นั้นมีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แต่ไม่มีสิทธิจำหน่ายโอนสิทธิการใช้ให้แก่ผู้อื่นได้ 10 ครอบครัวยังคงอยู่ และยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมดั้งเดิมและยังคงฐานการผลิตสินค้าของตนต่อไป สิทธิดังกล่าวก็จะ เป็นมรดกของชุมชน และคงอยู่กับชุมชนตลอดไป

กฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ถูกใช้อย่างได้ผลในหลายประเทศ โดยเฉพาะประเทศในยุโรป ที่ใช้กฎหมายลักษณะนี้ปกป้องชื่อเสียงและความนิยมของสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน เหตุที่ประเทศเหล่านั้นประสบความสำเร็จในการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ก็เนื่องจากชื่อเสียงและความนิยมของตัวสินค้าเป็นสำคัญ และเช่นเดียวกับเครื่องหมายการค้า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะไม่มีประโยชน์ใดๆ หากสินค้าภายใต้สิ่งบ่งชี้ที่ปราศจากชื่อเสียงและความนิยมในหมู่ผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้ชุมชนท้องถิ่นในไทยจึงจำเป็นต้องพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพสินค้าของตนอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างชื่อเสียงและความนิยมของสินค้า เมื่อสินค้าของชุมชนมีชื่อเสียงและมีคุณภาพเป็นที่นิยมต่อสาธารณชนแล้ว สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ก็จะทำหน้าที่ปกป้องชื่อเสียงของสินค้านั้น ประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์มากมายที่มีชื่อเสียงจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ เช่น ผ้าไหมไทย ข้าว

หอมมะลิ ไข่เค็มไชยา ร่มบ่อสร้าง เงาะโรงเรียน ทุเรียนหมอนทอง ฯลฯ ชื่อเสียงของสินค้าเหล่านี้ อาจถูกฉกฉวยไปใช้ประโยชน์ การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะช่วยปกป้องชื่อเสียงของสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาไทย(จักรกฤษณ์ ควรพจน์, 2546) ในทางธุรกิจชื่อเสียงของสินค้าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากและจำเป็นต้องปกป้องเพื่อไม่ให้ถูกฉกฉวยเอาไปแสวงหาผลประโยชน์ ว่าไปแล้วการปกป้องชื่อเสียงความเป็นที่นิยมของสินค้าอาจมีความสำคัญมากกว่าการคุ้มครองตัวสินค้าเสียอีก กฎหมายที่ปกป้องชื่อเสียงความนิยมจะสร้างรายได้ให้กับชุมชน ทำให้เกิดการร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับภาคธุรกิจ ดังกรณีความร่วมมือระหว่างบริษัท Body Shop ของอังกฤษ ที่ได้ทำโครงการความร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นหลายแห่งในจังหวัดคยาโป (Kayapo) ในประเทศบราซิล (จักรกฤษณ์ ควรพจน์, 2551)

3) ยกระดับการผลิตและพัฒนาอุตสาหกรรมรากหญ้าและวิสาหกิจชุมชน

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องมือรับประกันคุณภาพสินค้าต่อผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพที่คาดหวัง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะคัดกรองผู้ผลิตในตลาด กำหนดให้ผู้ผลิตที่ต้องการผลิตสินค้าภายใต้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ต้องผลิตสินค้าตามคุณภาพที่กำหนดในแง่นี้ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value-added) ให้กับสินค้า ทำให้ชุมชนท้องถิ่นใช้กลยุทธ์ในการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ปรับปรุงคุณภาพคุณลักษณะและคุณประโยชน์ของสินค้าเพื่อยกระดับสินค้าของตนให้อยู่ในระดับสูง (Premium products) แทนที่จะจำกัดตัวเป็นผู้ผลิตสินค้าขั้นปฐมและสินค้าโภคภัณฑ์ (Primary products) เท่านั้น มีรายงานการสำรวจในปี 2542 ว่า มีผู้บริโภคในสหภาพยุโรปจำนวน 43 เปอร์เซ็นต์ ยินดีที่จะจ่ายสินค้าเพิ่มขึ้นอีก 10 เปอร์เซ็นต์ของราคาสินค้า หากสินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีการบ่งระบุแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ที่ถูกต้องแท้จริง 15 รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากที่มีการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นี้ ชุมชนผู้ผลิตสินค้าสามารถนำไปใช้เพื่อการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดียิ่งขึ้น (จักรกฤษณ์ ควรพจน์, 2551)

4) อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังมีความสำคัญต่อการเปิดโอกาสและให้ทางเลือกแก่ชุมชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น แม้ว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะมีได้คุ้มครองความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยตรง แต่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ก็ให้สิทธิเด็ดขาดแก่ชุมชนท้องถิ่น ในอันที่จะป้องกันมิให้ผู้อื่นฉกฉวยใช้ชื่อเสียงความนิยมของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อเข้าสู่ตลาด องค์ประกอบสำคัญของการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ก็คือ การทำให้ชุมชนตระหนักในกระบวนการผลิตที่ได้มีการถ่ายทอดสืบต่อกันมาในรูปของภูมิปัญญาท้องถิ่น เมื่อสินค้ามีชื่อเสียงและ

ได้รับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ชุมชนท้องถิ่นจะเห็นความสำคัญของภูมิปัญญาความรู้ และจะพัฒนาสืบทอดภูมิปัญญาในการผลิตสินค้าภายใต้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้แก่คนรุ่นต่อไป

การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นมีผลโดยตรงต่อความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น เพราะจะช่วยรักษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตพื้นบ้านมิให้สูญหายไป การทำให้สินค้าที่ผลิตและจำหน่ายโดยชุมชนมีความนิยมในตลาดและการปกป้องชื่อเสียงของสินค้า จะช่วยสร้างรายได้ที่เป็นกอบเป็นกำให้กับชุมชนแก้ปัญหาการทิ้งถิ่นฐานเพื่อหางานทำในเมือง และช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของสมาชิกชุมชนให้ดีขึ้น ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นจะให้ประโยชน์ทั้งในทางเศรษฐกิจและในด้านอื่นๆ ที่จะทำให้ชุมชนเข้มแข็งมากขึ้น แต่มีข้อพึงตระหนักว่า การคุ้มครองจะต้องไม่ให้น้ำหนักกับผลประโยชน์ด้านหนึ่งด้านใดจนเกินไป การเน้นบทบาทการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในทางเศรษฐกิจ เช่น มุ่งแต่ในเรื่องการค้าขายหารายได้ จะทำลายประโยชน์และความสำคัญของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในด้านอื่นไป (ปภาศรี บัวสวรรค์, 2550)

การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะประสบผลตามวัตถุประสงค์ก็ต่อเมื่อภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการคุ้มครองนั้น เป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการพัฒนามาแล้วในระดับหนึ่ง โดยได้รับการพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้นจนสินค้าที่ผลิตมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป จนจำเป็นต้องมีการคุ้มครองมิให้บุคคลอื่นฉกฉวยชื่อเสียงไปแสวงหาประโยชน์ ความจำเป็นของการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่นอาจไม่ได้อยู่ที่การพัฒนาปรับปรุงคุณภาพสินค้าให้ดีขึ้น หากแต่อยู่ที่การอนุรักษ์ปกป้องมิให้ภูมิปัญญาสูญหายไป และป้องกันมิให้มีการฉกฉวยเอาชื่อเสียงของภูมิปัญญาความรู้ดังกล่าวไปหาประโยชน์โดยมิชอบ

5) ส่งเสริมการท่องเที่ยว

หากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการคุ้มครองมีชื่อเสียงขึ้น ก็จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่ตามมา เช่น ด้านการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว หรือดึงดูดการลงทุนมาสู่พื้นที่ดังกล่าว ดังเช่นพื้นที่ผลิตไวน์หลายแห่งได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว อันเนื่องมาจากความมีชื่อเสียงของสินค้าที่ผลิต ในเรื่องนี้มอแรน (1993) ได้ยกตัวอย่างว่า “เบอร์กันดี (Burgundy) เป็นแคว้นที่มีชื่อเสียงในการผลิตไวน์ แต่ในขณะเดียวกัน เบอร์กันดีก็กลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอันเนื่องมาจากไวน์ที่ผลิตในแคว้นดังกล่าว” แหล่งผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีชื่อเสียงของไทยหลายแห่ง มีศักยภาพที่จะพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงได้ ดังเช่น บ้านจิมทอมป์สัน ซึ่งปัจจุบันได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และในขณะนี้ได้มีการสร้างฟาร์มจิม ทอมป์สัน ขึ้นในอำเภอปรางค์กู่ จังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้เป็นแหล่ง

ห้องที่ยาวอีกแห่งหนึ่ง ซึ่งทั้งบ้านและฟาร์มจิม ทอมป์สัน ได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ก็เนื่องมาจากความมีชื่อเสียงของผ้าไหมไทย “จิมทอมป์สัน”

6) อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพ

ประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูง และให้ความสำคัญด้านการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพอย่างต่อเนื่อง เกษตรกรและชุมชนท้องถิ่นเป็นผู้ใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพของท้องถิ่นมาเป็นเวลานาน ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแหล่งอาหารและยารักษาโรค การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพ เช่น ในสหภาพยุโรปขณะนี้มียุทธศาสตร์ที่จะใช้ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องมือเปลี่ยนแนวการผลิตทางการเกษตร จากการผลิตเชิงปริมาณ (Quantity-driven) มาเป็นการผลิตที่ใช้ปัจจัยเชิงคุณภาพ (Quality-based factors) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ส่งเสริมให้เกิดการผลิตเชิงคุณภาพจะถูกใช้เป็นเครื่องมือเพื่อยกเลิกการอุดหนุนการเกษตร (Subsidy) ซึ่งหากทำได้สำเร็จก็จะเป็นประโยชน์ต่อประชากรโลกส่วนใหญ่ ทำให้การค้าเป็นธรรมมากขึ้นต่อประเทศกำลังพัฒนารวมทั้งประเทศไทย นอกจากนี้การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังอาจส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงพันธุ์พืชที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น ผลิตสินค้าที่ใช้ผลผลิตจากเกษตรอินทรีย์ (Organic farming) หรือส่งเสริมการปลูกพืชที่ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ดังเช่นการปลูก “กาแฟโคลอมเบีย” (Rainforest Colombian Coffee) ที่จะต้องปลูกในสภาพแวดล้อมที่เป็นป่าฝนเท่านั้น ซึ่งความต้องการของตลาดต่อกาแฟดังกล่าว ได้จูงใจให้เกษตรกรในบริเวณเทือกเขาแอนดีส (Andes) อนุรักษ์ป่าฝนไว้ เป็นต้น

7) สร้างความเป็นธรรม

สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ หรือเครื่องหมายการค้า ส่วนใหญ่ได้ถูกถือครองโดยบริษัทอุตสาหกรรมทั้งสิ้น ตัวอย่างเช่น สิทธิบัตรจำนวนกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ของสิทธิบัตรที่มีทั้งหมดในโลก เป็นสิทธิที่ถือครองโดยบริษัทของประเทศที่พัฒนาแล้ว และกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ของสิทธิบัตรที่ออกในประเทศกำลังพัฒนา ได้ถูกถือครองเป็นเป็นเจ้าของโดยคนชาติของประเทศอุตสาหกรรม ทรัพย์สินทางปัญญาเหล่านั้นได้ส่งเสริมให้บริษัททำการวิจัยและพัฒนา และทำการตลาด และครอบงำผูกขาดเทคโนโลยีและการผลิตสินค้าต่อไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ในทางตรงกันข้ามสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม หัตถกรรมหรืองานฝีมือ ที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของคนยากจน การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาลักษณะนี้ จะมีความสำคัญต่อผู้คนในสังคมซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนยากจน ให้มีการโอกาสพัฒนาสินค้าที่ตนมีความถนัดและความชำนาญ

การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาชาวบ้านและชุมชนท้องถิ่น ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตสินค้าดังกล่าว บทบาทของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังมีการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยใช้เป็นเครื่องมือขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เช่น สินค้าชุมชน สร้างรายได้แก้ปัญหาความยากจน การพัฒนาชนบท อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพ ดำรงรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนผ่านความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม อันจะก่อให้เกิดการกระทำต่าง ๆ ของชุมชนในการสรรหาสินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น มาเพิ่มมูลค่าและคุณค่าด้วยการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ งานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษารูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อการสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม: กรณีการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

3.2 การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระบบทรัพย์สินทางปัญญา

ระบบทรัพย์สินทางปัญญาเป็นระบบกฎหมายที่มีบทบาทสำคัญต่อการคุ้มครองสิทธิที่แพร่หลายที่สุดระบบหนึ่ง ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสิทธิทางกฎหมายที่มีอยู่เหนือผลงานการสร้างสรรคทางปัญญาของบุคคล ซึ่งนอกเหนือจาก การประดิษฐ์ (invention) การออกแบบ (design) เครื่องหมายการค้าและบริการ (trade and service marks) การแสดงออกซึ่งความคิด (expression of idea) เหล่านี้เป็นต้นแล้ว ยังรวมถึง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (geographical indications) ด้วย

การนำระบบทรัพย์สินทางปัญญามาเกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากแหล่งภูมิศาสตร์ของประเทศไทย มีสภาพต่างกันตามพื้นที่ มีทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพที่แตกต่าง และส่งผลต่อวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิธีการดำรงชีพที่ต่างจากแหล่งภูมิศาสตร์อื่น ทำให้สินค้า ผลิตภัณฑ์ พืชผล สัตว์เลี้ยงต่างๆ มีความเฉพาะตัวและมีคุณลักษณะที่ต่างจากที่อื่นๆ ดังนั้น การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงมิได้มองความหลากหลายทางชีวภาพ ทรัพยากรธรรมชาติ หรือภูมิปัญญาแต่ละที่เป็นเพียงสินค้าและวัตถุดิบ แต่ถือว่าสิ่งเหล่านี้มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันในแบบองค์รวม (holistic) ซึ่งต่างจากระบบทรัพย์สินทางปัญญาปัจจุบันที่ได้กล่าวถึงแล้วว่า ก่อตั้งขึ้นบนโลกทัศน์แบบแยกส่วน ที่ให้ความสำคัญกับมนุษย์ (anthropocentric) เหนือสิ่งอื่น และใช้ระบบสิทธิในทรัพย์สินเป็นเครื่องแสดงอัตลักษณ์และความมีตัวตนของมนุษย์

จากแนวคิดสิทธิในทรัพย์สินของประเทศอุตสาหกรรมทำให้ทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชนบางประเภทของประเทศเกษตรกรรมหรือกำลังพัฒนาอาจมีลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับเงื่อนไขการคุ้มครองภายใต้ระบบทรัพย์สินทางปัญญา อย่างไรก็ตาม รูปแบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในปัจจุบันโดยเฉพาะที่ปรากฏในข้อตกลงทริปส์ หรือ TRIPS Agreement (จะกล่าวถึงต่อไปในส่วน การพัฒนาการของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์) บางรูปแบบอาจนำมาใช้คุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของท้องถิ่น ได้แก่ ระบบเครื่องหมายการค้า (trademarks) ความลับทางการค้า (trade secrets) และรวมถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (geographical indicators) (สมชาย รัตนชื่อสกุล, 2551) จากกรณีดังกล่าว จึงใช้การให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มาเป็นรูปแบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง เพื่อให้สามารถบ่งบอกถึงคุณภาพ คุณลักษณะเฉพาะตามแหล่งกำเนิดของสินค้าผลิตภัณฑ์ จากการใช้ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นที่ใช้เรียกแหล่งภูมิศาสตร์และสามารถบ่งบอกว่าสินค้าผลิตภัณฑ์เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้น ทั้งนี้ ผู้ซื้อจะได้ทราบถึงแหล่งกำเนิดของสินค้าที่มีคุณภาพและคุณลักษณะเฉพาะของสินค้าโดยรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของมูลค่าของสินค้าที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม จะต้องมีการยื่นคำร้องขอขึ้นทะเบียนเป็นสิทธิของชุมชนแหล่งกำเนิดของสินค้านั้น โดยอายุความคุ้มครองจะมีตลอดไป จนกว่าสภาพทางภูมิศาสตร์เปลี่ยนแปลงไป หมายความว่าไม่มีพื้นที่นั้นแล้ว ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใด เช่น การอพยพย้ายถิ่นฐาน หรืออุบัติเหตุต่างๆ จึงอาจทำให้มีการเพิกถอนทะเบียนได้ หากมีการซื้อสินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ถือว่าผู้ซื้อได้ส่งเสริมแบรนด์ของชุมชน และสนับสนุนทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชนในเวลาเดียวกัน (ปรีดา ยังสุขสภาพร, 2551:14)

CHULALONGKORN UNIVERSITY

วงจรทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Cycle: IP Cycle) เป็นวงจรภารกิจในการผลักดันให้ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม โดยทั่วไปประกอบด้วย 3 ภารกิจหลัก คือ 1) การสร้างสรรค์ (creation) รวมถึงการสร้างสรรค์สร้างความรู้ใหม่ และการประดิษฐ์นวัตกรรม 2) การคุ้มครอง (protection) ด้วยการจดทะเบียน ยกเว้นลิขสิทธิ์ที่ได้รับการคุ้มครองโดยไม่ต้องจดทะเบียน 3) การนำไปใช้ประโยชน์ ทั้งเชิงพาณิชย์ (commercialization) และ/หรือเชิงสาธารณะ (utilization) ซึ่งกรมทรัพย์สินทางปัญญาได้เพิ่มภารกิจการบังคับใช้กฎหมายเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิ (enforcement) ไว้ในวงจรทรัพย์สินทางปัญญา รวมเป็น 4 ภารกิจ ส่วนสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง (สวค.) ได้เพิ่มภารกิจวงจรทรัพย์สินทางปัญญาเป็น 5 ภารกิจ ภายใต้ “กรอบการพัฒนากระบวนการทรัพย์สินทางปัญญาแบบ 4+1” โดยเพิ่ม การหาแหล่งเงินทุน (finance) อีกหนึ่งภารกิจ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2551) ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนที่จะต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการพัฒนา

วงจรความรู้หรือภูมิปัญญา (knowledge creation cycle) ที่สมบูรณ์ โดยเริ่มจาก 1) การสร้างความรู้ด้วยการวิจัยและพัฒนา 2) การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา 3) การใช้ประโยชน์ในทรัพย์สินทางปัญญา และ 4) การบังคับใช้กฎหมาย เพื่อให้ได้ผลตอบแทนกลับมาและนำไปสร้างความรู้ใหม่ต่อไป เป็นการสร้างความรู้อย่างต่อเนื่องเกิดประโยชน์ต่อสังคม และเศรษฐกิจซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะยาว (ปรีดา ยิ่งสุขสถาพร, 2551:40) แนวคิดด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาที่มีเนื้อหาครอบคลุมความรู้ทั่วไปด้านทรัพย์สินทางปัญญา การแสวงหาแนวทางในการคุ้มครองป้องกันสิทธิและการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องปรับใช้ร่วมกัน ไม่อาจแยกกันใช้อย่างเป็นเอกเทศเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดจากทรัพย์สินทางปัญญาของตน (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2552)

การจัดการทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Management)

การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาเป็นองค์ความรู้ใหม่ในทางวิชาการที่พัฒนาจากความรู้ด้านกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและกฎหมายสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง การบริหารจัดการโดยเฉพาะด้านธุรกิจ ตลอดจนวิทยาการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญาประเภทนั้นๆ ดังนั้น การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาจึงเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ อีกทั้งยังมีความจำเพาะในประเภททรัพย์สินทางปัญญาและกลุ่มอุตสาหกรรมผู้ใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ดังนั้น การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาจึงไม่มีสูตรที่แน่นอน หากแต่ต้องใช้ประสบการณ์ ความรู้ ความชำนาญมาบริหารจัดการและออกแบบการจัดการที่มีลักษณะเฉพาะตัว แต่อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาในทุกประเภท ประกอบด้วยองค์ประกอบหลักที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1) นโยบาย วิสัยทัศน์ด้านทรัพย์สินทางปัญญา

นโยบาย วิสัยทัศน์ด้านทรัพย์สินทางปัญญาเป็นเรื่องสำคัญที่จะกำหนดทิศทาง ตลอดจนแนวทางในการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร

2) กฎระเบียบทรัพย์สินทางปัญญา

เมื่อองค์กรได้มีการพัฒนานโยบายด้านทรัพย์สินทางปัญญาออกมาใช้แล้ว ต่อไปคือการออกกฎระเบียบเพื่อรองรับนโยบายดังกล่าว เพื่อกำหนดกรอบและแนวทางปฏิบัติให้แก่บุคลากรขององค์กร

3) บุคลากรด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา

บุคลากรเป็นฟันเฟืองที่สำคัญที่สุดในการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา โดยมีบุคลากรที่เกี่ยวข้องหลากหลาย ดังนั้น บุคลากรดังกล่าวควรมีความรู้และความเข้าใจในด้านต่างๆ อาทิ ผู้สร้างสรรค์ ควรมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการเก็บรักษาข้อมูลการสร้างสรรค์ การเก็บรักษา

ความลับ นโยบาย ระเบียบขั้นตอนทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร ผู้บริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ควรรู้ภาพรวมของการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาตั้งแต่เริ่มสร้างสรรค์จนถึงการนำไปใช้ประโยชน์ ผู้ปฏิบัติการ เช่น เจ้าหน้าที่การเงิน ควรมีความเข้าใจเรื่องการจัดสรรผลประโยชน์ ให้ผู้วิจัยหรือผู้สร้างสรรค์ ตลอดจนองค์กร เป็นต้น

เครื่องมือและกิจกรรมการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2553) แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มตามวงจรการสร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญา ดังนี้

1.1 เครื่องมือหรือกิจกรรมการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาที่จำเป็นในช่วงการสร้างสรรค์ ซึ่งถือว่าเป็นต้นน้ำที่สำคัญในวงจรทรัพย์สินทางปัญญาหากต้นน้ำไม่ดี จะทำให้ปลายน้ำไม่ติดตามไปด้วย จึงได้มีการพัฒนาเครื่องมือและกิจกรรมการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อบริหารจัดการให้มีการสร้างสรรค์ผลงานทางทรัพย์สินทางปัญญาที่ดี ซึ่งประกอบด้วย

1.1.1 การจัดแผนที่สิทธิบัตร (Patent mapping) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสิทธิบัตรกับงานวิจัยและพัฒนาที่ต้องการจะดำเนินการ

1.1.2 การตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อการสร้างสรรค์ (IP Clearance towards freedom to operate หรือเรียกว่า Product Clearance towards freedom to operate) เป็นเครื่องมือการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อตรวจสอบโครงการวิจัยที่จะดำเนินงานว่าสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หรือไม่ โดยทำการตรวจสอบสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้อง

1.1.3 สัญญาเพื่อการสร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญา เป็นนิติกรรมสัญญาหรือข้อตกลง ถือเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ สัญญาสนับสนุนการวิจัยภายในองค์กร (In house research agreement) สัญญารับจ้างวิจัย (Contract research agreement) สัญญารับทุนศึกษาวิจัย(Funded research agreement) สัญญาร่วมวิจัย (Collaborative research agreement)

1.1.4 มาตรการในการเก็บรักษาความลับ (Confidentiality or Non Disclosure measure) ตลอดจนมาตรการเปิดเผยความลับ (Disclosure measure)

1.1.5 บันทึกการวิจัย (Laboratory notebook)

1.2 เครื่องมือหรือกิจกรรมการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาที่จำเป็นสำหรับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ แบบฟอร์มการเปิดเผยการวิจัย(Disclosure form) การประเมินทรัพย์สินทางปัญญา (IP audit) เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา

1.3 เครื่องมือหรือกิจกรรมการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ประโยชน์ มีเครื่องมือในการการบริหารจัดการและกิจกรรม ได้แก่ แฟ้มบันทึกทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property portfolio) เครื่องมือตัดสินใจแนวทางการใช้ประโยชน์ (Utilization decision tool) การประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property valuation) การอนุญาตให้ใช้สิทธิ (Licensing practice)

1.4 เครื่องมือหรือกิจกรรมสำหรับการเฝ้าระวังและรักษาสิทธิ การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา จำเป็นต้องมีกิจกรรม คือ การดูแลทรัพย์สินทางปัญญา (IP maintenance) การเฝ้าระวังและบังคับใช้สิทธิ (IP surveillance and enforcement หรือ IP police)

ซึ่งมาตรฐานกลางในการพัฒนาหลักสูตรการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา สำหรับการศึกษาระดับอุดมศึกษา ได้แบ่งหัวข้อการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาเป็น 7 หน่วยศึกษา ได้แก่ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2553)

1) การสร้างความตระหนักรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญา (IP Awareness) ประกอบด้วย ความหมาย ประเภท ความสำคัญทางเศรษฐกิจของทรัพย์สินทางปัญญา

2) การสร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญา (IP Creation) มีเนื้อหาเกี่ยวกับ กลยุทธ์และข้อระวังในการสร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญา การสืบค้นและการทำแผนที่สิทธิบัตร หน่วยงานที่ให้การส่งเสริมด้านทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อให้ทราบแหล่งเงินทุนและเทคโนโลยี

3) การคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา (IP Protection) ได้แก่ ระเบียบและขั้นตอนการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา ประเภทต่างๆ ซึ่งเนื้อหาในส่วนนี้ยังรวมถึง การเอาผิดกับผู้ละเมิด (Enforcement) การบังคับใช้สิทธิ การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาและการแก้ไขกรณีถูกละเมิด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

4) กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา (IP Law) สนธิสัญญา และข้อตกลงระหว่างประเทศ

5) การนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ประโยชน์ (IP Utilization) ประกอบด้วย การประเมินมูลค่า การแปลงทรัพย์สินทางปัญญาเป็นทุน การอนุญาตใช้สิทธิการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ และหน่วยงานด้านการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

6) การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาในองค์กร ได้แก่ พื้นฐานความคิดในการจัดการด้านทรัพย์สินทางปัญญา การตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญา (IP Audit) ขั้นตอนสำคัญในการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ ชั้นเริ่มต้น ขั้นตอนการประสานงาน ขั้นตอนการดำเนินการ และการจัดการเพิ่มเติม

7) การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาในสถาบันการวิจัยและองค์กรการศึกษา
ชยธวัช อติแพทย์ (2548) ได้อธิบายถึงการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา 5 ส่วน ดังนี้

- 1) การได้มาซึ่งทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ การจัดหาทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อนำออกมาใช้ในเชิงพาณิชย์
- 2) การแสวงหาความคุ้มครอง ได้แก่ การสร้างเกราะป้องกันสิทธิอันเข้มแข็ง
- 3) การเฝ้าระวัง ได้แก่ การติดตามความก้าวหน้า/ตลาดที่เกี่ยวข้อง
- 4) การบังคับใช้สิทธิ ได้แก่ การตอบโต้เมื่อมีภัย
- 5) แนวร่วมการลงทุน ได้แก่ การจัดหาค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ

กรมทรัพย์สินทางปัญญา ได้กล่าวถึง การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาว่า นอกจากการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าหรือบริการแล้ว ผู้ประกอบการ ที่มีความรู้ความสามารถในการคิดค้นประดิษฐ์ อาจจะต้องให้ความสำคัญของการเพิ่มคุณค่าของทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่แล้วอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการนำไปใช้เองหรืออนุญาตให้ผู้อื่นใช้ การนำไปพัฒนาต่อยอดหรือการดูแลปกป้องสิทธิทรัพย์สินทางปัญญา ผู้ประกอบการที่มีทรัพย์สินทางปัญญาและหวังที่จะใช้ทรัพย์สินทางปัญญาให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ตนเอง จึงควรตระหนักถึงความจำเป็นและใช้วิธีการการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ที่ควรให้ความสำคัญ มีดังนี้

- 1) การมีทีมงานที่ดี
- 2) การวางแผนให้ได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียว
- 3) การอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิ
- 4) การทำสัญญาผูกพันผู้เกี่ยวข้อง
- 5) การปกป้องและบังคับใช้สิทธิ
- 6) การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

เลอसर ธนสุกาญจน์ (2557) ได้ให้ความหมายอย่างแคบของการบริหารจัดการสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เป็นการนำสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดขึ้นหรือมีอยู่ไปใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด หรือเป็นการเฝ้าระวังรักษาสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อไม่ให้เสื่อมคุณค่าลง และให้มีคุณค่าสูงกว่าเดิม นอกจากนี้เป็นการดำเนินการให้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาเหล่านั้นมีอายุคุ้มครองได้นานที่สุด ก่อนที่สิทธินั้นจะสิ้นอายุไปตามกฎหมายที่กำหนดไว้ หรือก่อนทรัพย์สินทางปัญญาจะสิ้นสภาพไป

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาาระบบทรัพย์สินทางปัญญากับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือธุรกิจเอสเอ็มอีของประเทศไทย พบว่า ปัญหาของระบบทรัพย์สินทางปัญญาในไทย คือ การให้ความสำคัญอย่างสูงต่อการบังคับใช้กฎหมาย และระงับข้อพิพาทโดยกระบวนการทางศาล ขณะที่ละเลยการส่งเสริมการประดิษฐ์ สร้างสรรค์ ตลอดจนการนำทรัพย์สินทางปัญญามาใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ โดยจุดอ่อนสำคัญของระบบทรัพย์สินทางปัญญาไทยนอกจากการสร้างทรัพย์สินทางปัญญาในระดับต่ำ คือ การขาดการนำทรัพย์สินทางปัญญาที่สร้างขึ้นไปใช้ประโยชน์จริง โดยเฉพาะการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ (สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์, 2548) ประเด็นเรื่องลิขสิทธิ์และการจดสิทธิบัตร เป็นเรื่องสำคัญที่คนไทยยังขาดความเข้าใจและให้ความสำคัญน้อยอยู่ แม้ว่าจะเพิ่มขึ้นแต่ก็ยังถือว่าน้อยมาก โดยจำนวนสิทธิบัตรทั้งหมดที่จดในประเทศไทยยังน้อยกว่าการจดสิทธิบัตรของบริษัทิตาชิแค่เพียงแห่งเดียว (สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์, 2555)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จึงเห็นได้ว่า กฎหมายที่คุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของไทยมีมาตรฐานเทียบเท่าสากลเกือบทุกประเภทแล้ว แต่ก็ยังเป็นเพียงมิติเดียวของการพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญาในประเทศไทยเท่านั้น เพราะส่วนที่สำคัญที่สุดก็คือการพัฒนาตัวทรัพย์สินทางปัญญาที่ขึ้นมาเพื่อที่จะช่วยให้การพัฒนาประเทศเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมั่นคง เนื่องจากในปัจจุบันทรัพย์สินทางปัญญามีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคม เพราะทรัพย์สินทางปัญญาสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลายทาง ทั้งทั้งการใช้เพื่อการผลิต เพื่อสนับสนุนการค้าเงินธุรกิจ การขายให้บุคคลอื่น การอนุญาตให้บุคคลอื่นนำไปใช้ประโยชน์ หรือแม้การใช้เพื่อเป็นหลักประกันในการกู้เงิน ดังนั้น ผู้ประกอบการ ผู้ครอบครองสิทธิจำเป็นต้องตัดสินใจในการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่ครอบครองอยู่เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน น่าจะให้ความสำคัญกับการพัฒนางวงจรรู้หรือภูมิปัญญา (Knowledge creation cycle) อย่างสมบูรณ์ โดยเริ่มจากการสร้างความรู้ด้วยการวิจัยและพัฒนา (creation) การคุ้มครอง (protection) การใช้ประโยชน์ (commercialization) และการบังคับใช้กฎหมาย

(enforcement) เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนกลับมาและเงินนั้นจะนำไปเสริมสร้างความรู้ใหม่ต่อไป ซึ่งการสร้างความรู้อย่างต่อเนื่องจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว

ดังนั้น สิ่งที่สำคัญสำหรับประเทศไทย คือ การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ และการจัดสรรแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมแก่บุคคลที่เกี่ยวข้องครบทั้งวงจร ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งกับองค์กร เศรษฐกิจ และสังคมในระยะยาว รวมทั้งเป็นการยกระดับมาตรฐานด้านทรัพย์สินทางปัญญาและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (ปริดา ยิ่งสุขสถาพร, 2551 น.39-40)

แนวทางสำหรับผู้ประกอบการที่มีทรัพย์สินทางปัญญา มีดังนี้

1) **ศึกษาเรื่องของทรัพย์สินทางปัญญา** โดยศึกษาเกี่ยวกับประเภทของทรัพย์สินทางปัญญา ลักษณะของทรัพย์สินทางปัญญา ขั้นตอนการจดทะเบียน สิ่งที่ต้องดำเนินการจัดเตรียมประกอบการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ รวมถึงขอบเขตความคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย เพื่อที่จะได้มีความเข้าใจในกระบวนการในการดำเนินการต่างๆอย่างครบถ้วนทุกขั้นตอน

นอกจากนี้ควรทำการติดต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญาในการตรวจสอบทะเบียนข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญา ว่าได้มีทรัพย์สินทางปัญญาที่อาจจะมีลักษณะเดียวกันกับของตนเองที่ได้เคยจดทะเบียนไว้ก่อนหน้า หรืออยู่ระหว่างดำเนินการจดทะเบียน เพื่อที่จะได้รับทราบทรัพย์สินทางปัญญาของตนจะสามารถดำเนินการจดทะเบียนได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์หรือไม่ หรือว่าจะมีปัญหาหรือข้อจำกัดใดๆ เกิดขึ้นก่อนที่จะไปดำเนินการจดทะเบียนจริง

2) ใครจะเป็นเจ้าของสิทธิ

การตัดสินใจเรื่องของผู้ถือสิทธิหรือเจ้าของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ถือเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบการควรตัดสินใจให้ชัดเจนว่าจะจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญานั้นในนามของตนเองหรือในนามของธุรกิจ เพราะจะส่งผลในเรื่องการตีเป็นทุนธุรกิจในอนาคต เนื่องจากตามข้อกำหนดที่สภาพนิเทศมีสภาพแตกต่างกันหากจากผู้ถือหุ้น

3) ต้องจดทะเบียนสิทธิ

ไม่ว่าผู้ประกอบการจะมีการนำทรัพย์สินทางปัญญามาทำธุรกิจหรือไม่ก็ตาม ถ้าได้พัฒนาทรัพย์สินทางปัญญาของตนแล้วเสร็จสมบูรณ์ ควรจะต้องไปดำเนินการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาของตนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาให้ครบถ้วนทุกชั้น เนื่องจากเป็นการรักษาสิทธิความคุ้มครองในทรัพย์สินทางปัญญาที่ตนเองเป็นผู้คิดค้นขึ้น มิให้ผู้ประกอบการรายอื่นละเมิดสิทธิของตนในอนาคต หรืออย่างน้อยถ้าหากว่าได้มีทรัพย์สินทางปัญญาประเภทเดียวกัน หรือมีลักษณะเช่นเดียวกันได้ทำการจดทะเบียนไว้ก่อนหน้าตนเองจะได้รับทราบ เพื่อที่จะได้หลีกเลี่ยงการดำเนินธุรกิจที่อาจประสบปัญหาในการละเมิดสิทธิทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ประกอบการรายอื่น

4) รู้ตลาด

ผู้ประกอบการต้องรู้อย่างถ่องแท้ว่าผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ อันมาจากทรัพย์สินทางปัญญาของตนนั้น เป็นที่ต้องการของตลาดหรือลูกค้าหรือไม่ เพราะถ้าตลาดไม่ต้องการ ไม่มีลูกค้ามาซื้อหรือใช้บริการ แม้ว่าทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ประกอบการจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตาม ก็ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ไม่มีความหมายใดๆ เลยในเชิงธุรกิจ ทั้งนี้ ทรัพย์สินทางปัญญามากกว่า 95% ไม่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้ โดยมีเพียงเป็นจำนวนน้อยรายเท่านั้นที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะสามารถนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้จริง และในส่วนของที่ดำเนินธุรกิจได้ก็ยังไม่แน่ว่าจะประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะมาจากการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสำหรับทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ประกอบการเอง ซึ่งอาจจะมาจากทรัพย์สินทางปัญญาของตนล้าหลังเกินไปในตลาด

5) วางแผนธุรกิจ

การวางแผนธุรกิจถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดไม่ว่าจะเป็นดำเนินการดำเนินธุรกิจในรูปแบบใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจที่มีการใช้นวัตกรรมหรือทรัพย์สินทางปัญญา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เข้าใจว่าทรัพย์สินทางปัญญาของตนที่มีอยู่ จะช่วยให้ตนเองประสบความสำเร็จตามที่ตนเองคาดหวัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าไม่มีความเข้าใจในเรื่องของการรู้ตลาดอย่างถ่องแท้

การวางแผนธุรกิจหรือการกำหนดว่าธุรกิจของตนจะดำเนินการในลักษณะใด มีแนวทางอย่างไรจึงจำเป็นต้องวางแผนธุรกิจที่รัดกุมรอบคอบเพราะธุรกิจที่ดำเนินการโดยทรัพย์สินทางปัญญาโดยส่วนใหญ่ แม้ว่าจะเป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนสูงเนื่องจากข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน อันมาจากแนวความคิดใหม่ (New Idea) หรือความเป็นนวัตกรรม (Innovation) ถือว่าเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงในระดับสูงจึงต้องระมัดระวังในการดำเนินธุรกิจ

6) ทักษะบริหาร

การจัดหาบุคลากรหรือทีมบริหารที่มีความสามารถในการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญ เพราะเป็นปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดหรือดำเนินการได้อย่างราบรื่น มีผู้ประกอบการที่ใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในการดำเนินธุรกิจจำนวนมาก ขาดความรู้หรือทักษะด้านการบริหารจัดการธุรกิจ และผู้ประกอบการเองรู้สึกว่าบุคคลเหล่านี้สามารถเชื่อถือใจได้มากกว่าบุคคลภายนอก ในการรักษาความลับของทรัพย์สินทางปัญญาของตน ในกรณีที่เพื่อนหรือญาติมีความรู้ความชำนาญด้านธุรกิจ ก็มักจะไม่ประสบปัญหาเกิดขึ้นเท่าใดนัก แต่ที่ปรากฏส่วนใหญ่เพื่อนหรือญาติมักจะขาดความสามารถในเชิงบริหาร ทำให้เมื่อดำเนินธุรกิจไปช่วงเวลาหนึ่งก็จะประสบปัญหาเพราะธุรกิจทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา เป็นธุรกิจใหม่ต้องมีการบริหารจัดการที่ดี อาจมากกว่าธุรกิจโดยปกติ เนื่องจากเป็นธุรกิจใหม่และยังไม่เป็นที่รู้จักของลูกค้าหรือผู้บริโภคมักเทียบเท่ากับธุรกิจพื้นฐานโดยทั่วไป ซึ่งทำให้ต้องการทีมบริหารจัดการที่มีความสามารถ ทั้งนี้ความสามารถของทีมบริหารจัดการธุรกิจถือเป็นปัจจัยในการพิจารณาจากหน่วยงานหรือสถาบันการเงินในการให้การพิจารณาในการอนุมัติการสนับสนุนทางการเงินแก่ธุรกิจ เนื่องจากเป็นสิ่งที่พิจารณาว่าธุรกิจนั้นสามารถดำเนินธุรกิจได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ และมีความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจในระดับใด

7) จัดหาแหล่งทุน

การดำเนินธุรกิจใดๆ มีความจำเป็นเป็นที่จะต้องใช้เงินทุนในการเริ่มดำเนินการ หรือการดำเนินการทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใด ดังนั้น การคาดหวังว่าสามารถใช้ทรัพย์สินทางปัญญาของตนเพื่อหาแหล่งเงินทุนแต่เพียงอย่างเดียว โดยหวังว่าหน่วยงานหรือสถาบันการเงินจะให้การสนับสนุนตนเองจากการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาของตนในการค้ำประกันสินเชื่อ หรือเพื่อใช้เป็นทุนของธุรกิจสำหรับการร่วมทุน เพื่อให้ได้เงินทุนที่ตนเองต้องการจึงเป็นสิ่งที่เป็นไปได้โดยยาก เนื่องจากนโยบายด้านสินเชื่อของประเทศไทยที่ยังคงยึดถือในเรื่องหลักประกัน (Collateral Based) เป็นสำคัญ เพราะทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งเป็นทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Asset) มีข้อด้อยในสภาพคล่องทางการตลาด หรือการแปรสภาพเป็นเงินสดน้อยกว่าทรัพย์สินที่จับต้องได้ (Tangible Asset) ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรจัดเตรียมแหล่งทุนอื่นๆ ที่ไม่จำเป็นต้องใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหลักสำหรับเงินทุนในการดำเนินธุรกิจไว้ก่อนล่วงหน้า ไม่ว่าจะมาจากทุนของตนเอง หรือหุ้นส่วนทางธุรกิจ เพราะก่อนที่จะดำเนินธุรกิจก็มีความจำเป็นที่จะต้องมียกจ่ายเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็ ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งกิจการ ในการขอมาตรฐาน หรือค่าใช้จ่ายล่วงหน้า รวมถึงเมื่อเริ่มดำเนินธุรกิจในช่วง และค่าใช้จ่ายดำเนินการต่างๆ

ประเภทของทรัพย์สินทางปัญญาโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม (Industrial Property) หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่เกี่ยวกับสินค้าอุตสาหกรรมต่างๆ ความคิดสร้างสรรค์นี้ จะเป็นความคิดในการประดิษฐ์คิดค้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะเป็นกระบวนการ หรือเทคนิคในการผลิต ที่ได้ปรับปรุงหรือคิดค้นขึ้นใหม่ หรือที่เกี่ยวกับตัวสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังรวมถึงเครื่องหมายการค้าหรือยี่ห้อ ชื่อและถิ่นที่อยู่ทางการค้าที่รวมถึงแหล่งกำเนิดสินค้าและการป้องกันการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม จึงสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

- สิทธิบัตร (Patent)
- แบบผังภูมิของวงจรรวม (Layout-Designs of Integrated)
- เครื่องหมายการค้า (Trademark)
- ความลับทางการค้า (Trade Secrets)
- ชื่อทางการค้า (Trade Name)
- สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication)

2) ลิขสิทธิ์ (Copyright) หมายความว่า งานหรือความคิดสร้างสรรค์ ในสาขาวรรณกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม งานภาพยนตร์ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี หรือแผนกศิลปะ แผนกวิทยาศาสตร์

ลักษณะสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขอรับความคุ้มครองได้

- 1) เป็นชื่อ สัญลักษณ์หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์และสามารถบ่งบอกกว่าสินค้าที่เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะ
- 2) สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นมีความเชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์คือพื้นที่ของประเทศ เขต ภูมิภาค และท้องถิ่น และให้หมายความรวมถึงทะเล ทะเลสาบ แม่น้ำ เกาะ ภูเขา หรือพื้นที่อื่นทำนองเดียวกัน
- 3) ไม่เป็นชื่อสามัญที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่าเป็นชื่อที่ใช้เรียกขานสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่จะใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น
- 4) ไม่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนหรือนโยบายของรัฐ
- 5) กรณีเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของต่างประเทศจะต้องปรากฏหลักฐานชัดเจนว่าได้รับการคุ้มครองและมีการใช้สืบเนื่องตลอดจนถึงวันที่ยื่นคำขอขึ้นทะเบียนในประเทศ

ผู้มีสิทธิขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่

- 1) ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือ องค์กรอื่นของรัฐที่เป็นนิติบุคคลซึ่งมีเขตรับผิดชอบครอบคลุมบริเวณแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้านั้น
- 2) บุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคลซึ่งประกอบกิจการเกี่ยวข้องกับสินค้าที่ใช้ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และมีถิ่นที่อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้า
- 3) กลุ่มผู้บริโภคหรือองค์กรผู้บริโภคสินค้าที่ใช้ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้งนี้ มีข้อสังเกตสำหรับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องเป็นชื่อที่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคและมีการกล่าวถึงหรือใช้กันมาแล้ว ไม่ใช่สิ่งที่สามารถคิดขึ้นใหม่เพื่อนำมาขอขึ้นทะเบียนได้ และผู้มีสิทธิใช้ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ภายใต้กฎหมาย คือ ผู้ผลิตสินค้าที่อยู่ในท้องถิ่นนั้นและผู้ประกอบการค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้น ไม่ใช่เฉพาะแต่ผู้ขึ้นทะเบียน

สำหรับ ผู้มีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน ได้แก่ ผู้ผลิตสินค้าที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น และผู้ประกอบการค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้น ทั้งนี้ หมายความว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของโดยคนใดคนหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่ผู้ที่อยู่ในพื้นที่เท่านั้นที่มีสิทธิในความเป็นเจ้าของร่วมกัน ดังนั้น ผู้ที่อยู่ในพื้นที่จึงต้องร่วมกันรักษาคุณภาพมาตรฐานของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในพื้นที่ของตน เพื่อคงไว้ซึ่งชื่อเสียงและอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงมีความแตกต่างจากทรัพย์สินทางปัญญาประเภทอื่น กล่าวคือ ผู้เป็นเจ้าของไม่ใช่บุคคลหนึ่งบุคคลใดแต่เป็นกลุ่มชุมชนที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์นั้นๆ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ผลิตที่อาศัยอยู่ในสถานที่หรือแหล่งภูมิศาสตร์ และผู้ประกอบการเกี่ยวกับสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นเท่านั้น ที่มีสิทธิผลิตสินค้าดังกล่าวโดยใช้ชื่อทางภูมิศาสตร์นั้นได้ ผู้ผลิตคนอื่นที่อยู่นอกแหล่งภูมิศาสตร์จะไม่สามารถผลิต สินค้าโดยใช้ชื่อแหล่งภูมิศาสตร์เดียวกันมาแข่งขันได้ สิทธิในลักษณะดังกล่าวนี้ เรียกว่า “สิทธิชุมชน” ซึ่งไม่สามารถนำสิทธิที่ได้รับไปอนุญาตให้บุคคลอื่นใช้ต่อได้ ผู้ที่อยู่ในพื้นที่แหล่งภูมิศาสตร์เท่านั้นที่มีสิทธิใช้

พัฒนาการของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

องค์การทรัพย์สินทางปัญญาแห่งโลก (World Intellectual Property Organization: WIPO) ซึ่งถือกำเนิดในปี ค.ศ. 1883 เป็นองค์การสากลองค์การแรกที่ทำหน้าที่ในการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาประเภทต่างๆ รวมทั้งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วย ดังจะเห็นได้จากข้อตกลงต่างๆที่เกิดขึ้นภายใต้องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก อาทิ ข้อตกลงแมดริด (Madrid Agreement)

ซึ่งตราขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1891 (แก้ไขเพิ่มเติม ปี ค.ศ. 1967) ได้ออกกฎเรื่องการระบุแหล่งผลิตของสินค้า และข้อตกลงลิสบอน (Lisbon Agreement) ที่ตราขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1958 (แก้ไขเพิ่มเติมในปี ค.ศ. 1979) มีใจความสำคัญเรื่องการปกป้องชื่อแหล่งกำเนิดและการขึ้นทะเบียนระหว่างประเทศ อีกทั้งมีการประชุมที่สเตรสซา (Stresa Convention) เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน ค.ศ. 1951 อันเป็นการประชุมนานาชาติว่าด้วยการระบุแหล่งที่มาและชื่อของเนยแข็ง จากการประชุมและข้อตกลงต่างๆ ขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลกเหล่านี้ แสดงให้เห็นจุดยืนขององค์การนี้ได้ว่า มีจุดมุ่งหมายในการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อันเห็นได้จากกฎระเบียบที่เข้มงวดมากขึ้นในการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในช่วงทศวรรษที่ 1990 สหภาพยุโรปให้ความสนใจเรื่องการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ดังจะเห็นได้ว่า ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (European Economic Community) ออกกฎหมายเลข 2081/92 เรื่องการปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และการระบุแหล่งที่มาของสินค้าเกษตรเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม ค.ศ. 1992 และกฎของสหภาพยุโรป (EC) หมายเลข 40/94 เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม ค.ศ. 1993 เรื่องเครื่องหมายการค้าของประชาคมยุโรป

เมื่อมีการก่อตั้งองค์การการค้าโลกขึ้นในปี ค.ศ. 1994 มีการออกกฎเกณฑ์เพื่อทำความเข้าใจเรื่องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการค้า (Trade-Related Intellectual Property Rights: TRIPS) ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองและบังคับใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาชนิดต่างๆ และมีขอบเขตการทำงานในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่มีสิทธิบัตร (Patents) ลิขสิทธิ์ (Copyrights) เครื่องหมายการค้า (Trademarks) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications) งานแบบอุตสาหกรรม (Industrial Designs) และการออกแบบวงจรรวม (Layout Designs of Integrated Circuits)

WIPO และ WTO ทำข้อตกลงในความร่วมมือในการใช้ข้อตกลงเรื่องการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาระหว่างกันเมื่อวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 1996 ทั้งในเรื่องการบังคับใช้กฎหมายและกฎต่างๆ ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิคให้แก่ประเทศกำลังพัฒนา และความช่วยเหลือทางกฎหมายเทคนิค

ข้อตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการค้าให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในสองระดับ คือ การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แบบทั่วไป (มาตรา 22) และการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แบบเข้มงวด (มาตรา 23) กล่าวคือ

1) การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แบบทั่วไป กล่าวถึงวิธีในการระบุสินค้าที่มีแหล่งที่มาจากภาคีสมาชิก ซึ่งเป็นแหล่งผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดี มีชื่อเสียง หรือลักษณะพิเศษอื่นๆ ที่เป็นลักษณะจำเพาะของแหล่งที่มานั้นๆ โดยประเทศภาคีสมาชิกจะต้องออกกฎหมายเพื่อป้องกันมิให้

มีการใช้ชื่อที่มีการบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้าที่มีได้มีแหล่งผลิตในทางภูมิศาสตร์ ณ ที่นั้นจริง เพื่อเป็นการป้องกันมิให้ผู้บริโภคหลงเชื่อการโฆษณาของสินค้าชนิดนั้น รวมทั้งการกระทำใดๆที่ขัดต่อการค้าเสรีภายใต้ความหมายของมาตรา 10 (ทวิ) (การกระทำใดๆ ที่ก่อให้เกิดความสับสน ทำลายภาพลักษณ์ และชื่อเสียงของสินค้าของคู่แข่ง ทั้งในแง่ของตัวสินค้า กระบวนการทางอุตสาหกรรม หรือกระบวนการทางการค้าของคู่แข่ง) แห่งอนุสัญญากรุงปารีส (Paris Convention) ที่ตราขึ้นในปี ค.ศ. 1967 อีกทั้งภาคีสมาชิกจะต้องไม่รับขึ้นทะเบียนเครื่องหมายการค้าของสินค้าที่มีการละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หากการใช้เครื่องหมายการค้านั้นจะส่งผลให้เกิดความเข้าใจผิดในหมู่ผู้บริโภค

2) การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แบบเข้มงวด เป็นการคุ้มครองเพิ่มเติมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับไวน์และสุราเป็นพิเศษ โดยเพิ่มกฎเกณฑ์นอกเหนือจากการออกกฎหมายเพื่อป้องกันมิให้มีการใช้ชื่อที่มีการบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้าที่มีได้มีแหล่งผลิตในทางภูมิศาสตร์ ณ ที่นั้นจริง ให้รวมถึงการห้ามมิให้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในคำแปล หรือมีสิ่งแสดงประกอบ เช่น ชนิดประเภทแบบ และการเลียนแบบ เป็นต้น

หลักการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระดับสากล

คำว่า "สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์" หรือ Geographical Indications เป็นคำกลางๆ ที่ใช้เมื่อมีการกล่าวถึงการให้ความคุ้มครองชื่อหรือเครื่องหมายต่างๆ ที่เป็นชื่อเมือง หรือท้องถิ่น ที่ใช้บนฉลากของสินค้าต่างๆ แท้ที่จริงแล้วคำว่า "สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์" ได้ถูกปรับเปลี่ยนไปเป็นคำอื่นเมื่อถูกอ้างถึงในกฎหมายระหว่างประเทศแต่ละฉบับ เช่น สนธิสัญญากรุงปารีส อาจใช้คำว่า สิ่งบ่งชี้แหล่งที่มา (indication of source) หรือ ในความตกลงกรุงลิสบอน อาจใช้คำว่า สิ่งที่ใช้ระบุแหล่งกำเนิด (appellation of origin) คำที่ใช้ในกฎหมายแต่ละฉบับก็จะมีขอบเขตแตกต่างกันไปดังจะได้กล่าวถึงดังต่อไปนี้

1) **Indication of source** คำว่า "indication of source" ได้ถูกระบุไว้ในสนธิสัญญากรุงปารีส (the Paris Convention) มาตรา 1(2) และ 10 และได้ถูกอ้างถึงในความตกลงกรุงมาดริด (the Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indications of Source on Goods of 1891) ทั้งฉบับ แต่เป็นที่สังเกตได้ว่ากฎหมายระหว่างประเทศทั้งสองฉบับนี้ไม่ได้ให้คำนิยามของคำว่า "indication of source" ไว้แต่อย่างใด แต่การกล่าวถึง "indication of source" ในความตกลงกรุงมาดริด มาตรา 1(1) อาจทำให้สามารถกำหนดคำนิยามได้ว่าหมายถึง สิ่งที่ใช้อ้างอิงถึงประเทศ หรือสถานที่ในประเทศ ในฐานะที่เป็นประเทศ หรือสถานที่ที่เป็นแหล่งที่มาของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น เป็นที่สังเกตได้ว่าคำว่า indication of source นั้นไม่ได้มีเงื่อนไขกำหนดว่าผลิตภัณฑ์ที่มี indication of source ปรากฏอยู่จะต้องมีคุณภาพ หรือลักษณะเฉพาะที่มาจาก

แหล่งที่มา นั้น เพียงแต่ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้ถูกผลิตในประเทศ หรือสถานที่ในประเทศที่ระบุใน indication of source ก็เป็นการเพียงพอ ตัวอย่าง indication of source ได้แก่ made in ..., product of ... เป็นต้น แม้ว่าประเทศไทยจะไม่ได้เป็นประเทศภาคีสมาชิกของสนธิสัญญากรุงปารีส และความตกลงกรุงมาดริดก็ตาม แต่การใช้ indication of source ก็ได้ปรากฏให้เห็นอยู่ทั่วไป

2) Appellation of origin เป็นคำที่ใช้ในความตกลงกรุงลิสบอน (the Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration of 1958) ซึ่งได้ให้คำจำกัดความไว้ว่าหมายถึง ชื่อทางภูมิศาสตร์ของประเทศ ภูมิภาค หรือ ท้องถิ่นซึ่งได้ใช้เป็นที่ระบุสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีแหล่งกำเนิดจากที่นั้นๆ และผลิตภัณฑ์นั้นได้มีคุณภาพและลักษณะเฉพาะเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ของแหล่งที่มา นั้น ซึ่งให้หมายรวมถึงปัจจัยทางธรรมชาติและมนุษย์ด้วย ข้อแตกต่างระหว่าง indication of source และ appellation of origin คือผลิตภัณฑ์ที่มี appellation of origin ปรากฏอยู่ จะต้องมีความเชื่อมโยงกับแหล่งกำเนิดนั้นๆ คือจะต้องมีคุณภาพและลักษณะเฉพาะที่มาจากสภาพแวดล้อม ณ แหล่งกำเนิดนั้นๆ แต่ indication of source ไม่ได้กำหนดให้มีคุณภาพหรือลักษณะดังกล่าว ตัวอย่าง appellation of origin ที่ได้มีการยอมรับและได้ใช้แก่ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ "Bordeaux" สำหรับไวน์ "Noix de Grenoble" สำหรับถั่ว "Tequila" สำหรับสุรารอบชนิด หรือ "Jaffa" สำหรับส้ม

3) Geographical Indication ความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องการค้า หรือที่เรียกว่า TRIPS ได้กำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับการมีไว้ ขอบเขต และการใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ไว้ในข้อ 22 – 24 โดยกำหนดให้ประเทศสมาชิกต้องปฏิบัติตามข้อตกลงการเจรจาการค้าในส่วนที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ (1) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือการใช้ชื่อของสถานที่ในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งของประเทศสมาชิก ประกอบกับสินค้าเพื่อแสดงให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้ทราบถึงแหล่งที่มาของสินค้าว่า คุณภาพ ชื่อเสียง หรือลักษณะอื่นของสินค้านั้นมีความสำคัญมาจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของสินค้านั้น (2) ประเทศสมาชิกจะต้องกำหนดให้มีกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อป้องกันมิให้มีการนำสินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์อื่นนอกเหนือจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่แท้จริงไปใช้ในลักษณะที่ทำให้สาธารณชนสับสน หลงผิดเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของสินค้า หรือก่อให้เกิดการกระทำที่เป็นการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม (3) เมื่อมีการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในเครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าในประเทศสมาชิก ในลักษณะที่ทำให้สาธารณชนสับสนหลงผิดเกี่ยวกับสถานที่อันแท้จริงของแหล่งกำเนิด ประเทศสมาชิกจะต้องปฏิเสธหรือเพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าซึ่งมีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่มีแหล่งกำเนิดในดินแดนตามที่ระบุไว้นั้น (4) ประเทศสมาชิกจะต้องกำหนดให้มี

การคุ้มครองเพิ่มเติมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับไวน์และสุรา กล่าวคือ ถ้าไวน์หรือสุราที่ขึ้นทะเบียนนั้น ไม่ได้มีแหล่งกำเนิดแท้จริงตามที่แสดงไว้ ประเทศสมาชิกจะต้องปฏิเสธหรือเพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับไวน์หรือสุราดังกล่าว กรณีที่เป็นแหล่งกำเนิดที่แท้จริงของสินค้า แม้จะได้มีการกระทำที่พยายามไม่ให้สาธารณชนสับสนหลงผิดด้วยการแสดงข้อความบางอย่าง ประกอบโดยการใช้คำว่า “ชนิด” “ประเภท” “แบบ” “การเลียนแบบ” เช่น การระบุว่า “ผลิตแบบแชมเปญ” หรือ “ผลิตเลียนแบบแชมเปญ” ซึ่งต้องการบอกให้สาธารณชนทราบว่ามิใช่แชมเปญแท้ แต่ผลิตแบบเดียวกับแชมเปญ ก็ล้วนแต่เป็นการกระทำที่ต้องห้ามทั้งสิ้น

อาจกล่าวได้ว่า การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ ชื่อแหล่งภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าตามพันธกรณีของความตกลง TRIPS ประเทศสมาชิกจะต้องให้ความคุ้มครองแก่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือชื่อแหล่งภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้า โดยมีเงื่อนไขในการคุ้มครองคือ ชื่อหรือ สิ่งบ่งชี้ดังกล่าวจะต้องมีความสัมพันธ์กับพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง โดยอาจแบ่งระดับการคุ้มครองได้เป็น 2 ระดับ คือ

1) **ระดับพิเศษ** ใช้กับสินค้าประเภทไวน์และสุรา เป็นการห้ามการใช้สิ่งบ่งชี้ขึ้นทุกกรณีแม้จะไม่ได้ทำให้สาธารณชนสับสนหลงผิดก็ตาม เพื่อคุ้มครองไม่ให้มีการแสดงให้ทราบถึงแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าโดยใช้คำว่า “ชนิด” หรือ “แบบ” หรือคำทำนองเดียวกัน

2) **ระดับปกติ** ใช้กับสินค้าทั่วไปโดยมุ่งป้องกัน มิให้มีการนำชื่อไปใช้ในลักษณะที่จะทำให้คนสับสนหลงผิด

ตัวอย่างการคุ้มครองตามกฎหมายและการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของต่างประเทศ (ปภาศรี บัวสุวรรณค์, 2550)

1) การพิสูจน์หลักฐานและการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศโปรตุเกสเพื่อเป็นการอธิบายถึงสินค้า ซึ่งในโปรตุเกสการพิสูจน์ลักษณะสินค้า จะมีการจำแนกและอธิบายสินค้าทางการเกษตรและเครื่องบริโภคจำนวน 350 ชนิดและสินค้าส่วนใหญ่มีชื่อเรียกทางภูมิศาสตร์ แต่ประมาณ 80 ชนิดที่ได้รับการปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในยุโรป ประมาณ 100 ชื่อที่อาจได้รับการปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในอนาคต การพิจารณาสินค้าจึงต้องดูที่ความหมายของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่หมายถึงชื่อของภูมิภาค สถานที่เฉพาะหรือประเทศที่ใช้อธิบายถึงสินค้าทางการเกษตรหรือสินค้าบริโภค โดยมีแหล่งกำเนิดอยู่ในภูมิกษณานั้น สถานที่เฉพาะหรือประเทศ มีคุณภาพเฉพาะชื่อเสียงหรือลักษณะอื่นที่ทำให้เกิดลักษณะของแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ มีการผลิต

และ/หรือกระบวนการ และ/หรือการเตรียมการที่เกิดขึ้นในพื้นที่ภูมิศาสตร์ที่ระบุไว้ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการพิสูจน์ ได้แก่

1.1) การใช้ชื่อตามภูมิศาสตร์ ได้แก่ชื่อดั้งเดิมตามภูมิศาสตร์หรือชื่อที่ไม่ได้มาจากภูมิศาสตร์ของสินค้าเกษตรหรือสินค้าบริโภคที่ตรงตามเงื่อนไขที่สามารถนำมาพิสูจน์เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ นั่นคือ ชื่อต้องเป็นที่ใช้ทั่วไปไม่ว่าจะเป็นเชิงพาณิชย์หรือภาษาสามัญ และชื่อต้องสามารถบ่งบอกว่าสินค้านั้นคือสินค้าเกษตรหรือสินค้าบริโภค

1.2) ความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าและภูมิภาค ได้แก่ การอธิบายลักษณะความสัมพันธ์ของพื้นที่ที่มีต่อการผลิตสินค้า คือ ความสัมพันธ์ดั้งเดิมกับภูมิภาค ชื่อเสียงกับภูมิภาค ภูมิปัญญากับภูมิภาค

1.3) ข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์หรือขอบเขตทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ การกำหนดพื้นที่ โดยธรรมชาติหรือปัจจัยของมนุษย์

1.4) รายละเอียดของสินค้า (รวมถึงวัตถุดิบ) และกฎทางกายภาพ เคมี จุลชีวภาพ และ/หรือลักษณะพันธุกรรม เพื่อแยกแยะสินค้า อธิบายข้อแตกต่าง การนำเสนอในตลาด การขยายชื่อ

1.5) การพิสูจน์แหล่งกำเนิด ได้แก่ การอธิบายถึงลักษณะที่มาจากพื้นที่ภูมิศาสตร์ อธิบายจุดสำคัญ และอธิบายถึงวิธีการปฏิบัติตามระบบการควบคุม การติดตามเอกสาร

1.6) รายละเอียดวิธีการได้มาซึ่งสินค้า การรับรองและกระบวนการท้องถิ่นที่ไม่เปลี่ยนแปลง รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับบรรพบุรุษ

1.7) รายละเอียดจำเพาะของฉลาก โดยอธิบายว่าชื่อใช้อย่างไร ตราสินค้า-สัญลักษณ์ตราสินค้า การใช้ตราสินค้าของกลุ่มประชาคมยุโรป ข้อจำกัดการใช้ชื่อ

ความแตกต่างของเครื่องหมายการค้าและสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อยู่ที่ เครื่องหมายการค้าสามารถใช้โดยเจ้าของหรือภายใต้ใบอนุญาตจากเจ้าของเท่านั้น แต่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นสมบัติของผู้ที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคและผู้ผลิตในภูมิภาคนั้นสามารถใช้ได้โดยผลิตตามข้อกำหนดในสมาชิกหรือกลุ่มผู้ผลิต ดังนั้นกลุ่มผู้ผลิตคือปัจจัยสำคัญที่ต้องเป็นตัวแทนของผู้ผลิต ที่ต้องส่งเสริมสินค้าในตลาด ต้องศึกษาการเปลี่ยนแปลงถ้าเป็นไปได้ และต้องรักษาไว้ในอนาคตและต่อสู้เพื่อสินค้าและความยั่งยืนของภูมิภาค โดยต้องปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จากการปะทะจากภายนอกและบางครั้งต้องต่อต้านผู้ผลิตที่ไม่ชื่อและคดโกง

2) การพิสูจน์เอกลักษณ์และการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศสเปน เป็นตัวอย่างจากผลไม้ตระกูลส้มแห่งบาเลนเซียที่ได้รับความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพราะมีคุณลักษณะสอดคล้องกับข้อมูลจำเพาะของสินค้าที่จะได้รับการคุ้มครอง ได้แก่ชื่อ และลักษณะสินค้า

ที่มีลักษณะเต็มผลสมบูรณ์ ไม่มีกลิ่นหรือรสชาติที่แปลก ผลสัมผัสสภาพดี สะอาด มีจำนวนของน้ำ ความสูง และขนาดตามที่คณะกรรมการควบคุมกำหนด และปราศจากความชื้นภายนอกที่ไม่ปกติ การดำเนินงานจะมีการกำหนดโครงสร้างองค์กรที่มีทั้งฝ่ายบริหาร ฝ่ายคุณภาพ และฝ่ายการตลาด กำหนดความรับผิดชอบโดยที่ประชุมคณะกรรมการควบคุม มีการส่งเสริมให้มีการออกงานแสดง ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร กิจกรรมในองค์กรทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ มีการโฆษณา ส่งเสริม ตลาดขายส่งและจุดขาย เป็นต้น

3) บทบัญญัติทางกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศ เวียดนาม มีกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2549 ประกอบข้อบังคับที่กำลังจัดทำอยู่ บทบัญญัตินี้ให้ความคุ้มครองการตั้งชื่อแหล่งกำเนิดที่ต้องเป็นชื่อทางภูมิศาสตร์ของ พื้นที่ ท้องถิ่น หรือประเทศ มีการใช้ที่มีแหล่งกำเนิดเช่นเดียวกับชื่อ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มี ลักษณะเฉพาะและคุณลักษณะพิเศษ (รวมถึงปัจจัยตามธรรมชาติและปัจจัยโดยมนุษย์) สิทธิที่ได้รับ คุ้มครองต้องจดทะเบียนกับสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาแห่งชาติ สำนักงานทะเบียนแห่งชาติ และการจดทะเบียนสิทธิในการใช้ชื่อตามแหล่งกำเนิด มีผู้ถือสิทธิที่เป็นได้ทั้งบุคคลธรรมดา องค์กรที่ ผลิตและค้าขาย รัฐ เมื่อมีการจดทะเบียนแล้วจะต้องประทับการบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์บนสินค้า หรือ บรรจุภัณฑ์ เครื่องมือทางธุรกิจ และเอกสารธุรกรรม

4) การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในอินโดนีเซีย ถือว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ เงื่อนไขทางภูมิศาสตร์ที่ใช้เกี่ยวกับการบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากสถานที่หรือพื้นที่แหล่งกำเนิด คุณลักษณะหรือลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์หรือตามสภาพภูมิศาสตร์และกลุ่มชนของแหล่งกำเนิด ประเทศอินโดนีเซียเป็นสมาชิกของความตกลงทริปส์ได้รับรองว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นส่วนหนึ่งของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ถูกบัญญัติขึ้นตามกฎหมาย เครื่องหมายการค้า ในปี 2001 บทที่ 7 ที่ให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และแหล่งกำเนิด เพื่อ ประโยชน์ในการให้ความคุ้มครองตามกฎหมายแก่ผลิตภัณฑ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์สามารถใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์ในทางการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นการเพิ่มมูลค่าและศักยภาพให้แก่ผลิตภัณฑ์ และพัฒนาขีดความสามารถของเศรษฐกิจของ ภูมิภาค เพิ่มชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในระดับโลก ทำให้ได้รับการปฏิบัติอย่าง เท่าเทียมกันเกี่ยวกับ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และการส่งเสริม สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในต่างประเทศ ป้องกันการกระทำที่เกี่ยวกับการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม หรือการบิดเบือนทางการค้า หรือการกระทำ ผิดและหลอกลวง ขอบเขตของการบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามกฎหมาย คือการใช้สัญลักษณ์ที่ต้องเป็นชื่อ สถานที่ ภูมิภาค หรือสัญลักษณ์ใดๆ ที่บ่งชี้ถึงแหล่งกำเนิดของสินค้าที่ได้รับการคุ้มครอง สินค้าอาจ

เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เครื่องบริโภค สิ่งทอ หรือสินค้าอื่นใดที่เป็นไปตามบทบัญญัติ ผลิตภัณฑ์ จะได้รับความคุ้มครองหลังจากได้จดทะเบียนแล้ว ตามมาตรา 56 โดยสถาบันที่แสดงถึงกลุ่มชนในพื้นที่ ประกอบด้วยผู้ที่ทำธุรกิจสินค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติหรือทรัพยากรธรรมชาติ ผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ประชาชนผู้ผลิตสิ่งทอของผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรม และสถาบันที่ให้ อำนาจกระทำการ การดำเนินงานจะมีคณะกรรมการ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่เป็นหน่วยงานพิเศษที่มีงาน และหน้าที่ที่จะดำเนินการพิจารณาสาระสำคัญเกี่ยวกับข้อเสนอสำหรับหนังสือกำหนดลักษณะ ให้การ พิจารณาและให้คำแนะนำ ระยะเวลาการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะ ให้ความคุ้มครองเท่าที่ลักษณะเด่น และหรือคุณลักษณะที่ให้ความคุ้มครองไว้ยังคงมีอยู่ ตามมาตรา 56 สำหรับการคุ้มครอง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ต่างประเทศสามารถจดทะเบียนได้โดยอธิบดี โดยต้อง มีการยอมรับและ/หรือการจดทะเบียนตามบทบัญญัติของประเทศแหล่งกำเนิดด้วย ผู้ถือสิทธิใน สิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อาจยื่นฟ้องต่อผู้ใช้ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่ผิดกฎหมายในลักษณะของการ เรียกร้องเพื่อความเสียหายหรือคำสั่งให้หยุดใช้และจำหน่ายจ่ายโอนป้ายของ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่ เกี่ยวข้องซึ่งมีการใช้อย่างผิดกฎหมายตามมาตรา 57 บุคคลใดที่จงใจโดยปราศจากสิทธิ ได้ใช้ สิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์ ต้องรับโทษจำคุกสูงสุดไม่เกิน 5 ปี และ/หรือปรับสูงสุดไม่เกิน 1 ล้านบาท

5) ประเทศกัมพูชาให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ภายหลังจากเป็นสมาชิก องค์การการค้าโลก โดยผ่านกฎหมายเกี่ยวกับการกำหนดแหล่งกำเนิดที่ได้รับการลงทะเบียน และมีความ จำนงค์ที่จะใช้เครื่องมือเพื่อพัฒนาด้านเกษตรกรรมของประเทศ และเพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิต ทางการเกษตร ผู้ดำเนินกระบวนการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ ได้เสริมสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ของตนเพื่อตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออก โครงการว่าด้วยสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ระดับชาติ มี ความมุ่งหมายในการสร้างกรอบเค้าโครงกฎหมายของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการรับรอง และมี รายละเอียดโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบ มีการสนับสนุน การนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการคุ้มครอง ด้วยการนำร่อง ทำการศึกษาความเป็นไปได้ และเน้นที่ผลิตภัณฑ์ 5 ประเภท ได้แก่ พริกไทย ของคัมพอท ผ้าไหมทอของกัมพูชา ข้าวพระตะบอง ผลิตภัณฑ์จากต้นตาล (ไวน์ น้ำส้มสายชู น้ำตาล) ผลิตภัณฑ์จากปลาหมัก และกระวาน ประโยชน์จากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านสังคมคือ ความรู้ของเกษตรกรเป็นที่ยอมรับ มีการจ้างงาน และสร้างเสถียรภาพให้แก่การ จ้างงานในชนบท สร้างความแข็งแกร่งแก่เครือข่ายภาคภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อม คือ สิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์ก่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับแนวทางที่ยั่งยืนของเขตแดน ความสนับสนุนด้านเทคนิคของ โครงการซึ่งเน้นที่การบริหารป่าไม้ที่เป็นเชื้อเพลิงในระยะยาว ด้านเศรษฐกิจ คือ ทำให้มูลค่าเพิ่ม สำหรับสินค้าเกษตรสูงขึ้น รับประกันคุณภาพสำหรับผู้บริโภค และเพิ่มโอกาสทางการตลาด

สรุปได้ว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องมือการส่งเสริมที่มีคุณค่าในเศรษฐกิจโลก สามารถพัฒนาชื่อเสียงและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในการค้าระหว่างประเทศ เป็นส่วนหนึ่งของมรดกแห่งชาติของแต่ละประเทศที่จะต้องได้รับความคุ้มครอง และในฐานะของผู้ที่เป็นสมาชิกของความตกลงทริปส์จะต้องให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งจะเป็นการพัฒนาและคงไว้ซึ่งคุณลักษณะผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งในการแข่งขันระหว่างเกษตรกรในตลาดในประเทศและระหว่างประเทศอีกด้วย

จึงเห็นได้ว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะเพียงสินค้าเกษตร ศิรยา เลหาเพียงศักดิ์ (2548) อธิบายว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สามารถใช้ได้กับสินค้าทุกประเภท เช่น สินค้าไฮเทค ภายใต้ชื่อ บัลเซอร์ (Balzer) จากประเทศลิกเทินสไตน์ เป็นต้น ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า สินค้าที่มีการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์พิเศษ อันสืบเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์เท่านั้น เพราะสินค้าได้อาศัยชื่อแหล่งผลิตในการให้หลักประกันคุณภาพและชื่อเสียงของสินค้า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงถูกสงวนสิทธิไว้เฉพาะผู้ผลิตสินค้าในแหล่งผลิตที่เฉพาะเจาะจง เพื่อแยกสินค้าที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ออกจากสินค้าที่ไม่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และเป็นการป้องกันมิให้สินค้าที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้รับผลกระทบจากการที่ผู้บริโภคหลงเชื่อว่า สินค้าทั่วไปนั้นเป็นสินค้าที่ผลิตจากแหล่งผลิตโดยเฉพาะเจาะจง อันจะส่งผลให้ชื่อเสียงของสินค้าที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เสียหาย อย่างไรก็ตาม ไม่ใช่สินค้าที่มีลักษณะจำเพาะทางภูมิศาสตร์ทุกชนิดจะสามารถใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ กล่าวคือ สินค้าที่มีการผลิตในแหล่งผลิตหนึ่งๆ ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง และในเวลาต่อมาชื่อสินค้าที่ระบุแหล่งผลิตนี้ได้กลายเป็นชนิดของสินค้านั้นๆ โดยไม่มีการคำนึงถึงแหล่งผลิตอีกต่อไป เช่น มัสตาร์ดดีจอง (Dijon Mustard) เป็นต้น เรียกว่า สิ่งบ่งชี้สามัญทางภูมิศาสตร์ (Generic Geographical Indication)

การบังคับใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สามารถทำได้โดยอาศัยทั้งกฎหมายภายในประเทศ ผู้ผลิตที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และกฎขององค์การระหว่างประเทศ อาทิ น้ำมันมะกอกจากแคว้นทัสคานี ได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายของประเทศอิตาลี หมายเลข 169 ณ วันที่ 5 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 1992 และกฎหมายยุโรป หมายเลข 2081/92 มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองเนยแข็งจาก Roquefort เป็นต้นโดยกฎต่างๆ มีวัตถุประสงค์ในการป้องกันมิให้ผู้ไม่มีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หลอกให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าที่ได้ผลิตจากแหล่งผลิตที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ดังเช่นที่กล่าวอ้าง

เงื่อนไขการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มักจะเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม เนื่องจากมีคุณสมบัติพิเศษหรือมีลักษณะเฉพาะที่เกิดจากอิทธิพลสิ่งแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ เช่น สภาพแวดล้อม ดิน ฟ้า อากาศ ของแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ ตลอดจนทักษะความชำนาญและภูมิปัญญาของกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ

สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หมายถึง สินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีลักษณะพิเศษ โดยสามารถบ่งชี้ได้ว่า เป็นสินค้าที่เกิดขึ้น ณ ที่ใดที่หนึ่ง มีลักษณะจำเพาะขององค์ประกอบ ดังนี้ ปัจจัยการผลิต สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ที่ผลิต ระบบการผลิต เอกลักษณ์ของผู้ผลิต ประเพณีวัฒนธรรม ของพื้นที่ที่ผลิต เป็นผลผลิตที่มีความพิเศษในตัว

ผลของการขึ้นทะเบียน

กรมทรัพย์สินทางปัญญา (2552) ระบุถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนไว้แล้ว เช่น ไช้เค็มไช้ยา ย่อมส่งผลให้เฉพาะคนในท้องถิ่นของอำเภอไช้ยาที่ทำการผลิตไช้เค็มเท่านั้นที่มีสิทธิใช้คำว่า “ไช้เค็มไช้ยา” กับไช้เค็มที่ผลิตขึ้นได้ คนในท้องถิ่นอื่นแม้จะผลิตไช้เค็มออกขายเช่นเดียวกันก็ไม่มีสิทธิใช้คำว่า “ไช้เค็มไช้ยา” ทั้งนี้ หากมีการละเมิดโดยมีบุคคลอื่นใช้คำดังกล่าวเพื่อแสดงหรือทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อว่า ไช้เค็มของตนเป็นไช้เค็มที่มาจากอำเภอไช้ยาแล้ว เช่นนี้ย่อมถือได้ว่าเป็นการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยมิชอบ ซึ่งเป็นความผิดและต้องรับโทษตามที่กฎหมายกำหนดไว้

การสั่งระงับการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

หากปรากฏว่ามีผู้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา นายทะเบียนอาจมีคำสั่งให้ระงับการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นเป็นระยะเวลาไม่เกินสองปีนับจากวันที่ได้รับแจ้งคำสั่ง

การเพิกถอนทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ตามปกติการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น เมื่อได้ขึ้นทะเบียนแล้วก็จะได้รับความคุ้มครองตลอดไปโดยไม่มีกำหนดระยะเวลา เว้นแต่ถ้าปรากฏเหตุใดเหตุหนึ่งดังต่อไปนี้

ภายหลัง ผู้มีส่วนได้เสียหรือพนักงานเจ้าหน้าที่อาจร้องขอให้เพิกถอนทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ ดังนี้

- (1) การขอขึ้นทะเบียนหรือการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้กระทำไปโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย หรืออำพราง หรือมีรายการข้อความผิดจากความเป็นจริงในขณะที่รับขึ้นทะเบียน
- (2) สถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปและการเปลี่ยนแปลงนั้น ทำให้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีลักษณะต้องห้ามตามที่กฎหมายกำหนด หรือทำให้รายการเกี่ยวกับแหล่งภูมิศาสตร์หรือรายการอื่นเปลี่ยนแปลงไปจากที่ลงไว้ในทะเบียน

ข้อมูลการเตรียมความพร้อมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ในเบื้องต้น ผู้ประกอบการผลิตจะต้องทำความเข้าใจก่อนว่า ไม่ใช่ชื่อพื้นที่ทุกพื้นที่หรือสินค้าทุกประเภทจำเป็นต้องได้รับการคุ้มครองเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผู้ประกอบการผลิตควรจะต้องทำการศึกษาและต้องพยายามรวมกลุ่มเพื่อหาข้อสรุป สำหรับขั้นตอนของการได้มาซึ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สรุปได้ ดังนี้

- 1) กำหนดสินค้าที่ต้องการคุ้มครอง และรวมกลุ่มผู้ประกอบการทั้งสายการผลิต (ตั้งแต่ผู้ผลิต วัตถุดิบต้นน้ำ จนถึงผู้ประกอบการแปรรูปปลายน้ำ) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมทั้งในแง่มุมมองเศรษฐศาสตร์ว่า การขึ้นทะเบียนดังกล่าว จะให้ผลที่คุ้มค่าต่อกลุ่มหรือไม่ เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายสำหรับระบบรับรองมาตรฐาน และกลุ่มจะมีแผนทำการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นอย่างไรให้ติดตลาด
- 2) กำหนดข้อกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำของสินค้า รวมถึงมาตรฐานในการผลิตสินค้า (Specification and Standard of Production) โดยยึดความเข้าใจของผู้บริโภคเป็นหลัก เช่น ถ้าพูดถึงสินค้าจากแหล่งนี้ ผู้บริโภคจะนึกถึงคุณลักษณะอะไรเป็นสำคัญ
- 3) กำหนดขอบเขตพื้นที่ในการผลิต (Zoning or Boundary setting) ตามสภาพของพื้นที่ที่เอื้อในการผลิตสินค้านั้นจริง (ไม่เป็นไปตามเขตการปกครอง)
- 4) ยกร่างคำขอขึ้นทะเบียนพร้อมทั้งจัดทำคู่มือปฏิบัติงานเพื่อใช้เป็นหลักฐานประกอบในการขอยื่นขึ้นทะเบียนตามกฎหมาย
- 5) ยื่นคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามกฎหมายต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา

6) จัดสร้างระบบการควบคุมการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Control Plan) ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในคำขอขึ้นทะเบียน ทั้งระบบการควบคุมภายในและระบบการควบคุมภายนอก และ/หรือ นำร่างมาตรฐานการผลิตมาขอรับรองกับหน่วยงานรับรอง (Certification Body: CB)

7) ดำเนินจัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น โดยใช้คุณลักษณะพิเศษของสินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นตัวนำ เพื่อให้ผู้บริโภคสนใจและเกิดภาพลักษณ์เชื่อมโยงระหว่างคุณลักษณะพิเศษ กับพื้นที่แหล่งผลิตสินค้าที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

จึงกล่าวสรุปได้ว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะเกิดขึ้นได้ต้องมีความเชื่อมโยงระหว่างธรรมชาติและมนุษย์ กล่าวคือ ชุมชนได้อาศัยลักษณะที่มีเฉพาะในแหล่งภูมิศาสตร์ตามธรรมชาติ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ หรือวัตถุดิบเฉพาะในพื้นที่ มาใช้ประโยชน์ในการผลิตสินค้าในท้องถิ่นของตนขึ้นมา ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มาจากพื้นที่ดังกล่าว โดยคุณลักษณะพิเศษนี้อาจหมายถึง คุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะอื่น ๆ ที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้น ๆ

การดำเนินงานกรมทรัพย์สินทางปัญญา

กิจกรรมที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาดำเนินการ คือ กิจกรรมอาสาพิทักษ์ทรัพย์สินทางปัญญา ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาจัดขึ้นในโดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการถ่ายทอดความรู้และดูแลด้านทรัพย์สินทางปัญญาของท้องถิ่น โดยวิธีต่างๆ เช่น การจัดอบรมสัมมนา เผยแพร่ความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจถึงความสำคัญและประโยชน์ของทรัพย์สินทางปัญญา โดยการสร้างเครือข่ายด้านทรัพย์สินทางปัญญา ด้วยการสร้างบุคลากรที่เป็นตัวแทนของกรมฯ เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในการสร้างสรรค์และคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในส่วนภูมิภาค ในลักษณะของการแต่งตั้งอาสาพิทักษ์ภูมิปัญญาไทย (อสภท.) ซึ่งเป็นชาวบ้านในท้องถิ่น การตั้งผู้แทนพิเศษด้านทรัพย์สินทางปัญญา (พทป.) ซึ่งเป็นอาจารย์ และนักศึกษาในสถาบันการศึกษา ซึ่งจะกระตุ้นและส่งเสริมให้คนไทยมีความรู้ความเข้าใจในการนำข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาไปพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ ให้ตรงตามความต้องการของตลาด รวมทั้งส่งเสริมให้มีการพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ทั้งด้านการดำเนินการสนับสนุนให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการค้าและการส่งออก ตลอดจนการส่งเสริมให้เจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาเข้าถึงแหล่งทุน โดยการแปลงทรัพย์สินทางปัญญาเป็นทุน และในปีต่อ ๆ มา กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ดำเนินกิจกรรมและโครงการเช่นเดียวกับปี 2547 แต่จะมีเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

กรมทรัพย์สินทางปัญญา (2558) มีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค์ และใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ รวมถึงให้ความคุ้มครองและปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีอำนาจดังต่อไปนี้

- 1) การดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแบบผังภูมิของวงจรรวม กฎหมายว่าด้วยสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กฎหมายว่าด้วยความลับทางการค้า กฎหมายว่าด้วยลิขสิทธิ์ กฎหมายว่าด้วยสิทธิบัตร รวมทั้งกฎหมายว่าด้วยผลิตภัณฑ์ทางซีดี และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
- 2) ดำเนินการเกี่ยวกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา
- 3) ดำเนินการเกี่ยวกับการจดทะเบียนคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาตามความตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศไทยเข้าเป็นภาคี
- 4) ส่งเสริมการปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในและต่างประเทศ
- 5) พัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับสถานการณ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ได้เปลี่ยนแปลงไป
- 6) ดำเนินการป้องปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ส่งเสริมการใช้สิทธิอย่างเป็นธรรม และสร้างวินัยทางการค้า
- 7) ส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค์ การบริหารจัดการและการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์
- 8) ดำเนินการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท และการอนุญาโตตุลาการด้านทรัพย์สินทางปัญญา
- 9) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่รัฐมนตรีหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

นอกจากนี้ ในรายงานประจำปี 2558 ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา แสดงอัตรากำลังของกลุ่มงานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 10 อัตรา และได้รายงานผลการปฏิบัติงานทรัพย์สินทางปัญญา ปี 2558 ตั้งแต่เดือนมกราคม 2558 – กุมภาพันธ์ 2559 ที่เกี่ยวข้องกับผลงานการดำเนินการของกลุ่มงานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในยุทธศาสตร์ที่ 1: การพัฒนาระบบคุ้มครองสิทธิในทางปัญญาให้สะดวก รวดเร็ว และเป็นมาตรฐานสากล (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2558: 27-28) ดังนี้

ส่งเสริมสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

- 1) หนึ่งความภาคภูมิใจของเกษตรกรไทยในสหภาพยุโรปที่ขึ้นทะเบียนกาแพดอยตุ้ง และกาแพดอยช้างของไทยเป็นสินค้า GI โดยสหภาพยุโรป (EU) ประกาศขึ้นทะเบียนกาแพดอยตุ้ง

และกาแพดอยข้างของไทยเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) ใน EU Official Journal เมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2558 ซึ่งเป็นสินค้า GI ลำดับที่ 2 และ 3 ของไทยที่ได้ขึ้นทะเบียนต่อจากข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ที่เป็นสินค้าเกษตรของไทยสินค้าแรกที่ได้ขึ้นทะเบียนใน EU เมื่อเดือนมีนาคม 2556 ส่งผลให้กาแพดอยตุ่งและกาแพดอยข้างของไทยสามารถใช้ตรา GI ของ EU ในการทำตลาดต่างประเทศได้ โดยเฉพาะผู้บริโภคในสหภาพยุโรปส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับตรา GI ที่แสดงถึงลักษณะพิเศษและคุณภาพของสินค้า ถึงแม้จะมีราคาที่สูงก็ยังมีบริโภคสินค้าดังกล่าว

2) ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าชุมชนแล้ว จำนวน 63 สินค้า ใน 5 ภูมิภาค 38 จังหวัด

3) การควบคุมตรวจสอบคุณภาพของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อกำกับดูแลคุณภาพของสินค้าให้มีมาตรฐานและใช้ทั่วโลกยอมรับตรา GI ของไทยโดยการลงพื้นที่สำรวจตรวจสอบคุณภาพอย่างเป็นระบบ

4) ส่งเสริมเผยแพร่สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของคนไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวม 2 ครั้ง ได้แก่ (1) งาน GI MARKET 2015-2016 เซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ จังหวัดนนทบุรี โดยมีสินค้า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่โดดเด่นกว่า 120 สินค้า การสาธิตวิธีการผลิตสินค้า GI จัดนิทรรศการสินค้า GI (2) งานตื่นตาสินค้า GI ตื่นใจอัตลักษณ์ชุมชน ที่คลองผดุงกรุงเกษม มีผู้ประกอบการสินค้า GI ออกร้านรวม 36 ราย

5) การลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ “ด้านทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ผลิตงานหัตถกรรม” โดยรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ เป็นสักขีพยานในพิธีลงนามระหว่างกรมทรัพย์สินทางปัญญากับศูนย์

6) ส่งเสริมศิลปินระหว่างประเทศ (องค์กรกรมหาชน) เพื่อร่วมมือส่งเสริมความคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญาให้ผู้ผลิตงานหัตถกรรม พร้อมทั้งร่วมกันพัฒนางานหัตถกรรมที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

3.3 การสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่งที่ได้รับการคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สามารถดำเนินการได้ที่สำนักงานพาณิชย์ทุกจังหวัดและกรมทรัพย์สินทางปัญญา สินค้าที่จะนำมาขึ้นทะเบียนควรพิจารณาเงื่อนไข 2 ด้าน คือ เงื่อนไขของตัวสินค้า และเงื่อนไขของผู้ขอขึ้นทะเบียน โดย

ขั้นตอนของการขอขึ้นทะเบียนจะต้องเป็นไปตามกฎหมาย และเมื่อสิ้นค้ำนั้นได้รับการขึ้นทะเบียนเป็น
สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้ว การคุ้มครองเรื่องตั้งแต่วันที่ขึ้นขอขึ้นทะเบียน โดยใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้
ทางภูมิศาสตร์ ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาเป็นผู้ออกให้ และมีผลคุ้มครองตลอดไป จนกว่า
สภาพแวดล้อมในแหล่งภูมิศาสตร์นั้นมีการเปลี่ยนแปลงจนส่งผลให้สินค้ามีคุณสมบัติไม่เหมือนเดิม
หรือกระบวนการขอขึ้นทะเบียนไม่เป็นไปตามขั้นตอนของกฎหมาย

ปัจจุบันมีสินค้าที่ขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้ว 67 รายการ ซึ่ง
แหล่งกำเนิดของสินค้ากระจายอยู่ทั่วประเทศ ดังนั้น ผู้ประกอบการ ในพื้นที่ต่างๆ สามารถนำสินค้า
ในท้องถิ่นมาเชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์ และขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ ซึ่งจะช่วยให้
ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มโอกาสในการสร้างเอกลักษณ์ให้สินค้า เพิ่มโอกาสในการแข่งขัน สร้าง
ความมั่นคงทางด้านทรัพยากรการผลิต ยกกระดับความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า เพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า
ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และทำให้ชุมชนได้ตระหนักถึงการ
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้อีกทางหนึ่ง

การพัฒนานวัตกรรม หรือสินค้าในปัจจุบันมีความหลากหลายทั้งชนิด และแหล่ง
ผลิตสินค้า ส่วนใหญ่แล้วสินค้านั้นได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาแทบ
ทั้งสิ้น ส่งผลให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และบุคคลทั่วไป สามารถสร้างสรรค์งาน นวัตกรรม หรือ
สินค้าออกสู่สาธารณะได้อย่างเชื่อมั่นว่าไม่มีผู้ใดนำเอาผลงานเหล่านั้นไปลอกเลียนแบบได้ เนื่องจาก
ได้รับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งรวมถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วย

การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงส่วนเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ โดยจะให้
ประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ผลจากการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในภาพรวมนั้น ทำให้
ชุมชนมีความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากสินค้านั้นสามารถผลิตได้ในท้องถิ่นเท่านั้น จึงมี
ความพิเศษมีมูลค่าสูงขึ้น หากมีสินค้าที่หลากหลายตามแต่ละพื้นที่ก็จะเป็นการกระจายรายได้สู่
ท้องถิ่นด้วยการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาชุมชนในท้องถิ่น
ไม่ให้สูญหายเพราะเมื่อมีการผลิตสินค้าออกจำหน่าย ย่อมมีการถ่ายทอดความรู้ทางการผลิตให้กับชน
รุ่นต่อมา อย่างไรก็ตาม ผลข้างต้นจะเกิดได้ย่อมต้องมีผู้ประกอบการเข้ามาเกี่ยวข้องเนื่องจาก
ผู้ประกอบการเป็นตัวขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่ง (สีบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์. 2553)

ผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่จัดตั้งธุรกิจใหม่ โดยเผชิญความเสี่ยงทางธุรกิจ เพื่อหาผล
กำไร และการเติบโตจากโอกาสในการประกอบการและรวบรวมทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการลงทุน

ในกิจการ (อำนาจ ธีระวนิช, 2549) ผู้ประกอบการยังรวมไปถึงบุคคลทั่วไป และลูกจ้างที่มีความคิดที่เป็นผู้ประกอบการด้วย

ดังนั้น สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ช่วยให้ผู้ประกอบการและผู้ซึ่งมีความคิดเป็นผู้ประกอบการสามารถนำสินค้ามาเชื่อมโยงกับแหล่งกำเนิดของสินค้านั้น และนำมาขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ โดยสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการในประเด็น ต่างๆ ดังนี้

- 1) เพิ่มโอกาสในการสร้างเอกลักษณ์ของสินค้า ให้แตกต่างอย่างโดดเด่นจากสินค้าทั่วไปเมื่อเชื่อมโยงกับแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์
- 2) เพิ่มโอกาสในด้านการแข่งขัน สินค้าที่ได้รับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับสินค้า ยากต่อการจะลอกเลียนแบบและการใช้ชื่อสินค้านั้นภายนอกท้องถิ่นได้ จึงเป็นประโยชน์จากการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อีกทางหนึ่ง
- 3) เพิ่มความมั่นคงทางด้านทรัพยากรการผลิต เนื่องจากสินค้าที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นการใช้วัตถุดิบและแรงงานในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจอย่างคุ้มค่า และไม่พึ่งพาวัตถุดิบจากภายนอกท้องถิ่นหรือพึ่งพาน้อย ทำให้สามารถวางแผนการผลิตตามวัตถุดิบที่มีอยู่ได้
- 4) ยกระดับความน่าเชื่อถือของสินค้า ทั้งคุณภาพและราคา ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้แม้สินค้าอาจมีราคาสูงเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกัน
- 5) เพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าในฐานะที่ได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมทางสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งมีแนวโน้มเป็นที่นิยมในปัจจุบัน
- 6) ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เมื่อนำมารวมกับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ จะทำให้เกิดสินค้าใหม่หรือนวัตกรรม อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาสืบทอดสู่รุ่นหลังได้
- 7) การรักษาสีงแวดล้อมในทางอ้อม เนื่องจากการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะมีผลสิ้นสุดเมื่อสิ่งแวดล้อมหรือแหล่งภูมิศาสตร์ที่เป็นต้นกำเนิดสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงส่งผลให้สินค้าไม่สามารถคงคุณลักษณะพิเศษอีกต่อไป ท้องถิ่นจึงต้องร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อมให้คงสภาพดีตลอดไป

ความแตกต่างทางภูมิศาสตร์ในแต่ละพื้นที่ ประกอบกับภูมิปัญญาที่ไม่เหมือนกัน ก่อให้เกิดสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถนำไปจดทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายในฐานะของทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง โดยเป็นเส้นทางหนึ่งที่จะนำ

ผู้ประกอบการและบุคคลที่มีความคิดเป็นผู้ประกอบการไปสู่ความสำเร็จทางด้านธุรกิจได้ ถึงแม้จะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก แต่หากหลายๆ ธุรกิจรวมกันแล้วก็ทำให้เศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมของประเทศมีความมั่นคงได้เช่นกัน

จากสถานการณ์การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ข้างต้น แสดงให้เห็นว่า หากคนในชุมชนได้รับการส่งเสริมให้เป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะเป็นแนวคิดที่ปลูกเร้าการเป็นผู้ประกอบการที่มีจิตสำนึก และความตระหนักรู้ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกับการพัฒนาอาชีพการค้า ซึ่งแนวคิดของผู้ประกอบการเพื่อสังคมเป็นแนวคิดที่กำลังได้รับความนิยมในประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาที่ประสบปัญหาทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ไม่ว่าจะเป็นปัญหาในระดับบุคคล เช่น ปัญหาการแพร่ระบาดของยาเสพติด การบริหารสาธารณสุข การกระทำทารุณเด็ก ปัญหาหนี้สินในครัวเรือน หรือปัญหาในระดับสังคม เช่น ปัญหาการเอารัดเอาเปรียบ การศึกษาที่ไม่มีคุณภาพ ความเป็นธรรมในสังคม การค้ามนุษย์ ความยากจน เป็นต้น ซึ่งประเทศไทยเองก็ประสบกับปัญหาดังกล่าวเช่นเดียวกัน จึงได้มีความพยายามจากหลายฝ่ายทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อช่วยกันป้องกันและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ดังกล่าวให้ลดน้อยลงหรือให้หมดไปจากสังคม อย่างไรก็ตามฝ่ายต่าง ๆ ดังกล่าวต่างก็มีจุดแข็งและจุดอ่อนในการดำเนินงาน เช่น ภาครัฐจะมีจุดแข็งในเรื่องทรัพยากรที่กระจายอยู่ทุกส่วนในภูมิภาคมีอำนาจหน้าที่ และงบประมาณที่ต่อเนื่อง แต่ขาดความคล่องตัวในการดำเนินงานเนื่องจากมีข้อจำกัดด้านกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ ในขณะที่ภาคเอกชนและภาคธุรกิจมีจุดแข็งในการระดมทุน มีความคล่องตัวในการทำงานสูง แต่มีจุดอ่อนในเรื่องเป้าหมายหลัก คือ ความอยู่รอดขององค์กรและการสร้างผลกำไรให้แก่ผู้ลงทุน ซึ่งไม่ใช่พันธะหรือความรับผิดชอบต่อสังคมที่แท้จริง ส่วนภาคองค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) มีจุดเด่นในเรื่องประสบการณ์ในการทำงานที่ใกล้ชิดกับประชาชน มีอุดมการณ์ มีความคล่องตัวในการดำเนินงานสามารถเข้าไปช่วยเหลือผู้มีปัญหา และจัดการกับสภาพปัญหาได้จริง แต่มีข้อจำกัดในเรื่องเงินทุนเนื่องจากไม่มีแหล่งรายได้ประจำ ต้องรอเงินสนับสนุนจากแหล่งทุนต่าง ๆ และต้องทำตามวาระที่กำหนดตามความต้องการของผู้ให้ทุน ดังนั้น หากนำจุดแข็งของภาคส่วนต่าง ๆ ดังกล่าว มาผสมผสานกันคงจะช่วยให้ได้แนวทางใหม่ในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจสังคมไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (สากุล จริยวิทยานนท์, 2553)

ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมในการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมในการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ น่าจะเป็นแนวคิดที่นำไปสู่การสร้างสังคมสันติสุข เป็นหนทางบรรเทาความเลวร้าย ซึ่งเป็นผลมาจากการมีสังคมที่ทันสมัย การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ทำให้คนในชุมชน ท้องถิ่น สังคมรู้จักพึ่งพาตนเอง เอื้อเฟื้อถึงกัน ถ้อยทีถ้อยอาศัยกัน ไม่เอาเปรียบกัน และอยู่ด้วยกันด้วยความรักและสามัคคี เห็นพ้องในการช่วยกันรักษาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และภูมิปัญญาาร่วมกัน โดยสร้างความสมดุลทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสิทธิของชุมชน เมื่อได้รับการขึ้นทะเบียนผลประโยชน์ส่วนใหญ่จะเกิดกับชุมชน โดยเฉพาะในด้านการประกอบกิจการ ดังนั้นจึงต้องหาทางส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมให้กับบุคคล กลุ่มคนที่เป็นผู้ประกอบการหรือมีความคิดที่เป็นผู้ประกอบการเพื่อมองหาโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าของชุมชน การส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมเพื่อการทำหน้าที่สร้างและรักษาประโยชน์ของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้แก่ชุมชน ด้วยความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะทำให้การขอขึ้นทะเบียน และการใช้ประโยชน์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพิ่มขึ้น โดยการแปรคุณค่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยกระบวนการดังกล่าวจะต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ และความคิดด้านต่างๆ เช่น ด้านสังคม ด้านการประกอบธุรกิจ ด้านกฎหมาย ด้านการสื่อสาร เป็นต้น ซึ่งกระบวนการเรียนรู้ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของคนในชุมชนจะต้องเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งการค้นหาและหรือคิดสรรค์สร้างสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชน การป้องกันรักษาสิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การประกอบการเชิงพาณิชย์กับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และการใช้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชน

สรุป แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในงานวิจัยนี้ จึงเป็นการให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ของคนในชุมชนเพื่อให้มีความรู้ ความสามารถ และสำนึก รู้จัก รู้คุณค่าของแหล่งภูมิศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่นำมาสร้างสรรค์ ใช้ประโยชน์ในวิถีการทำมาหากิน ขณะเดียวกันจะต้องวางแผนรักษา ปกป้องให้คงอยู่ เพื่อการดำรงชีวิตและเป็นมรดกให้คนรุ่นต่อไป ทั้งนี้ โดยผ่านการกระบวนการเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

4. ทฤษฎีทางสังคม

4.1 ทฤษฎีการก่อตัวของโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม (Structuration Theory)

ทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ (Social Theory) ที่มีรากฐานจากสำนักคิดซึ่งแตกต่างกัน ความสัมพันธ์ระหว่างสำนักคิดทางสังคมศาสตร์กับทฤษฎี คือ สำนักคิดทางสังคมศาสตร์แต่ละสำนัก ประกอบด้วยกลุ่มทฤษฎีที่มีหลักการ และวิธีคิด ในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ของสังคมแบบเดียวกัน ในอดีตการอธิบายเกี่ยวกับสำนักคิดทางสังคมศาสตร์ มักกล่าวถึงสำนักคิดกระแสหลักที่มีอิทธิพลต่อการศึกษาสังคมอยู่ 2 สำนักใหญ่ ๆ คือ สำนักโครงสร้าง-หน้าที่ (Structural-Functional School) และสำนักขัดแย้ง (Conflict School) แต่ในปัจจุบันการพัฒนาทฤษฎีสังคมศาสตร์ก้าวหน้าไปมาก การแบ่งกลุ่มทฤษฎีตามสำนักคิดมีความซับซ้อนมากขึ้น สำหรับสำนักคิดหลัก ๆ ที่มีกลุ่มทฤษฎี ซึ่งใช้ในการศึกษาสังคมมี 5 สำนักคิดด้วยกัน คือ 1. สำนักโครงสร้าง-หน้าที่นิยม (Structural – Functionalism) 2. สำนักมาร์กซิสต์ (Marxism) 3. สำนักสตรีนิยม (Feminism) 4. สำนักนิเวศนิยม (Ecologism) 5. สำนักหลังสมัยใหม่ (Postmodernism)

ในการศึกษานี้ ได้ให้ความสนใจกับแนวคิดของสำนักโครงสร้าง-หน้าที่นิยมเนื่องจากเป็นแนวคิดที่สามารถนำมาอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับโครงสร้างและผู้กระทำการของชุมชน ซึ่งผู้กระทำการหรือผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะต้องทำงานแบบพึ่งพาและเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับโครงสร้างที่ประกอบไปด้วยกฎเกณฑ์ ระเบียบ และทรัพยากร เช่นกัน

กลุ่มทฤษฎีในแนวสำนักโครงสร้าง-หน้าที่นิยม เป็นทฤษฎีที่มีอิทธิพลครอบงำในทางสังคมวิทยาในอดีตตั้งแต่ปลายคริสต์ทศวรรษ 1930 จนถึงปลายคริสต์ทศวรรษ 1960 แต่จากนั้น ทฤษฎีในแนวโครงสร้าง-หน้าที่นิยมได้ถูกท้าทายและแทนที่โดยทฤษฎีอื่น ๆ อีกมากมาย ในทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่นิยม คำว่าโครงสร้างนิยม (structuralism) และหน้าที่นิยม (functionalism) ไม่จำเป็นต้องใช้คู่กันเสมอไป แต่มักจะถูกเขียนควบคู่กันไป บางทีจึงเรียกรวมว่า structural - functional theory นักคิดของสำนักโครงสร้าง-หน้าที่ เชื่อว่า สังคมประกอบด้วยระบบย่อย ๆ (subsystem) หลายระบบซึ่งประกอบกันเป็นโครงสร้างที่อยู่เหนือการควบคุมของปัจเจกบุคคลที่เป็นสมาชิกของระบบ โครงสร้างเหล่านี้ทำให้ปัจเจกบุคคลในแต่ละสังคมมีประสบการณ์ดำรงชีวิตที่แตกต่างกันไป (Best, 2003: 9) ระบบสังคมยังประกอบด้วยปัจเจกบุคคลจำนวนมากที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันภายใต้สถานการณ์และสิ่งแวดล้อมหนึ่งๆ การอธิบายระบบสังคมในแนวทฤษฎีโครงสร้าง-หน้าที่ ได้ถูกพัฒนาขึ้นโดย Talcott Parsons ซึ่งกล่าวว่า ระบบสังคมที่จะดำรงอยู่ได้ต้องเอาชนะปัญหาพื้นฐาน 4 ประการ คือ (อ้างใน สุเทพ สุนทรเกสัช, น. 95-96)

- 1) การปรับตัว (adaptation) โดยระบบเศรษฐกิจ
- 2) การบรรลุเป้าหมาย (goal attainment) โดยผ่านระบบทางการเมือง
- 3) การฟื้นฟูและรักษาไว้ซึ่งแบบแผน (pattern maintenance tension management) โดยระบบครอบครัว
- 4) การบูรณาการ (integration) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ โดยผ่านสถาบันทางวัฒนธรรม เช่น โรงเรียนและสื่อ

ในทัศนะของนักทฤษฎีสถาบันโครงสร้าง-หน้าที่นิยม ปัจเจกชนแต่ละคนมีบทบาทหน้าที่ในสังคม การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบทบาททางสังคมได้ก่อให้เกิดระบบสังคมขึ้น ภายในระบบสังคมนี้ประกอบด้วยสถาบันซึ่งกำหนดหน้าที่ให้แก่สมาชิกในสังคมพร้อมหน้าที่ของสังคมโดยรวมด้วย ในที่สุดระบบสังคมนี้จะมีคามเข้มแข็งทางความคิดด้วยค่านิยมร่วมกันของคนในสังคม การเปลี่ยนแปลงสังคมในทัศนะของนักทฤษฎีสถาบันโครงสร้าง-หน้าที่ จะเป็นการเปลี่ยนแปลงซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกสังคมเพื่อกระตุ้นให้ระบบย่อยปรับตัวเข้าหากัน และมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป หรือการวิวัฒนาการ (evolution) เป็นกระบวนการผสมผสานระหว่างของเดิมกับของใหม่ (diffusion process) เช่น การเปลี่ยนจากภาวะสังคมแบบดั้งเดิมไปสู่ยุคความทันสมัย จากวิถีคิดในการวิเคราะห์สังคมข้างต้น สถาบันโครงสร้าง-หน้าที่ ได้ถูกวิจารณ์ว่าเป็นสำนักคิดที่มองไม่เห็นความสำคัญของการเป็นผู้กระทำการของมนุษย์ (human agent) มนุษย์ที่เป็นปัจเจกชน จำต้องดำเนินชีวิตไปตามพลังผลักดันจากภายนอกซึ่งอยู่เหนือการควบคุมของตนเองเท่านั้น นอกจากนี้ นักทฤษฎีสถาบันโครงสร้างหน้าที่นิยมยังไม่สามารถอธิบายได้ว่าทำไมสังคมจึงมีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้ นักคิดในแนวโครงสร้าง-หน้าที่นิยม จึงถูกมองว่าเป็นพวกที่มีวิถีคิดแบบอนุรักษนิยมทางการเมือง ข้อวิจารณ์ต่อสถาบันโครงสร้าง-หน้าที่นิยมในประเด็นการไม่ให้คุณค่าต่อการเป็นผู้กระทำการของมนุษย์ (human agent) ได้นำมาสู่การสร้างทฤษฎีใหม่ โดย แอนโทนี กิดเดนส์ (Anthony Giddens) คือทฤษฎี “การสร้างโครงสร้างหน้าที่” (Theory of Structuration) โดย Giddens เสนอว่า โครงสร้างของสังคมเป็นผลผลิตของกระบวนการ “สร้างโครงสร้าง” (Structuration) โดยที่มนุษย์เป็นผู้สร้างโครงสร้างภายในสังคมขึ้น ยกตัวอย่าง เรื่องโครงสร้างทางชนชั้นของสังคม เราจะพบว่าพ่อแม่พยายามที่จะทำให้ลูกของตัวเองมีทักษะและความสามารถเพื่อที่จะหางานดี ๆ ได้ในอนาคต พ่อแม่ยอมลงทุนเพื่อสร้างหลักประกันความได้เปรียบให้แก่ลูก ๆ เพราะความรักลูก แต่ผลลัพธ์ซึ่งไม่ได้คาดคิดไว้ก่อนในเรื่องนี้ก็คือ พ่อแม่ได้ทำการผลิตซ้ำโครงสร้างทางชนชั้นขึ้นแล้ว กล่าวคือ พ่อแม่ที่มาจากชนชั้นกลางได้สร้างหลักประกันเพื่อให้ลูกได้เติบโตขึ้นเป็นชนชั้นกลางในอนาคตนั่นเอง

ในช่วงหลังคริสต์ทศวรรษที่ 1960 นักทฤษฎีวิพากษ์รุ่นใหม่อย่างเจอร์เกน ฮาเบอมาส (Jurgen Habermas) และแอนโทนี กิดเดนส์ (Anthony Giddens) ได้พัฒนาทฤษฎีวิพากษ์ออกนอกกรอบของทฤษฎีมาร์กซิสต์ เพื่ออธิบายระบอบทุนนิยมที่ปรับตัวไปอย่างมาก เช่น การอธิบายของการเคลื่อนไหวทางสังคมที่ต่อต้านทุนนิยมในยุคโลกาภิวัตน์ด้วยทฤษฎีขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่ (New social movement) แทนการอธิบายด้วยทฤษฎีขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมในแนวขนานตามทฤษฎีมาร์กซิสต์แบบดั้งเดิม

Giddens เป็นนักสังคมวิทยาชาวอังกฤษที่ถือกันเป็นนักสังคมศาสตร์ที่มีชื่อเสียงที่สุดของอังกฤษนับตั้งแต่เคนส์ (John Maynard Keynes) นักเศรษฐศาสตร์ผู้ทรงอิทธิพลต่อโลก Giddens เกิดเมื่อ วันที่ 18 มกราคม 1938 ที่กรุงลอนดอนประเทศอังกฤษ

Giddens ผสมผสานรูปแบบสังคมวิทยาแบบดั้งเดิมหรือคลาสสิกเข้ากับความคิดร่วมสมัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และเขาก็มีความสุขในการผสมผสานทฤษฎีใหม่พร้อมด้วยมุมมองทางสังคมวิทยาอื่นๆ ที่เป็นกระแสหลัก แต่ก็ไม่ได้จัดว่าเป็นพวกหัวอนุรักษ์นิยม Giddens จะไม่ปฏิเสธว่ามาร์กซ์นั้นสำคัญในการพัฒนา "วิทยาศาสตร์สังคม" และสัญชาตญาณของเขาดูเหมือนจะเป็นคนจิตใจงามซึ่งสามารถพบได้ในหัวใจทางทฤษฎีของ "พวกซ้าย" แต่เขาก็ขุ่นเคืองใจต่อการแบ่งแยกเป็นซ้ายกับขวาในการวิเคราะห์ทางสังคม และวันเหล่านั้นได้รับการระบุว่าเป็นหนึ่งในสถาบันของ "หนทางที่สาม" ซึ่งโทนี แบลร์และแกร์ฮาร์ด ชโรเดอร์ นายกรัฐมนตรีอังกฤษและเยอรมันในตอนนั้นถูกระบุว่า มีความสนใจ และถึงแม้ความคิดของ Giddens เกี่ยวกับ "หนทางที่สาม" จะซับซ้อนกว่าการผสมกันระหว่างแนวคิดซ้ายและขวาของแบลร์

Giddens มีจุดยืนที่ใกล้เคียงกับ เวบเบอร์ (Max Weber) ผู้เห็นว่า การเลือกที่จะมีพฤติกรรมเชิงสังคมของปัจเจกชนนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญเหนือสิ่งอื่นใด แต่ Giddens ตระหนักว่าแนวคิดทั้งสองนั้นมีคุณค่าและด้วยชีวิตสังคมทั้งระดับมหภาคและจุลภาคนั้นต่างมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตามธรรมชาติ ดังนั้น ทฤษฎี structuration ซึ่งเป็นตัวเชื่อมทั้งสองด้านเพราะเห็นว่าชีวิตสังคมนั้นเป็นไปมากกว่าการกระทำของปัจเจกที่ไม่เป็นระเบียบ แต่ก็ไม่ได้ถูกกำหนดเพียงอย่างเดียวจากพลังทางสังคม หรือกล่าวอีกแบบหนึ่ง มันไม่ใช่เป็นเพียงกลุ่มก้อนของกิจกรรมในระดับจุลภาค แต่ก็ไม่สามารถศึกษามันโดยมองเพียงการอธิบายระดับมหภาค Giddens เสนอความคิดว่า ความเป็นมนุษย์และโครงสร้างสังคมนั้น ความสัมพันธ์ต่อกันและกัน และมันเป็นการกระทำของปัจเจกชนที่เข้าไปเข้ามาจนก่อให้เกิดโครงสร้างทางสังคมนั้น คือ จารีตประเพณี สถาบัน หลักศีลธรรม และวิธีการทำสิ่งต่างๆ ที่เป็นกระแสหลัก แต่ยังหมายความว่าสิ่งเหล่านั้นสามารถถูกเปลี่ยนแปลงได้เมื่อประชาชนเริ่มที่จะเพิกเฉยต่อพวกมันเอาสิ่งอื่นมาแทนที่หรือผลิตซ้ำพวกมันให้มีความแตกต่าง ดังนั้น การกระทำใน

ชีวิตประจำวันของมนุษย์นั้นได้เสริมสร้างและผลิตซ้ำชุดของการคาดหวังและมันเป็นชุดของการคาดหวังของคนอื่นแบบนี้ที่ก่อให้เกิด"พลังทางสังคม"และ"โครงสร้างทางสังคม" ซึ่งนักสังคมวิทยาทั้งหลายพูดถึง ดังที่กิดเดนส์ได้ไว้ "สังคมมีเพียงแค่รูปแบบและรูปแบบนั้นเท่านั้นที่มีผลกระทบต่อมนุษย์ ดังนั้นโครงสร้างจึงถูกผลิตและผลิตซ้ำในสิ่งที่มนุษย์กระทำ" (Giddens & Pierson, 1998: 77)

Giddens เชื่อว่าโครงสร้างสามารถสร้างข้อจำกัดให้การกระทำได้ แต่โครงสร้างก็สามารถทำให้การกระทำเกิดขึ้นได้โดยเป็นตัวกำหนดกรอบในการให้ความหมาย เช่น ตัวอย่างเรื่องภาษา (language) โครงสร้างของภาษาได้ถูกแสดงให้เห็นโดยกฎเกณฑ์ของการจัดวางความสัมพันธ์ระหว่างคำต่างๆ เพื่อผูกสร้างประโยคขึ้นมา (syntax) ซึ่งก็คือการเป็นตัวกำหนดรูปแบบต่างๆ ของการเชื่อมคำต่างๆ เข้าด้วยกัน แต่โครงสร้างก็ยังกำหนดกฎเกณฑ์ที่เปิดโอกาสให้การกระทำใหม่ๆ เกิดขึ้นได้ โดยทำให้เราสามารถสร้างประโยคอื่นๆ ที่มีความหมายได้ ดังนั้น โครงสร้างจึงไม่ควรถูกมองแต่เพียงว่าเป็นตัวสร้างข้อจำกัดให้กับมนุษย์ผู้กระทำ แต่โครงสร้างทำให้มนุษย์กระทำแตกต่างได้ Giddens ชี้ให้เห็นว่า โครงสร้างต่างๆ (จารีตประเพณี สถาบัน กฎเกณฑ์ทางศีลธรรม รวมตลอดถึงชุดของความคาดหวังที่เป็นตัวกำหนดให้คนในสังคมทำอะไรได้บ้าง) โดยทั่วไปแล้ว มีลักษณะที่มั่นคงมาก แต่ก็สามารถถูกเปลี่ยนแปลงได้ โดยเฉพาะจากผลของการกระทำโดยไม่ตั้งใจ เมื่อคนละเลย แทนที่ หรือผลิตซ้ำมันด้วยวิธีการอื่นๆ ที่แตกต่างกันออกไป

Giddens ชี้ให้เห็นในเชิงเปรียบเทียบว่าคนทั่วไปก็รู้ 'กฎเกณฑ์' ของการกระทำและการมีปฏิสัมพันธ์กันทางสังคมว่า พวกเขาไม่จำเป็นต้องใช้อย่างเปิดเผยเพื่อที่จะใช้ชีวิตในสังคมหรือเพื่อที่จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับสถาบันต่างๆ ทางสังคม คนทั่วไปนำเอากฎเกณฑ์ของการกระทำและการมีปฏิสัมพันธ์กันมาใช้ในฐานะเป็นทรัพยากร (resources) ที่ช่วยให้พวกเขาทำสิ่งต่างๆ ในการใช้ชีวิตประจำวันได้ อย่างไรก็ตาม 'การนำเอากฎเกณฑ์ดังกล่าวมาใช้' ก็มีผลทำให้เกิดการผลิตซ้ำกฎเกณฑ์เหล่านั้นในลักษณะที่การกระทำและการมีปฏิสัมพันธ์กันนั้นทำให้เกิดการก่อตัวของโครงสร้างขึ้นมาได้ (structuring properties of action and interaction) ภาวะวิสัย (objectivity) ที่เห็นได้ชัดเจนของโลกทางสังคมและวิถีทางที่มันปรากฏตัวให้เห็นเมื่อมองจากมุมมองของปัจเจกบุคคลนั้นในความเป็นจริงก็คือผลที่เกิดตามมาโดยไม่ตั้งใจ (เป็นผลที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้มีใครใดหรือกลุ่มใดกำหนดหรือออกแบบเอาไว้ล่วงหน้า) จากการศึกษาที่ปัจเจกบุคคลทุกคนจะต้องใช้กฎเกณฑ์เหล่านั้นในการประกอบกิจกรรมในการใช้ชีวิตประจำวัน (เชษฐา พวงหัตถ์, 2551)

Giddens ยังกล่าวว่า ขณะนี้เป็นช่วงเวลาแห่งยุคใหม่ช่วงหลังๆ เราไม่ได้พ้นออกจากยุคใหม่จริงๆ มันเพียงแค่เปลี่ยนรูปร่างเท่านั้น เป็นเรื่องสำคัญว่าการจะเข้าใจต่อ Giddens ได้ต้องมุ่งไปที่ความสนใจในธรรมชาติของยุคหลังจารีตที่มีความเข้มข้นมากขึ้น เมื่อจารีตเข้าครอบงำ การกระทำของปัจเจกชนนั้นไม่ต้องถูกวิเคราะห์และคิดถึงมากนักเพราะการเลือกนั้นๆ ได้กำหนดโดยจารีตและประเพณี อย่างไรก็ตามในยุคหลังจารีต เราไม่ได้วิตกกังวลเกี่ยวกับจารีตที่ถูกสร้างโดยชนรุ่นก่อนและทางเหลือนั้นจะเป็นไปอย่างน้อยที่สุดดังที่ถูกกำหนดไว้โดยกฎหมายและความคิดของสาธารณชน คำถามทั้งหมดเกี่ยวกับว่าจะทำตัวอย่างใดในสังคมนั้นกลายเป็นเรื่องสำคัญซึ่งจะต้องนำมาพิจารณาและตัดสินใจ สังคมนั้นจะดูเหมือนจะทวีความตระหนักถึงตัวเองมากขึ้นและครุ่นคิดถึง

สภาพที่ถูกสร้างขึ้นมาอย่างหมิ่นเหม่ Giddens นั้นประทับใจกับปริมาณของการตระหนักในตัวเอง เช่นนี้อันเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในทุกแง่ของสังคมชนิดตั้งแต่รัฐบาลไปจนถึงความสัมพันธ์ทางเพศ

ยุคใหม่ซึ่งเป็นยุคหลังจารีต สังคมไม่สามารถเป็นยุคใหม่ได้อย่างเต็มที่หากทัศนคติ พฤติกรรมหรือสถาบันได้รับอิทธิพลอย่างยวดยิ่งจากจารีตเพราะการยอมต่อจารีตนั้นหรือทำสิ่งต่างๆ เพียงเพราะคนอื่นในอดีตบอกให้ทำ คือสิ่งตรงกันข้ามกับการตระหนักถึงตัวเองแบบยุคใหม่ ดังนั้น กิดเดนส์เห็นว่า สังคมทั้งหลายซึ่งพยายามทำตัวเองให้ทันสมัยตามรูปแบบกระแสหลักโดยการกลายเป็นบางสิ่ง เช่น ประชาธิปไตยทุนนิยมแต่ก็ไม่ทอดทิ้งจารีตอื่น ๆ เช่นความไม่เท่าเทียมกันทางเพศนั้นดูเหมือนจะล้มเหลวในความพยายามที่จะกลายเป็นสังคมสมัยใหม่ ในสังคมสมัยใหม่ซึ่งไม่ได้หมายความว่า "สังคมทั้งหลายในปัจจุบัน" แต่เป็น "สังคมทั้งหลายซึ่งความเป็นสมัยใหม่ได้ถูกพัฒนาอย่างเต็มที่" การให้นิยามแก่ตัวเอง (self-identity) กลายเป็นประเด็นที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ถึงแม้จะมีคนบอกว่าพวกเขาไม่เคยสนใจต่อคำถามหรือความวิตกกังวลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของตัวเองแต่พวกเขาก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงต่อการถูกบังคับให้ตัดสินใจเลือกในสิ่งต่างๆ ตลอดชีวิตของตนไม่ว่าการแต่งกาย หน้าตา หรืองานอดิเรก จนไปถึงการตัดสินใจที่มีผลกระทบอย่างมาก เช่น ความสัมพันธ์ทางเพศ ความเชื่อและอาชีพ ในขณะที่สังคมยุคก่อนหน้านั้น พร้อมทั้งระเบียบทางสังคมซึ่งตั้งอย่างมั่นคงบนจารีตซึ่งจะมอบบทบาทที่ค่อนข้างชัดเจนแต่ในสังคมยุคหลังจารีตนั้น เราต้องสร้างนิยามให้กับตัวเอง

ความโดดเด่นของคำถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในสังคมสมัยใหม่นั้น เป็นทั้งผลลัพธ์และสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงในระดับสถาบัน โดยทั่วไป กิดเดนส์เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างแง่มุมที่ "จุลภาค" เล็กที่สุดของสังคม คือ การตระหนักรู้ภายในเกี่ยวกับอัตตาและอัตลักษณ์ของปัจเจกชน และภาพแบบ "มหภาค" ของรัฐ บริษัททุนนิยมข้ามชาติและโลกาภิวัตน์ ระดับที่แตกต่างเหล่านั้นซึ่งได้รับการปฏิบัติในอดีตนั้นคือ ถูกศึกษาแยกจากกันโดยวิชาสังคมวิทยานั้นแท้ที่จริงมีอิทธิพลต่อกันและไม่สามารถถูกเข้าใจได้อย่างโดดๆ ยกตัวอย่างเช่น การเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์ทางเพศ ซึ่งเราสามารถเห็นได้ในเวลาหกสิบปีที่ผ่านมาคือ ระดับของการหย่าร้างและการแยกกันอยู่ในขณะที่ผู้คนโยกย้ายความสัมพันธ์จากคนหนึ่งไปอีกคนหนึ่ง การเปิดกว้างอย่างมากขึ้นเรื่อยๆ ต่อเรื่องทางเพศและความหลายหลายทางเพศที่ชัดเจนมากกว่าเดิม การเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไม่สามารถเป็นที่เข้าใจโดยการสันนิษฐานว่าพวกมันถูกชักจูงโดยสถาบันทางสังคมและรัฐ ไม่ใช่เพียงเพราะการคิดแบบเดิมเกี่ยวกับทั้งชาวและชาวนั้นคือการที่ทั้งระบบทุนนิยมและ"ฝ่ายอำนาจที่กำหนดศีลธรรม"ของรัฐจะต้องการให้ประชากรมีชีวิตครอบครัวแบบผัวเดียวเมียเดียวอย่างมั่นคง แต่การเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไม่สามารถถูกอธิบายโดยการมองไปที่เพียงระดับของปัจเจกชนกัน นั่นคือ ไม่สามารถเพียงแต่บอกว่ามนุษย์เริ่มต้นที่จะเปลี่ยนความคิดเกี่ยวกับการดำรงชีวิตด้วยตนเอง การอธิบายที่จริงจึงจะต้องวางอยู่

ในบางจุดระหว่างความสัมพันธ์ของมหภาคและจุลภาค และเรื่องทางเพศที่เห็นได้ชัดเจนนั้นเกี่ยวกับ
 ข้องการเสื่อมลงของศาสนาและการพุ่งขึ้นของการคิดเชิงเหตุผล นั่นคือการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเกิด
 จากการเปลี่ยนแปลงว่า ปัจเจกชนมองชีวิตอย่างไรซึ่งก็เกิดจากการอิทธิพลและการสังเกตการณ์ทาง
 สังคม การพัฒนาเหล่านั้นยังเป็นผลผลิตของการเปลี่ยนแปลงในกฎซึ่งเกี่ยวข้องกับการแต่งงานและ
 เรื่องทางเพศ (มหภาค) แต่ความต้องการต่อการเปลี่ยนแปลงก็มาจากระดับของชีวิตประจำวัน
 (จุลภาค) สิ่งเหล่านั้นก็เกิดจากผลกระทบของขบวนการทางสังคมเพื่อความเท่าเทียมและความเป็น
 อิสระของผู้หญิง (มหภาค) ซึ่งพวกมันเกิดจากความไม่พึงพอใจภายในชีวิตประจำวัน (จุลภาค) ดังนั้นการ
 เปลี่ยนแปลงก็มาจากจุดประสานกันของพลังแห่งจุลภาคและมหภาค

สำหรับสื่อและอัตตา สื่อมวลชนนั้นดูเหมือนจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของปัจเจกชนต่อ
 ความสัมพันธ์ต่างๆ ไม่ว่าจะในละครเศร้าๆ หรือการชูปชิบเรื่องคนดัง ความต้องการ "เรื่องดีๆ" มักจะ
 สนับสนุนการมุ่งเน้นไปที่การเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ เพราะเกือบไม่มีใครในโทรทัศน์ที่จะยังคง
 แต่งงานอย่างมีความสุขไปตลอดชีวิต ไม่ว่าจะกำลังพูดถึงตัวละครในนวนิยายหรือคนดังที่มีตัวตน
 จริงๆ จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะรับสื่อว่า ความมั่นคงของการแต่งงานระหว่างเพศตรงกันแบบผิวเดียวเมีย
 เดียวนั้น อย่างดีที่สุดเป็น "อุดมคติ" ที่คนน้อยรายคาดหวังว่าจะบรรลุ การหนุนให้ตระหนักถึง
 ความสัมพันธ์ของตนเองผ่านทางนิตยสารและหนังสือประเภท "ช่วยตัวท่านเอง" อย่างชัดเจน และใน
 ภาพยนตร์ตลก และละคร อย่างอ้อมๆ ข่าวและสื่อเกี่ยวกับวิชาการได้บอกถึงการค้นพบของงานวิจัย
 เกี่ยวกับวิถีชีวิตและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่แท้จริงในชีวิตครอบครัว ความรู้เหล่านี้ก็ได้ถูก
 "ปรับเปลี่ยน" โดยคนธรรมดา ซึ่งจะนำไปสู่รูปแบบของการใช้ชีวิตซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับจารีต ข้อมูลและ
 ความคิดจากสื่อไม่ได้เพียงแต่สะท้อนโลกเชิงสังคม แต่ยังกำหนดรูปทรงของตัวเองและเป็นจุด
 ศูนย์กลางของการตระหนักถึงตัวเองตามแบบยุคใหม่

กิตเดนส์บอกว่า ในระดับของยุคหลังจารีต การสร้างอัตลักษณ์ด้วยตัวเองนั้นกลายเป็น
 กิจกรรมของการคิดคำนึงถึงตัวเอง นั่นคือ ความพยายามของเราต่อการทำงานและตระหนักถึงตัวเอง
 อย่างต่อเนื่อง เราสร้าง ธารรักษาและเขียนในใหม่ต่อการพรรณนาอัตชีวประวัติของตัวเอง นั่นคือ
 เรื่องที่ว่า เราเป็นใคร และเรากลับมาสู่จุดที่เราเป็นอยู่ในขณะนี้ได้อย่างไร ดังนั้นการสร้างอัตลักษณ์
 ด้วยตัวเองจึงไม่ใช่ชุดของร่องรอยหรือลักษณะที่สังเกตได้ มันเป็นความเข้าใจของตัวบุคคลที่มีต่อ
 ชิวประวัติของตัวเอง การสร้างอัตลักษณ์ด้วยตัวเองมีความต่อเนื่องนั้นคือจะไม่สามารถถูก
 เปลี่ยนแปลงอย่างสิ้นเชิงโดยเจตจำนง แต่ความต่อเนื่องเป็นเพียงแค่ผลผลิตของความเชื่อของบุคคล
 เกี่ยวกับชีวประวัติของตัวเอง (Giddens 1991: 53) การสร้างอัตลักษณ์ด้วยตัวเองอันมั่งคั่งนั้นขึ้นอยู่กับ
 กับการอธิบายต่อชีวิต พฤติกรรมและอิทธิพลของตัวบุคคลซึ่งดูน่าเชื่อถือในความคิดของพวกเขา และ

ซึ่งสามารถถูกอธิบายต่อเรื่องได้ไม่ยาก การ "อธิบาย" อดีตและถูกมุ่งเน้นไปยังอนาคตที่ถูกคาดหวังไว้ "อัตลักษณ์ของตัวบุคคลไม่อาจถูกพบในพฤติกรรม หรือในปฏิกริยาจากคนรอบข้าง แต่อยู่ในความสามารถของมนุษย์ที่จะทำให้การพรรณนาอย่างใดอย่างหนึ่งดำเนินต่อไป อัตชีวประวัติของปัจเจกชนนั้น หากเขายังคงมีปฏิสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอกับคนอื่น ๆ ในโลกประจำวันไม่อาจเป็นเรื่องที่จินตนาการล้วนๆ มันต้องบูรณาการอย่างต่อเนื่องต่อเหตุการณ์ซึ่งเกิดขึ้นในโลกภายนอกและนำมาไปผสมกับ "เรื่องราว" ที่ดำเนินไปเรื่อยๆ เกี่ยวกับอดีต" (Giddens 1991: 54)

ในยุคหลังจารีต ด้วยบทบาททางสังคมไม่จำเป็นต้องถูกส่งมาโดยสังคม เราต้องเลือก "วิถีชีวิต" ถึงแม้ว่าทางเลือกจะไม่ถึงขั้นไร้ขีดจำกัด "ทางเลือกวิถีชีวิต" อาจจะถูกเหมือนเป็นสิ่งสวยหรูของชนชั้นสูง แต่กิดเดินส์ยืนยันว่าทุกคนในสังคมสมัยใหม่ต้องเลือกวิถีชีวิต ถึงแม้ว่ากลุ่มต่างๆ จะมีความเป็นไปได้แตกต่างกัน "วิถีชีวิต" นั้นไม่ได้ใช่เพียงเกี่ยวกับอาชีพที่สวยหรูและการบริโภค แต่ความหมายยังประยุกต์ไปถึงทางเลือก พฤติกรรม ทศนคติและความเชื่อที่กว้างกว่าเดิม สามารถกล่าวได้ว่า วิถีชีวิตเป็นเหมือนกับรูปแบบที่ถูกกำหนดไว้แล้วสำหรับการพรรณนาแห่งอดีต แต่การเลือกของวิถีชีวิตหนึ่งๆ นั้นไม่ได้เป็นตัวบ่งบอกถึงประเภทใด ๆ ของเรื่องราวชีวิต ดังนั้น วิถีชีวิตจึงเป็นเหมือนกับประเภทของภาพยนตร์ ในขณะที่ผู้กำกับสามารถเลือกที่จะสร้างภาพยนตร์รัก หรือ ตะวันตกหรือสยองขวัญ เราในฐานะ "ผู้กำกับ" ของการพรรณนาชีวิตของเราเอง สามารถเลือกวิถีชีวิตแบบชนบทหรือในเมือง วิถีชีวิตที่มุ่งเน้นไปในความสำเร็จของงานหรือ มุ่งเน้นไปที่การเข้าสมาคม กีฬา ความรัก หรือความสุขสมกับเรื่องบนเตียง มหาวิทยาลัย

ในยุคเหนือจารีตขึ้นไป ในด้านหนึ่งทางเลือกที่มีในสังคมสมัยใหม่อาจจะถูกระงับโดยความสำคัญของจารีต แต่อีกด้านหนึ่งคือเสรีภาพในระดับหนึ่ง ทางเลือกทุกวันนี้เกี่ยวข้องกับสิ่งที่เรากิน หรือสวมใส่ ใครที่เราจะคบค้าด้วยคือการตัดสินใจทั้งหมดซึ่งวางตำแหน่งของตัวเราในฐานะเป็นคนๆ นั้น ไม่ใช่ใครอื่น และดังที่กิดเดินส์ได้กล่าวไว้ "ยิ่งปัจเจกชนนั้นเคลื่อนย้ายตัวเองไปมีรูปแบบหลังจารีตมากเท่าไร วิถีชีวิตยิ่งเข้าไปเกี่ยวข้องกับแกนหลักของการสร้างอัตลักษณ์ด้วยตัวเองมากขึ้น และยังรวมไปถึงการสร้างและการผลิตซ้ำอัตลักษณ์นั้นอีกด้วย"

ความสำคัญของการล่อหลอมวิถีชีวิตสมัยใหม่จำนวนมากแก่มวลชนควรจะชัดเจน ขอบเขตของวิถีชีวิตหรืออุดมคติของวิถีชีวิต ที่ถูกเสนอผ่านสื่ออาจจะมีจำกัด แต่ในเวลาเดียวกันมักจะกว้างกว่าที่จะคาดหวังว่าเพียงหลงเข้ามาในชีวิตประจำวัน ดังนั้นสื่อในยุคใหม่ได้เสนอความเป็นไปได้และสนับสนุนความหลากหลาย แต่ยังคงเสนอการตีความแบบแคบๆ ของบทบาทหรือวิถีชีวิตแบบใดแบบหนึ่ง อันนี้ขึ้นอยู่กับว่าจะมองไปที่ไหน

ทฤษฎี Structuration ของ Giddens จึงมีประโยชน์ในการนำไปใช้สังเคราะห์ประเด็นปัญหาทั้งระดับจุลภาค และมหภาค ในระดับจุลภาค ซึ่งเป็นเรื่องของความรู้สึกในความเป็นตัวตน และอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นภายในของปัจเจกบุคคลนั้น จากตัวอย่างเกี่ยวกับเรื่องครอบครัว (family) ที่มีอิสระมากขึ้นในการเลือกคู่ครองหรือเลือกที่จะไปมีความสัมพันธ์กับใครและอย่างไรได้ ซึ่งเป็นการโอกาสใหม่ๆ แต่ก็มีงานต้องทำมากขึ้น เนื่องจากความสัมพันธ์ได้กลายเป็นโครงการที่จะต้องมีการใคร่ครวญไตร่ตรองสะท้อนคิด (reflexive project) โดยจะต้องมีการตีความตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงในระดับจุลภาคนี้ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยการพิจารณาที่ระดับปัจเจกบุคคลอย่างเดียวนอกจากคนทั่วไปไม่ได้ตัดสินใจหรือเปลี่ยนใจว่าจะใช้ชีวิตอย่างไรอย่างหุ่นยนต์พลันแล่น อีกทั้งไม่สามารถที่หักได้ว่าการตัดสินใจของพวกเขาได้ถูกชี้นำควบคุมโดยโดยสถาบันทางสังคมและรัฐสำหรับในระดับมหภาค รัฐและองค์กรทางสังคมอย่างบริษัททุนนิยมข้ามชาติซึ่งเป็นตัวอย่างที่เกิดขึ้นในยุคโลกาภิวัตน์ที่นำเสนอทางเลือกใหม่ๆ ที่กว้างขวางมากขึ้นสำหรับการลงทุนและการพัฒนา แต่วิกฤตอย่าง เช่น วิกฤตการเงินในเอเชีย (the Asian financial crisis/AFC) สามารถสร้างผลกระทบต่อทั่วทั้งโลกโดยขยายตัวแพร่ออกไปข้างนอกจากท้องถิ่นที่เป็นต้นตอของวิกฤตนี้ และท้ายที่สุดแต่สำคัญที่สุด คือ วิกฤตนี้มีอิทธิพลโดยตรงต่อปัจเจกบุคคลทั้งหลาย การอธิบายประเด็นเหล่านี้อย่างจริงจังจะต้องอยู่ที่การเชื่อมโยงเครือข่ายของพลังทั้งในระดับมหภาค และจุลภาค ดังนั้นด้วยระดับที่แตกต่างกันนี้นักสังคมวิทยามักแยกพิจารณาออกจากกัน ทั้งที่จริงๆ แล้วมีผลกระทบอย่างสำคัญต่อกันและไม่สามารถแยกพิจารณาได้ (เชษฐา พวงหัตถ์, 2551)

โดยสรุปแล้ว ในการอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในชุมชน Structuration Theory หรือทฤษฎีการก่อตัวของโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับผู้กระทำการ (Actor/Agency) ซึ่งทำงานแบบพึ่งพาและเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับโครงสร้าง (Structure) มีความสัมพันธ์ในลักษณะทวิภาวะของโครงสร้าง (Duality of Structure) ซึ่งไม่ได้มองว่ามนุษย์อันหนึ่งกำหนดมนุษย์อีกอันหนึ่ง ผู้กระทำการสามารถเข้าไปเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและกำหนดการเปลี่ยนแปลงด้วยตนเอง ในขณะที่เดียวกันโครงสร้างซึ่งหมายถึงกฎและทรัพยากรยังคงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้กระทำการยังคงทำงานแบบพึ่งพากันและกันจนสามารถเปลี่ยนแปลงและก่อให้เกิดความหมายใหม่ของการกระทำในชุมชนได้

4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “Exploring the relationship between geographical indications and traditional knowledge: An analysis of the legal tools for GIs Protection in Asia” โดย Gopalakrishnan, Nair & Babu (2007) ให้ความเห็นว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่พิเศษในการเป็นเจ้าของร่วมกันของชุมชน เชื่อมต่อแหล่งกำเนิดสินค้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งมีข้อผูกมัดระหว่างประเทศภายใต้ความตกลง TRIPS ที่เป็นมาตรการขั้นต่ำในการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หากแต่แต่ละประเทศโดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนา สามารถปรับกฎเกณฑ์ มาตรการให้เหมาะสมกับแต่ละประเทศเพิ่มขึ้นได้ ซึ่งจากเดิมที่มองว่า ความตกลง TRIPS ที่มีกับประเทศสมาชิกของ World Trade Organization: WTO นั้น จะเป็นประโยชน์เฉพาะกับการรักษาชื่อเสียง การค้า การแข่งขันที่เป็นธรรมกับเครื่องดื่มไวน์และแอลกอฮอล์ แต่งานวิจัยกลับพบว่า โครงสร้างการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังสามารถช่วยในการพัฒนาสังคมเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในชุมชนท้องถิ่นของประเทศกำลังพัฒนาได้ การคุ้มครองตามกฎหมายดังกล่าวยังขยายความคุ้มครองไปยังภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วย ซึ่งแม้ว่าประเทศในเอเชียจะมีการคุ้มครองสินค้าตนเองมานานก่อนข้อตกลง TRIPS แล้วก็ตามแต่ก็ไม่ได้มีกฎหมายคุ้มครองชัดเจน จึงได้ศึกษาเปรียบเทียบกรอบกฎหมายของเอเชียในฐานะเครื่องมือในการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องของประเทศอินเดีย ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย จอร์แดน จีน และปากีสถาน รวมทั้ง ตรวจสอบว่ากฎหมายเหล่านั้นมีเป้าหมายในการส่งเสริมสภาพสังคมเศรษฐกิจของผู้ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือไม่ งานวิจัยนี้พบว่า กฎหมายเหล่านั้น ให้ประโยชน์กับผู้ค้า (traders) มากกว่าผู้ผลิต (producers) เนื่องจากในประเทศเหล่านี้ ผู้ค้ามีอิทธิพลมากทั้งในทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง อย่างไรก็ตามจากปัญหาการคุ้มครองนี้จะถูกใช้ผิดไปบ้าง แต่การเพิ่มความตระหนัก การมีส่วนร่วมในองค์กรการค้า และการบังคับใช้กฎหมายจะทำให้ผู้ผลิตได้รับประโยชน์ในระยะยาว จึงควรขยายการคุ้มครองไปในหลายๆ ผลิตภัณฑ์ของเอเชีย สำหรับกรณีศึกษาซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเทศอินเดียพบว่า ผู้ผลิตสินค้าไม่ได้มีการจัดการอย่างเป็นระบบและการจัดการส่วนใหญ่มาจากคนภายนอก การมีส่วนร่วมทางสังคมในหลายพื้นที่ล้มเหลวจากปัญหาขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์และการประสานงาน ผลการศึกษายังพบว่า เจตคติทางวัฒนธรรมเดิมของคนอินเดียในการเก็บความลับภูมิปัญญาไว้นั้นเป็นไปได้ยากภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ คนอินเดียจึงเริ่มเห็นความสัมพันธ์และความสำคัญของการปกป้องภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีกฎหมายรับรองชัดเจนมากขึ้น

งานวิจัยเรื่อง “Do Geographical Indications Promote Sustainable Rural Development ?” โดย William,R. และ Penker, M. (2009) ศึกษาเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ส่งเสริมการพัฒนาชนบทอย่างยั่งยืน พบว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นรูปแบบหนึ่งของการส่งเสริม ฉลากสินค้าที่ใช้แสดงถิ่นกำเนิดของสินค้าอาหารและแอลกอฮอล์ บทบาทการส่งเสริมนี้เป็นเครื่องมือ ยืนยันการพัฒนาชนบทอย่างยั่งยืน แม้จะไม่พบความสัมพันธ์โดยตรงกับผลด้านนิเวศน์ เศรษฐกิจ และสังคม แต่งานวิจัยได้พบความสัมพันธ์ทางอ้อมหลายอย่าง โดยพบว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สัมพันธ์ กับประโยชน์ด้านนิเวศน์เล็กน้อย ในขณะที่มีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคมอย่างมาก อย่างไรก็ตามไม่พบผลเสียที่เกิดจากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีต่อสังคม เศรษฐกิจและระบบนิเวศน์เลย การศึกษานี้ได้กล่าวถึงความจำเป็นทางการตลาด ที่ต้องคำนึงถึงความยั่งยืนมากกว่าปัจจัยทาง เศรษฐกิจ สินค้าส่วนใหญ่ในท้องตลาดไม่ได้แสดงถึงราคาที่แท้จริง ได้แก่ราคาทางสังคม และ สิ่งแวดล้อม แต่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สามารถแสดงราคาที่แท้จริงได้เนื่องจากการให้คุณค่าทางสังคม และสิ่งแวดล้อมในขณะที่ให้คุณค่าทางเศรษฐกิจของสินค้านั้น นอกจากนี้งานวิจัยดังกล่าวยังแสดงให้เห็นว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนมีความสัมพันธ์กันทั้งในด้านการพัฒนา ชนบทธรรมนิยม เศรษฐกิจวัฒนธรรม และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการพัฒนา ชุมชนอย่างยั่งยืน

งานวิจัยเรื่อง “Exploring the relationship between geographical indications and traditional knowledge : An analysis of the legal tools GIs protection in Asia” โดย N.S. Gopalakrishnan และ Prabha S.Nair & Aravind K. Babu (2007) ศึกษาเรื่องการสำรวจ ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และภูมิปัญญา : การวิเคราะห์เครื่องมือทางกฎหมาย สำหรับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในเอเชีย พบว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สามารถส่งเสริมการ พัฒนาด้านสังคมเศรษฐกิจของชุมชนและท้องถิ่นในประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย ความต้องการขยาย ความคุ้มครองนอกจากสินค้าประเภทไวน์และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้วยังมีสินค้าประเภท สินค้า เกษตร สิ่งทอ และงานฝีมือ การศึกษานี้แสดงให้เห็นถึงเครื่องมือทางกฎหมายที่มีเป้าหมายในการ ปกป้องภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และการส่งเสริมสังคม เศรษฐกิจของผู้ผลิตสินค้า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จากงานวิจัย ประเทศอินเดียถือเป็นตัวอย่างของการเริ่มตระหนักถึงความ จำเป็นในการขึ้นทะเบียน สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อการคุ้มครองตามกฎหมายซึ่งจะช่วยให้สามารถ ปกป้องภูมิปัญญาบางอย่างที่เป็นความลับเปิดเผยไม่ได้จากความเฉพาะถิ่นของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

งานวิจัยเรื่อง “Legal entity for social enterprise” โดย Mr. Park Kanjanapaibul (2011) ศึกษาการใช้วิธีทางธุรกิจและกฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเกิดจากการแสวงหากำไรสูงสุดเพื่อคนเฉพาะกลุ่มเท่านั้น หรือที่เรียกว่า การประกอบธุรกิจเพื่อสังคม และความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ทั้งนี้ กฎหมายที่เกี่ยวข้องของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน จึงศึกษาเปรียบเทียบเพื่อหาข้อเสนอมหาวิทยาลัยที่เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อสภาพการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการเพื่อสังคม

งานวิจัยเรื่อง “Community and Environmental Sustainability : Collaboration and Interdisciplinary Education” โดย Cathryne L. Schnitz Christine H. Stinson และ Channelle D James (2010) พบว่าสถาบันการศึกษาคือสมาชิกของชุมชน เป็นผู้สร้างความรู้ และผู้ให้ความรู้แก่กลุ่มคนที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน เมื่อสถาบันการศึกษาเข้าไปร่วมกับชุมชน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการเรียนรู้ โครงการงานของนักศึกษาสร้างความตระหนักและการเรียนรู้ในการลงทุนอย่างยั่งยืนของชุมชน การวิจัยได้ทำในขอบเขตของงานทางสังคม วิทยาศาสตร์ สิ่งแวดล้อม ความยุติธรรมทางสังคม และความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม เมื่อกล่าวถึง นวัตกรรมทางสังคม คือหนทางในการเปลี่ยนให้ชุมชนตั้งแต่ระดับบุคคลเกิดความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การใช้และรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และนวัตกรรมดังกล่าวยังรวมถึงกิจการใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นจากผู้ประกอบการเพื่อสังคมอีกด้วย

งานวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการสร้างสรรค์ทางปัญญา และการบริการของภาควิชาในมหาวิทยาลัย: การประยุกต์โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับแบบอิทธิพลย้อนกลับ” โดย ศุภวรรณ ทรงอำนวยการ (2548) ได้แสดงให้เห็นว่า แม้แต่องค์กรที่ไม่มุ่งแสวงหากำไรอย่างสถาบันการศึกษา หากต้องเผชิญกับกระแสคุณภาพทางวิชาการและการแข่งขันทางธุรกิจที่ต้องอยู่รอดพึ่งพาตนเองได้ ซึ่งความเป็นผู้ประกอบการจึงมีความสำคัญมาก โดยเริ่มตั้งแต่ภาควิชาและคณะวิชาที่เป็นเหมือนหน่วยประกอบการที่สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่มาสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้า

ตราทัศน์ คชพงษ์ (2551) วิจัยเรื่อง”เกี่ยวกับผลกระทบของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ต่อความสามารถของผู้ประกอบการเพื่อสังคม และผลกระทบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการเพื่อสังคม หลักบรรษัทภิบาล และหลักการแฟร์เทรดต่อความสามารถของผู้ประกอบการเพื่อสังคม” พบว่า ระดับความเห็นด้วยในด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการเพื่อสังคม หลักบรรษัทภิบาล หลักการแฟร์เทรด และความสามารถของผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีค่าระดับ

ความเห็นด้วยอยู่ในระดับที่มาก โดยอายุเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญต่อความสามารถของผู้ประกอบการเพื่อสังคม และยังพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการเพื่อสังคม หลักธรรมาภิบาล และ หลักการแฟร์เทรด มีผลต่อความสามารถของผู้ประกอบการเพื่อสังคม ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป คือควรขยายการศึกษาไปยังผู้ประกอบการเพื่อสังคมในสวน อื่นๆ เช่นในกลุ่มสุขภาพ และบริการสังคม การศึกษา สิ่งแวดล้อม อาหารและเครื่องดื่ม เครือข่าย กลุ่มทพลภาพ กลุ่มสนับสนุนธุรกิจ กลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือกลุ่มการท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยในการศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการเพื่อสังคมในประเทศไทยมีความหลากหลายยิ่งขึ้น และสามารถครอบคลุมผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่มีอยู่ในสังคมไทยได้อย่างทั่วถึง

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาแบบแผนและกระบวนการเรียนรู้และการปรับตัวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” โดย อุทุมพร อินทจักร์ (2546) ได้ศึกษา 1) แบบแผนและกระบวนการการเรียนรู้และการปรับตัวที่เกี่ยวข้องกับความต้องการจำเป็นในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ 2) สำนวจลักษณะปัญหาเกี่ยวกับความต้องการจำเป็นของผู้ประกอบการในด้านการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาธุรกิจและทัศนคติต่อโครงการฝึกอบรมพัฒนาที่มีอยู่ 3) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางในการฝึกอบรมและพัฒนาที่เหมาะสมแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอนาคต พบว่าผู้ประกอบการมีกระบวนการเรียนรู้ในการแก้ปัญหาหลากหลายรูปแบบโดยแบบแผนการเรียนรู้ที่ผู้ประกอบการนิยมเลือกใช้คือ การเรียนรู้โดยการสังเกตซักถามความรู้จากผู้ที่มีประสบการณ์ สำหรับแบบแผนการปรับตัวที่ผู้ประกอบการนิยมเลือกใช้มากที่สุด คือ การปรับตัวแบบยอมแพ้ต่อปัญหา เช่น การหนีปัญหาหรือการแสดงออกถึงความเครียดในรูปอาการเจ็บป่วยทางกาย ปัจจัยที่เอื้อต่อการเรียนรู้และปรับตัวทั้งภายในและภายนอก เช่น ความใฝ่รู้ส่วนตัวหรือกำลังใจจากครอบครัวจะช่วยเกื้อหนุนให้ผู้ประกอบการสามารถเรียนรู้ที่จะแก้ปัญหาในการดำเนินธุรกิจและปรับตัวต่อความเครียดที่เกิดจากอุปสรรคต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม นอกจากนี้การสำรวจข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ผ่านการอบรมจากโครงการที่รัฐจัดขึ้นพบว่า ความรู้ที่ได้รับจากโครงการนั้นน้อยกว่าความรู้ที่ผู้ประกอบการคาดหวังไว้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะประเด็นเรื่องการประเมินความพร้อมและศักยภาพของผู้ประกอบการ การสร้างอำนาจต่อรองกับกลุ่มลูกค้า การจัดระบบบัญชีและเงินหมุนเวียน การเพิ่มประสิทธิภาพลูกจ้าง และการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในทีมงาน สำหรับปัญหาที่พบจากโครงการบ่มเพาะธุรกิจคือ โครงการจะให้การสนับสนุนในด้านวิชาการเพียงอย่างเดียว ส่วน

เรื่องการสนับสนุนด้านการเงินลงทุนเบื้องต้นและทุนหมุนเวียนภายในการเริ่มดำเนินธุรกิจยังขาดระบบการสนับสนุนส่งเสริมผลักต้นแบบเบ็ดเสร็จ ปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่จะกำหนดความสำเร็จและความก้าวหน้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอนาคตจะต้องขึ้นอยู่กับการพัฒนาความชำนาญของผู้ประกอบการ ทั้งในด้านการบริหารและวิชาชีพ ความก้าวหน้าต่อเทคโนโลยีและการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและรวดเร็ว ดังนั้นรัฐควรร่วมมือกับสถาบันการศึกษา ภาคธุรกิจเอกชนเพื่อสร้างและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่เหมาะสม สามารถสนองตอบความต้องการของผู้ประกอบการในการแสวงหาความรู้เพื่อใช้แก้ปัญหาเกี่ยวกับกาเพิ่มช่องทางตลาด การเขียนแผน และเพิ่มทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยจะให้ความสำคัญในเรื่องการสร้างเครือข่ายธุรกิจและกระบวนการรวมกลุ่มธุรกิจเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างผู้ประกอบการ รวมทั้งการจัดระบบการศึกษาที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์มีความฉลาดทางอารมณ์มากขึ้น เน้นให้มีความชำนาญเฉพาะทางสำหรับผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มและการจัดให้มีที่ปรึกษาเรื่องการเขียนแผนธุรกิจในสถาบันการเงินต่าง ๆ

รายงานการวิจัย “การทฤษฎศาสตร์ด้านทรัพย์สินทางปัญญาของไทยในทศวรรษใหม่ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมของประเทศไทย” โดย เลอสรรร ธนสุกาญจน์ และคณะ (2548) กล่าวถึง ระบบทรัพย์สินทางปัญญาเป็นองค์ประกอบหลักในการจัดการความรู้ด้านต่างๆ ทั้งที่เกี่ยวกับการศึกษาวิจัยและเกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ งานวิจัยนี้ รวบรวมสถานภาพและปัญหาของระบบทรัพย์สินทางปัญญาไทย โดยนำเสนอภาพเชิงเปรียบเทียบของการประดิษฐ์สร้างสรรค์ การคุ้มครอง และการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา กับต่างประเทศ และพัฒนาเป็นยุทธศาสตร์สำหรับประเทศไทย ซึ่งแนวทางการพัฒนาประเทศ ต้องให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้นักวิจัยขอรับการคุ้มครองสิทธิ และการเสริมสร้างคุณลักษณะของนักประดิษฐ์คิดค้นประกอบกับความเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นในอนาคตต่อไป

งานวิจัยเรื่อง “กฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อการส่งเสริมการส่งออกและการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น” โดย จักรกฤษณ์ ครอบพจน์ และบัณฑิต เศรษฐศิริโรตม์ (2551) ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อการส่งออกและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน พบว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีบทบาทและความสำคัญที่เพิ่มมากขึ้นในธุรกิจการค้า การค้าระหว่างประเทศเกี่ยวกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงอันเนื่องจากมีแหล่งผลิตในบางพื้นที่ เช่น ไวน์ สุรา เนยแข็ง เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย น้ำหอม ซิการ์ ฯลฯ มีมูลค่าที่สูงมาก อันเป็นผลมาจากความ

ต้องการของประชาชนที่จะบริโภคสินค้าคุณภาพ ผนวกกับกำลังซื้อที่เพิ่มมากขึ้นของผู้บริโภค พื้นที่บางประเทศหรือบางภูมิภาคได้กลายเป็นแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง เนื่องจากพื้นที่นั้นมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ อากาศ หรือสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการผลิตสินค้าหรือต่อการทำให้สินค้านั้นมีคุณภาพดี แต่คุณภาพ คุณลักษณะ หรือชื่อเสียงของสินค้า ก็ยังอาจเกิดจากการที่ผู้อยู่อาศัยในพื้นที่นั้นได้พัฒนาปรับปรุงกระบวนการผลิต จนมีความเชี่ยวชาญหรือมีเทคนิควิธีการผลิตที่ดีได้เช่นกัน ทั้งนี้ การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เกี่ยวข้องโดยตรงกับภูมิปัญญาชาวบ้านและชุมชนท้องถิ่นซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตสินค้าดังกล่าว โครงการวิจัยนี้ได้ศึกษาบทบาทของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีต่อการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยศึกษาความเป็นไปได้ของการที่รัฐจะใช้กฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อควบคุมกำกับคุณภาพของสินค้าที่ผลิตโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น คุ้มครองชื่อเสียงและความนิยมของสินค้าชุมชน ไม่ว่าจะเป็นความนิยมที่มีในประเทศหรือในตลาดโลก และใช้เป็นเครื่องมือขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสังคมอื่นๆ เช่น เพื่อช่วยให้เกิดการส่งออกสินค้าชุมชน สร้างรายได้ แก้ปัญหาความยากจน การพัฒนาชนบท อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพ ดำรงรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม สร้างกระบวนการเรียนรู้และการจัดการชุมชน และวัตถุประสงค์ทางสังคมอื่นๆ ซึ่งทั้งหมดนี้จะสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยเน้นในบทบาทของกฎหมายลักษณะนี้ในการส่งเสริมการส่งออก และในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากสารนิพนธ์เรื่อง “วิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆที่เกี่ยวกับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศไทย” โดย นายนเรศ ชูดวง พบว่าหลักเกณฑ์ในการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศไทย ตามที่ได้ศึกษามานี้ ยังมีข้อบกพร่องหรือจุดอ่อนอยู่หลายประการ ซึ่งทำให้คนในชุมชนหรือผู้ที่ ประสงค์จะขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังขาดศักยภาพที่จะขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ประเทศไทยควร แก้ไขพระราชบัญญัติ คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ให้มีความเหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน และกำหนดให้ หน่วยงานราชการหลายหน่วยงานที่มีเขตรับผิดชอบในพื้นที่เดียวกันและสามารถขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้เหมือนกัน และควรที่จะกำหนดให้มีหน่วยงานของรัฐ เป็นตัวแทนของ ประชาชนนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปขึ้นทะเบียนแทน และมีหน่วยงานที่จะให้ความช่วยเหลือหรือให้คำปรึกษาทางวิทยาศาสตร์ที่แสดงว่าแหล่งภูมิศาสตร์นั้นมีอิทธิพลต่อตัวสินค้านั้นจริง และที่สำคัญควรที่จะให้ความรู้แก่ประชาชนหรือบุคคลที่ต้องการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์

เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นเข้าใจระเบียบและวิธีการต่างๆ และสามารถเตรียมความพร้อม ในการขอขึ้นทะเบียนได้อย่างไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคใดๆ

งานวิจัยเรื่อง ปัญหาการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ศึกษากรณีผลิตภัณฑ์อาหารไทยพื้นบ้าน (ผัดหมี่โคราช) โดย รัฐศิริรินทร์ ตมิศานนท์ พบว่า กฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยมีการจัดตั้งระบบการ คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามแนวทางของสหภาพยุโรป โดยให้มีการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์และให้มีการตรวจสอบความถูกต้องของแหล่งภูมิศาสตร์รวมทั้งมีการควบคุมคุณภาพ ของสินค้าให้มีมาตรฐานตามที่กำหนด ทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นถึงนโยบายของรัฐที่ต้องการจะใช้กฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น เพื่อ คุ้มครองผู้บริโภคและเพื่อเปิดตลาดสินค้าส่งออกของชาติตน จากการศึกษากฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทั้งของประเทศไทยและประเทศอินเดียพบว่า ต่างมีทั้งจุดอ่อนและจุดแข็ง แตกต่างกัน ในส่วนของกฎหมายไทยยังคงมีบางประเด็นที่ควรได้รับการแก้ไขเพื่อให้เกิด ประโยชน์สูงสุดต่อการให้ความคุ้มครองอาหารไทยพื้นบ้าน (ผัดหมี่โคราช) ประการแรก ผู้ศึกษาเห็นว่าควรมีการนำหลักการแบ่งปันผลประโยชน์และหลัก PGI หรือ Protected Geographical Indications มาปรับใช้ควบคู่กันไปด้วยโดยอนุญาตให้นำเข้าวัตถุดิบจากแหล่งอื่นเพื่อใช้ในการผลิต และการยินยอมให้ทำการผลิตสินค้าบางชิ้นตอนนอกพื้นที่ เพื่อที่จะช่วยให้การผลิตสินค้าเป็นไปอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับลักษณะของสินค้าและสภาพ ธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันต้องมีการตรวจสอบมาตรฐานและประเมินคุณภาพสินค้าอย่างสม่ำเสมอ โดยรัฐหรือหน่วยงานของรัฐและสมาคมหรือชุมชนในท้องถิ่นนั้น ประการที่สอง ควรแก้ไขเพิ่มเติมนิยามศัพท์กฎหมายในส่วนนี้ให้ครอบคลุมถึง กรรมวิธี ขั้นตอน หรือกระบวนการในการผลิตด้วยรวมถึงควรมีบทอธิบายเพิ่มเติมเพื่อขยายความ ของนิยามศัพท์นั้นๆไว้ในตอนท้ายเพื่อช่วยให้การใช้การตีความกฎหมายครอบคลุมถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในกรณีอื่นๆ ด้วย ประการสุดท้ายกฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยมีแต่การกำหนดโทษทางอาญาไว้เท่านั้นแต่ไม่ได้มีการกำหนดมาตรการในการลงโทษทางแพ่งเอาไว้ ดังนั้นจึงควรมีการนำหลักเกณฑ์การใช้สิทธิเรียกร้องค่าเสียหายทางแพ่งมาปรับใช้ด้วยจึงจะทำให้กฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยสามารถคุ้มครองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยเรื่อง “กลไกการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนทรัพย์สินทางปัญญา ประเภทสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จังหวัดนครปฐม” โดย เทพรัตน์ พิมลเสถียร ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยมีความรู้มากที่สุดที่ประเด็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สามารถเสริมสร้างเอกลักษณ์ที่ดีของ

จังหวัด สำหรับบทบาทการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในการป้องกัน และส่งเสริมผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์พบว่า ภาพรวมประชาชนมีส่วนร่วมในการป้องกัน และส่งเสริมผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อยู่ใน ระดับน้อยที่สุด โดยน้อยที่สุดในประเด็น การมีส่วนร่วมวางแผนในการจัดสรรเงินงบประมาณเพื่อปกป้องและส่งเสริมผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และงานวิจัยยังพบอีกว่าปัจจัยสำคัญที่จะส่งเสริมความสำเร็จในการป้องกันและ ส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญาในระดับจังหวัด มี 5 ประการ ประกอบด้วย 1.ประชาชน 2.ผู้เชี่ยวชาญ ทั้งทางด้าน การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาด 3.งบประมาณ 4. หน่วยงานภาครัฐ 5.ถูกกำหนดเป็นนโยบายระดับประเทศ นอกจากนี้งานวิจัยยังได้นำเสนอ แนวทางและรูปแบบในการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมในการปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยให้ สำนักงานจังหวัดมีการจัดตั้งหน่วยงานดูแลและส่งเสริมอาชีพและสินค้าของหมู่บ้านหรือกลุ่มแม่บ้านที่ ได้มีการสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นและภาครัฐควรมีนโยบาย แนวทาง โครงการ มาตรการในการสนับสนุน เกี่ยวกับการเสริมสร้างความรู้ส่งเสริมการมีส่วนร่วม ในการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาประเภทสิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) พหุกรณีศึกษา (Multi-case study) มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของการเรียนรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม 2) เพื่อนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ซึ่งแบ่งการดำเนินการวิจัยเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ความแตกต่างของการเรียนรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

การดำเนินการวิจัยในตอนที่ 1 นี้ ผู้วิจัยดำเนินการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการคัดเลือกกรณีศึกษาเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของการเรียนรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีรายละเอียดดังนี้

1. การคัดเลือกกรณีศึกษา

การคัดเลือกพื้นที่หรือชุมชนเพื่อใช้เป็นกรณีศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกพื้นที่แบบเจาะจงจำนวน 2 กลุ่ม คือ 1) ชุมชนที่มีสินค้าขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้ง 3 ระยะ จำนวนระยะละ 1 ชุมชน และ 2) ชุมชนเทียบเคียงที่มีสินค้าชนิดเดียวกัน แม้จะไม่ได้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือขึ้นทะเบียนแต่ไม่สามารถเข้าถึงการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้อย่างสมบูรณ์ เพื่อเปรียบเทียบกับชุมชนที่มีสินค้าขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทั้ง 3 ระยะ จำนวนระยะละ 1 ชุมชน มีรายละเอียดดังนี้

1.1 หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกกรณีศึกษา

1.1.1 การคัดเลือกพื้นที่ ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกพื้นที่แบบเจาะจง จากการเสนอชื่อของผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการเสนอชื่อชุมชนจากระยะของวงจรการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 3 ระยะ คือ 1) ระยะการสร้างสรรค์ ได้แก่ ชุมชนที่มีสินค้ามีชื่อเสียงและมีศักยภาพแต่ยังไม่มีขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 2) ระยะการขอคุ้มครองสิทธิ ได้แก่

ชุมชนที่มีสินค้าอยู่ระหว่างการพิจารณาขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และ 3) ระยะเวลาใช้ประโยชน์และแผ่รังสีสิทธิ ได้แก่ ชุมชนที่มีสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้ว เลือกระยะเวลา 1 ชุมชน

1.1.2 เกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 4 คน มีคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้

- 1) มีความรู้เรื่องพื้นที่ที่มีการจัดทรัพยากรธรรมชาติ
- 2) มีความรู้เรื่องการส่งเสริมการเกษตรและสินค้าการเกษตร
- 3) มีหน้าที่ในการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 4) มีหน้าที่ ประสบการณ์ ปฏิบัติการในการส่งเสริมการเกษตรหรือผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น
- 5) เป็นผู้ที่ทำงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนจากฐานทรัพยากรท้องถิ่น เช่น สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ

1.1.3 การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิตามเกณฑ์ที่กำหนด จำนวน 4 คน ได้แก่

- 1) นางปัจฉิมา ธนสันติ อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญาระทรวงพาณิชย์
- 2) นายเสมอ ลิ้มชูวงศ์ ที่ปรึกษาด้านการจัดการชุมชนสำนักพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์กรมมหาชน)
- 3) นายบุญเกียรติ ไทรชมพู รองศาสตราจารย์ ประจำคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
- 4) นายวีระยุทธ เชื้อไทย รองผู้อำนวยการสำนักบริการผู้ประกอบการ สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

1.1.4 หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกชุมชน ตามเกณฑ์การคัดเลือกชุมชน ได้แก่ เป็นชุมชนที่ผู้วิจัยใช้รายชื่อชุมชนที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอชื่อซ้ำกันมากที่สุดเป็นลำดับแรกของแต่ละระยะ ในกรณีที่ไม่มีซ้ำชื่อ ผู้วิจัยจะเสนอรายชื่อทั้งหมดที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอมาและนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิเลือกจากรายชื่อทั้งหมดอีกครั้งหนึ่ง หรือคัดเลือกโดยใช้ความหลากหลายของชุมชนตามประเภทสินค้าและภูมิภาคชุมชน

1.1.5 การคัดเลือกชุมชน โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 4 คน เลือกตามเกณฑ์ พื้นที่ที่กำหนดขึ้นข้างต้น โดยมีสินค้าสิ่งปฏิกูลทางภูมิศาสตร์ 3 ชุมชน ซึ่งผลการคัดเลือกพื้นที่ได้ดังนี้

- 1) ระยะเวลาสร้างสรรค์ ได้แก่ ชุมชนหมากเม่าสกลนคร จังหวัดสกลนคร
- 2) ระยะเวลาขอกู้มครองสิทธิ ได้แก่ ชุมชนกาแพดงมะไฟ จังหวัดนครราชสีมา
- 3) ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเผื่อระวางสิทธิ ได้แก่ ชุมชนส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม

1.1.6 การคัดเลือกพื้นที่เทียบเคียง 3 ชุมชน ตามเกณฑ์การเลือกพื้นที่เทียบเคียง ได้แก่ เป็นพื้นที่ใกล้เคียงกันและมีสินค้าประเภทเดียวกัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ ชื่อสมมติ เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากมีข้อจำกัดของจำนวนชุมชนที่มีในวงจำกัด และ ประกอบกับการให้โอกาส (ความร่วมมือ) แก่นักวิจัย

- 1) ระยะเวลาสร้างสรรค์ เป็นชุมชนที่มีสินค้าประเภทเดียวกับชุมชนหมากเม่าสกลนคร จึงขอใช้ชื่อสมมติ “ชุมชนหมอกคาม”
- 2) ระยะเวลาขอกู้มครองสิทธิ เป็นชุมชนที่มีสินค้าประเภทเดียวกับชุมชนกาแพดงมะไฟ จึงขอใช้ชื่อสมมติ “ชุมชนปางดำ”
- 3) ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเผื่อระวางสิทธิ เป็นชุมชนที่มีสินค้าประเภทเดียวกับชุมชนส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม จึงขอใช้ชื่อสมมติ “ชุมชนศรีเกษตร”

1.1.7 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล จำนวน 8-10 คน ได้แก่

- 1) ผู้นำชุมชน ได้แก่ ผู้นำกลุ่ม/ชมรม/วิสาหกิจชุมชน ผู้นำกลุ่มผลิต/แปรรูปสินค้าชุมชน
- 2) ผู้ปลูก ผู้ผลิต ผู้แปรรูป เกษตรกรสมาชิกกลุ่ม/ชมรม/วิสาหกิจชุมชน
- 3) เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ
- 4) อาจารย์/นักวิชาการสถาบันอุดมศึกษา

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ดังนี้

2.1.1 การศึกษาเอกสาร เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบริบทชุมชน ความแตกต่างของการเรียนรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม โดยศึกษาข้อมูลจากหนังสือ วารสาร เอกสารและเว็บไซต์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายที่เกี่ยวข้อง เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานและสถาบันที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เอกสารจากองค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเอกสารการประชุมต่างๆ ของชุมชน หน่วยงานและสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกชุมชน

2.1.2 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเอกสาร

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเอกสาร โดยพิจารณาจากผู้จัดทำเอกสาร แหล่งที่มาของเอกสาร ซึ่งเป็นเอกสารที่จัดทำโดยชุมชน หรือ นักวิชาการ หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือ หน่วยงานที่เป็นที่ยอมรับและสามารถตรวจสอบได้ รวมทั้งพิจารณาจากความสมบูรณ์ครบถ้วนของเอกสาร วัตถุประสงค์ของเอกสาร และเนื้อหาที่ตรงหรือสอดคล้องกับประเด็นที่จะทำการศึกษาวิจัย

2.1.3 การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

ผู้วิจัยนำเอกสารต่างๆ มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา แบ่งเป็น 1) เนื้อหาเกี่ยวกับบริบทของชุมชน 2) เนื้อหาเกี่ยวกับความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 3) เนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม 4) เนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม และ 5) เนื้อหาเกี่ยวกับปัจจัยและความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อเสริมสร้างการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อสร้างเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม โดยนำข้อมูลที่ได้มาตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) เพื่อสรุปผลข้อมูลเป็นเชิงพรรณนา สำหรับนำไปประกอบและตรวจสอบกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากส่วนอื่น

2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก

ในการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการเรียนรู้ของชุมชนในการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของชุมชน มีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่

1) ระยะเวลาสร้างสรรค์ ได้แก่ ชุมชนหมากเฒ่าสกลนคร จังหวัดสกลนคร

1.1) ชุมชน

- (1) นายคนพ วรรณวงศ์ ผู้ร่วมก่อตั้งชมรมหมากเฒ่าสกลนคร
- (2) นายเกรียงไกร นาคสวัสดิ์ ประธานชมรมหมากเฒ่าสกลนคร
- (3) นายทินกร ศรีศิลป์ ผู้ใหญ่บ้านโนนหัวช้าง
- (4) พระอาจารย์ดำเกิง วรอุฒโฒ เจ้าอาวาสวัดป่าดงชมพูพาน

1.2) หน่วยงานรัฐ

- (1) นายค่านวณ สุวรรณดี พาณิชย์จังหวัด
- (2) ว่าที่ ร.ต.หญิง ธนวรรณ ชินชัยจุฑา นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ
- (3) นายเอกวัตร หมูแสนกอ นักพัฒนาชุมชน
- (4) นางสาวณัฐธิญา กงภูธร เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (สพภ.)

1.3) สถาบันการศึกษา

- (1) อาจารย์ ดร.สุดารัตน์ สุกุลคู มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
อีสาน วิทยาเขตสกลนคร

2) ระยะเวลาขอมัครองสิทธิ ได้แก่ ชุมชนกาแพดงมะไฟ จังหวัด

นครราชสีมา

2.1) ชุมชน

- (1) นายนพดล ม่วงแก้ว ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ
อารา บิแกและมะคาเดเมีย แบบประชาอาสาบ้านดงมะไฟ
- (2) นายวิเชียร อะมะโส รองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ
อารา บิแกและมะคาเดเมียแบบประชาอาสาบ้านดงมะไฟ
- (3) นายบุญชู ประจงบัว สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแพ
อารา บิแกและมะคาเดเมียแบบประชาอาสาบ้านดงมะไฟ

2.2) หน่วยงานรัฐ

- (1) นายปฏิพัทธ์ ปานสุนทร เจ้าหน้าที่กลุ่มสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.3) สถาบันการศึกษา

- (1) อาจารย์ ดร.ธีรพงษ์ คณาศักดิ์ หัวหน้าศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา และรองประธานหอการค้าจังหวัด
- (2) นางสาวศิริกมล เชื่อมชิต เจ้าหน้าที่ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

3) ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเผื่อระวางสิทธิ ได้แก่ ชุมชนส้มโอขาวใหญ่ สมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม

3.1) ชุมชน

- (1) นายสมทรง แสงตะวัน เกษตรกรผู้รู้
- (2) นายเสียง อินทร์ประเสริฐ สมาชิกสภาเกษตรกรจังหวัดสมุทรสงคราม และสมาชิกสภาเกษตรกรจังหวัดสมุทรสงคราม
- (3) นายพีจิต บริบูรณ์ สมาชิกกลุ่มพัฒนาส้มโอคุณภาพ
- (4) นายวันชัย เทียนศาสตร์ เกษตรกรผู้ปลูกส้มโอ

3.2) หน่วยงานรัฐ

- (1) นางสาวสวิตตา สามัคคี นักวิชาการพาณิชย์ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด
- (2) นายวันชัย นิลวงศ์ เกษตรอำเภออัมพวา
- (3) นายรังสรรค์ จันทน์สมวงศ์ เกษตรตำบลบางขันแตก
- (4) นายวันชัย คนงาม สำนักงานเกษตรจังหวัด
- (5) นายวิศิษ บ่อสารคาม สำนักงานเกษตรจังหวัด

2.2.2 ผู้ให้ข้อมูลชุมชนเทียบเคียง

1) ระยะเวลาสร้างสรรค์ ได้แก่ ชุมชนหมอกคาม (นามสมมติ)

1.1) ชุมชน

- (1) นางพร (นามสมมติ) ประธานกลุ่มสตรีสตรีสุวรรณ
- (2) นายนคร (นามสมมติ) ประธานกลุ่มเกษตรกรหนองนา

1.2) หน่วยงานรัฐ

- (1) นางสาวปิ่น (นามสมมติ) เจ้าหน้าที่กลุ่มสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2) ระยะเวลาขอกู้มครองสิทธิ ได้แก่ ชุมชนปางดำ (นามสมมติ)

2.1) ชุมชน

- (1) นายอริชาติ (นามสมมติ) เกษตรกร
- (2) นายอนุชา (นามสมมติ) ผู้ใหญ่บ้านและเกษตรกร
- (3) นายอนุวัชร (นามสมมติ) ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านและเกษตรกร
- (4) นางวันนี (นามสมมติ) เกษตรกร
- (5) นายมารวย (นามสมมติ) ข้าราชการครูและเกษตรกร

2.2) หน่วยงานรัฐ

- (1) นายแทน (นามสมมติ) เจ้าหน้าที่กลุ่มสิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์

3) ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเผื่อระวางสิทธิ ได้แก่ ชุมชนศรีเกษตร (นามสมมติ)

3.1) ชุมชน

- (1) นายสุทน (นามสมมติ) ประธานกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอ
- (2) นายสุชาติ (นามสมมติ) เกษตรกร
- (3) นายประกิต (นามสมมติ) เกษตรกร

3.2) หน่วยงานรัฐ

- (1) นางสาวลออ (นามสมมติ) เกษตรตำบล
- (2) นายวุฒิ (นามสมมติ) ผู้ใหญ่บ้าน
- (3) นายแทน (นามสมมติ) เจ้าหน้าที่กลุ่มสิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์

2.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง เป็นประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยเงื่อนไขการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของชุมชน แบบสัมภาษณ์ แบ่งเป็น 2 ชุด แยกสำหรับชุมชนที่มีสิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์ และชุมชนที่ไม่มีสิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งแบบสัมภาษณ์ทั้งสองชุด มีโครงสร้างประเด็นคำถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถการจัดการสิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้ของชุมชน ความเป็นมาในการเรียนรู้ ปัจจัยที่ส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเรียนรู้ของชุมชนในการสร้างเสริมความสามารถจัดการสิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของชุมชน

2.2.3.1 การสร้างเครื่องมือและทดลองใช้เครื่องมือมีขั้นตอน ดังนี้

- 1) ศึกษาตำราวิชาการ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดข้อคำถามและรูปแบบของแบบสัมภาษณ์
- 2) กำหนดจุดมุ่งหมายและเนื้อหาที่ต้องการสัมภาษณ์
- 3) ร่างข้อคำถามให้สอดคล้องกับหัวข้อและวัตถุประสงค์
- 4) นำร่างแบบสัมภาษณ์เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก เพื่อตรวจสอบความตรงและเหมาะสมของเนื้อหาและข้อคำถาม
- 5) แก้ไขปรับปรุงร่างแบบสัมภาษณ์ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
- 6) นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลอง สัมภาษณ์ ผู้นำชุมชนที่ชุมชนและเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอ ตำบลไทยวาส อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นชุมชนที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จำนวน 5 คนเพื่อทดสอบว่าคำถามแต่ละข้อแต่ละตอนในแบบ สัมภาษณ์สามารถสื่อความหมายตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการ มีความ เหมาะสมกับเวลาและการดำเนินการเก็บข้อมูล

2.2.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูล โดยทำการนัดหมายวัน เวลา ในการเดินทางไปสัมภาษณ์ และขอคำแนะนำจากผู้ให้ข้อมูลเพื่อให้ผู้วิจัยไปสัมภาษณ์บุคคลอื่นต่อไป โดยใช้วิธีการ Snowball technique โดยผู้วิจัยมีหน้าที่สัมภาษณ์ด้วยตนเอง และบันทึกข้อมูลโดยใช้เครื่องบันทึกเสียง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ ครบถ้วนมาดำเนินการวิเคราะห์ต่อไป

2.3 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบริบทชุมชนเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยและความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม สำหรับนำมาตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการใช้การสังเกต จดบันทึก ดังนี้

2.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสังเกต โดยใช้กรอบการสังเกตดังนี้

1) การกระทำ (Acts) คือ การใช้ชีวิตประจำวัน การกระทำ พฤติกรรมต่าง ๆ ของคนในชุมชนเกี่ยวกับการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของชุมชน

2) แบบแผนการกระทำ (Activities) คือ การกระทำ พฤติกรรมที่เป็นกระบวนการมีขั้นตอน และมีลักษณะต่อเนื่องจนเป็นแบบแผน ซึ่งชี้ให้เห็นถึงสถานภาพ บทบาท และหน้าที่ของคนในชุมชนเกี่ยวข้องกับปัจจัยและความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

3) ความหมาย (Meaning) คือ การให้ความหมายแก่การกระทำหรือแบบแผนการพฤติกรรมในการกระทำ หรือแบบแผนการกระทำ

4) ความสัมพันธ์ (Relationship) คือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำชุมชน ระหว่างคนในชุมชน และความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับบุคคล/หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของชุมชน

5) การมีส่วนร่วมในกิจกรรม (Participation) คือ การที่คนในชุมชนให้ความร่วมมือและยินยอมเป็นส่วนประกอบของโครงสร้างสังคมในส่วนที่เกี่ยวกับการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

6) สภาพสังคม (Setting) คือ สิ่งแวดล้อมต่างๆ ของชุมชน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล วัฒนธรรม ความเชื่อ วิถีชีวิต การควบคุมพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของชุมชน

2.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยผู้วิจัยเข้าไปในชุมชนหรืองานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นแบบเปิดเผยและสังเกตการณ์ตลอดเวลาที่อยู่ในชุมชนหรือร่วมงาน และในระหว่างดำเนินการจะเก็บข้อมูลด้วยวิธีการหลากหลาย เช่นจดบันทึกข้อมูล ถ่ายภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหว

3. การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูลโดยวิธีการสามเส้า (Triangulation) ได้แก่

3.1 การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) เป็นการตรวจสอบจากเอกสารที่ได้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ เอกสารต่าง ๆ ที่ชุมชนจัดทำขึ้น เอกสารที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำขึ้น เอกสารจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ตลอดจนการสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล

3.2 การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) เป็นการตรวจสอบจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

เมื่อได้ข้อมูลดังกล่าวแล้วผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาตรวจสอบเปรียบเทียบความถูกต้องตรงกันและความครบถ้วนของข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการตีความข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Induction) โดยการวิเคราะห์ปัจจัยและความแตกต่างของการเรียนรู้ความแตกต่างการเรียนรู้ของชุมชนที่มีกับไม่มีสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตามแนวคิดของ Anthony Giddens ว่าด้วยโครงสร้างและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ของผู้กระทำการ ภายใต้กฎ เกณฑ์ ระเบียบและทรัพยากรของชุมชน (rules and resources) มิติของเวลาและพื้นที่ (time and space) โดยการใช้การจำแนกข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่ และใช้กรอบแนวคิดองค์ประกอบของการเรียนรู้ ได้แก่ เนื้อหาการเรียนรู้ และวิธีการเรียนรู้ ฐาน/แหล่งการเรียนรู้ นำเสนอการวิจัยโดยการพรรณนาความ

ตอนที่ 2 การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชน เพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ในตอนต้นที่ 2 ผู้วิจัยใช้วิธีการประยุกต์ใช้เทคนิควิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยดำเนินการศึกษา ดังนี้ 1) ยกร่างรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่ได้จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์การเรียนรู้จากพื้นที่ ทั้ง 6 ชุมชน 2) นำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมไปเสนอต่อชุมชน จำนวน 1 ชุมชน 3) ผลการนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

1. การยกร่างรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ผู้วิจัยนำผลการวิจัยที่ได้จากการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 และขั้นตอนที่ 2 มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ประกอบกันเป็นร่างรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และนำร่างรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนไปขอข้อคิดเห็นจากอาจารย์

ที่ปรึกษาและนำมาพิจารณาปรับปรุงร่างรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2. การคัดเลือกชุมชน

จากการพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ผู้วิจัยได้นำรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนดังกล่าวเสนอต่อชุมชน จำนวน 1 ชุมชน คือ ชุมชนลุ่มน้ำพระใหญ่ (นามสมมุติ) ซึ่งเป็นชุมชนที่ผู้วิจัยได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่กลุ่มสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีผลไม้ที่มีศักยภาพในการเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยทางกลุ่มสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้เข้าศึกษาความเป็นไปได้ในพื้นที่และจัดประชุมเพื่อนำเสนอสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้ชุมชนทราบรายละเอียดเบื้องต้นแล้ว แต่ชุมชนยังไม่มีความรู้ในเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผู้วิจัยจึงต้องการนำรูปแบบการเรียนรู้ที่ได้จากศึกษาชุมชนทั้ง 6 ชุมชนไปทดสอบรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม โดยการนำเสนอและให้คำแนะนำ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการนำรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่พัฒนานี้ไปทดลองใช้ และเพื่อวิเคราะห์แนวทางการปรับประยุกต์ใช้รูปแบบดังกล่าว โดยผลจากการนำเสนอรูปแบบไปทดลองใช้และแนวทางการปรับประยุกต์ใช้รูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

2.1. การเข้าถึงชุมชน

ผู้วิจัยได้เดินทางไปแนะนำตนเองและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้นำชุมชนและสมาชิกในชุมชน โดยการติดต่อประสานผ่านคนรู้จักผู้นำชุมชนในช่วงเดือนพฤษภาคม 2559 และได้มีเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้นำและคนในชุมชน ในช่วงทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของชุมชน และเตรียมการนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม รวมถึงการติดต่อประสานงานเพื่อขอสัมภาษณ์ข้อมูลเพิ่มเติมจากสมาชิกในชุมชน

2.2. การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของชุมชน

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของชุมชนจากเอกสาร และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม มีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 การศึกษาเอกสาร

เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบริบทของชุมชนการเรียนรู้ของชุมชน ที่มีศักยภาพในการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1) เอกสารที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

- (1) เอกสารข้อมูลเกี่ยวกับชุมชน
- (2) หนังสือและเอกสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าของชุมชน
- (3) เอกสารการคุ้มครองเป็นทรัพย์สินทางปัญญา/สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของสินค้าอื่นในชุมชน
- (4) หนังสือหรือเอกสารที่เกี่ยวกับการเรียนรู้ของชุมชนในการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของชุมชน จังหวัด หรือนโยบาย แผนปฏิบัติการ

2) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเอกสาร

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเอกสารโดยพิจารณาจากผู้จัดทำเอกสาร แหล่งที่มาของเอกสาร ซึ่งเป็นเอกสารที่จัดทำโดยชุมชน หรือนักวิชาการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือหน่วยงานที่ได้รับการยอมรับ และสามารถตรวจสอบได้ ตลอดจนดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหาในเอกสาร วัตถุประสงค์ รวมทั้งพิจารณาเนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับเรื่องการเรียนรู้ของชุมชนในการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

2.2.2 การสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง

เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบริบทชุมชน โครงสร้างและปัจจัยปัจจัยเงื่อนไขการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของชุมชน

2.2.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ได้แก่แบบสัมภาษณ์

แบบกึ่งมีโครงสร้างในประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยเงื่อนไขการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของชุมชน: ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์แบบเดียวกับที่ใช้ในตอนที่ 1 โดยใช้แบบสัมภาษณ์ชุด สำหรับชุมชนที่ไม่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.2.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการติดต่อสมาชิกองค์การบริหารส่วน ตำบลเพื่อนัดหมายเวลาในการเดินทางไปสัมภาษณ์และให้ช่วยแนะนำประสานงานให้ผู้วิจัยไปพบและสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนอื่นๆต่อไป โดยใช้วิธี snowball technique ซึ่งผู้วิจัยทำหน้าที่สัมภาษณ์และบันทึกข้อมูลการสัมภาษณ์ด้วยตนเองร่วมกับการใช้เครื่องบันทึกเสียง เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนนำมาวิเคราะห์

2.2.3. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

- 1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสังเกต เหมือนกันกับที่ใช้สังเกตในตอนที่ 1
- 2) การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยลงพื้นที่เข้าไปในชุมชนแบบเปิดเผยและทำการสังเกตการณ์ตลอดระยะเวลาที่อยู่ในชุมชน โดยทำการบันทึกข้อมูลและถ่ายภาพประกอบ

2.1.3.3 การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูลโดยวิธีการสามเส้า (Triangulation) ได้แก่

- 1) การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) เป็นการตรวจสอบจากเอกสารที่ได้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ได้แก่ เอกสารต่าง ๆ ที่ชุมชนจัดทำขึ้น เอกสารที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำขึ้น เอกสารจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ตลอดจนการสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล

- 2) การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) เป็นการตรวจสอบจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

เมื่อได้ข้อมูลดังกล่าวแล้วผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาตรวจสอบเปรียบเทียบความถูกต้องตรงกันและความครบถ้วนของข้อมูล

2.1.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการตีความข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Induction) โดยการจัดแบ่งข้อมูลเป็นหมวดหมู่ การเปรียบเทียบข้อมูล โดยอาศัยทฤษฎีการก่อตัวของโครงสร้างความสัมพันธ์ตามแนวคิดของ Anthony Giddens ว่าด้วยโครงสร้างและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ของผู้กระทำการ ภายใต้กฎ เกณฑ์ ระเบียบและทรัพยากรของชุมชน มิติของ

เวลาและพื้นที่ และใช้กรอบแนวคิดองค์ประกอบของการเรียนรู้ ได้แก่ เนื้อหาการเรียนรู้ และวิธีการเรียนรู้ ฐาน/แหล่งการเรียนรู้ นำเสนอการวิจัยโดยการพรรณนาความ

2.3 การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อการสร้างเสริมความสามารถ การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมต่อชุมชน

ผู้วิจัยได้นำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม โดยการนำเสนอผลการศึกษาของชุมชน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มเห็นรูปธรรมของชุมชนถึงจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคที่เกี่ยวข้อง แล้วจึงนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม พร้อมอธิบายและยกตัวอย่างประกอบ

2.4 ผลการนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อการสร้างเสริม ความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมต่อชุมชน

ผู้วิจัยดำเนินการประเมินผลการนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของชุมชน โดยการนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ให้ผู้นำและสมาชิกในชุมชน หลังจากนั้นได้สัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้นำชุมชนเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบการเรียนรู้ ปัจจัยและเงื่อนไขต่าง ๆ แนวทางในการนำรูปแบบการเรียนรู้ไปใช้ และผู้วิจัยดำเนินการบันทึกข้อมูลจากการสอบถาม การสัมภาษณ์ เทปบันทึกเสียง นำข้อมูลที่ได้นำมาจัดหมวดหมู่ วิเคราะห์เนื้อหา และการตีความข้อมูลแบบอุปนัย แล้วนำเสนอการวิจัยโดยการพรรณนาความ

นอกจากนี้ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิจัย เรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยและความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานการณ์การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชน

1.1 ระยะเวลาสร้างสรรค์

1.1.1 ชุมชนหมากเม่าสกลนคร

1.1.2 ชุมชนเทียบเคียง ชุมชนหมอกคาม (นามสมมติ)

1.2 ระยะเวลาขอกู้มครองสิทธิ

1.2.1 ชุมชนกาแปดงมะไฟ

1.2.2 ชุมชนเทียบเคียง ชุมชนปางดำ (นามสมมติ)

1.3 ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ

1.3.1 ชุมชนส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม

1.3.2 ชุมชนเทียบเคียง ชุมชนศรีเกษตร (นามสมมติ)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความแตกต่างของการเรียนรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

2.1. ความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม

2.2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ตอนที่ 3 การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

3.1 การยกกร่างรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

3.2 การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

3.3 ผลการนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

3.4 การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ตอนที่ 1 สถานการณ์การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชน

ผู้วิจัยศึกษาชุมชนและได้วิเคราะห์สถานการณ์การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชนตามระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้ง 3 ระยะ ดังนี้

1.1 ระยะการสร้างสรรค์

1.1.1 ชุมชนหมากเฒ่าสกลนคร จังหวัดสกลนคร

การเปลี่ยนแปลงวิธีการประกอบอาชีพเกษตรจากไร่นาแบบยังชีพมาเป็นเกษตรอุตสาหกรรม เมื่อ ราว 40 ปีที่ผ่านมา จากกระแสการเกษตรระบบการปลูกพืชเชิงเดี่ยว เช่น มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวโพด เป็นการปลูกพืชซ้ำๆ ทำลายดิน ป่าต้นน้ำไม่สามารถกักเก็บน้ำได้ แต่ด้วยหวังว่าเป็นอาชีพที่ได้ผลตอบแทนสูง ทว่าเมื่อเวลาผ่านมากกว่า 10 ปี เกษตรกรกลับมีหนี้สินจากราคาผลผลิตต่ำและรายได้ไม่แน่นอนจากราคาพืชที่ปลูกแปรผันสูงตามราคาตลาด หากมีผลผลิตมากราคาก็จะตกมาก ปัญหาการกระจายพืชผลและการตลาดที่ต้องพึ่งพาคนกลางในการรับซื้อ ไม่สามารถกำหนดราคาเองได้ ปัญหารายได้ไม่พอรายจ่าย เนื่องจากการลงทุนสูงจากการซื้อต้นกล้าหรือเมล็ดพันธุ์ และการใช้สารเคมีเพื่อเพิ่มผลผลิต กำจัดศัตรูพืช ซึ่งส่งผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ป่าต้นน้ำภูพานอันอุดมสมบูรณ์ถูกบุกรุกเพื่อเพิ่มพื้นที่การเกษตร วิถีชีวิตจากที่เคยพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติจากป่าและลำน้ำเปลี่ยนไป กลายเป็นต้องซื้อหาจากภายนอกชุมชนมากขึ้น ส่งผลให้คนในชุมชนอพยพย้ายถิ่นฐานไปหาความเจริญภายนอก บางส่วนละทิ้งครอบครัวไปหางานทำในเมืองใหญ่

จากสภาพปัญหาที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในปี พ.ศ. 2525 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระราชทานพระราชดำริเกี่ยวกับศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานฯ เป็นครั้งแรก ทรงให้พิจารณาวางโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานตามพระราชดำริ จังหวัดสกลนคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทดลอง งานพัฒนาแบบเบ็ดเสร็จ อันได้แก่ การพัฒนาป่าไม้ การเกษตรต่างๆ ตามความเหมาะสม รวมทั้งการดำเนินงานด้านเกษตรอุตสาหกรรม สำหรับเป็นตัวอย่าง อันจะนำไปสู่ความสามารถในการพึ่งตนเองได้ต่อไป จากเอกสารส่วนพระองค์ที่ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานแก่สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (กปร.) มีความตอนหนึ่งว่า "...ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพาน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร เดิมเป็นป่าโปร่ง คนไปตัดไม้สำหรับเป็นฟืนและใช้พื้นที่สำหรับทำการการเกษตรกรรม ป่าไม้ที่อยู่เหนือพื้นที่ถูก

ทำลายไปมาก จึงไม่มีน้ำในหน้าแล้ง น้ำไหลแรงในหน้าฝน ทำให้มีการชะล้าง (Erosion) หน้าดิน (Top Soil) บางลง และเกลือที่อยู่ข้างใต้จะขึ้นเป็นหย่อมๆ..." (กรมชลประทาน, 2552)

จากผลสำเร็จของศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานฯ จากการศึกษา ทดลอง วิจัย ได้เป็นต้นแบบในเรื่อง "สร้างน้ำ เพิ่มป่า พัฒนาชีวิตแบบพอเพียง" อันเป็นประโยชน์ต่อประชาชนที่สนใจนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพและสามารถพึ่งตนเองได้ต่อไป (ศูนย์ศึกษาการพัฒนาภูพานอันเนื่องมาจากพระราชดำริ, 2557)

นายคณพ วรณวงศ์ หรือ ครูคณพ มีภูมิลำเนาเดิมอยู่จังหวัดเพชรบูรณ์ สำเร็จการศึกษา ครุศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเกษตร ขณะนั้นรับราชการครู สอนวิชาอาชีพเกษตรที่โรงเรียนชุมชนบ้านสร้างคือ ใน พ.ศ. 2539 ได้รับเอกสารประชาสัมพันธ์ส่งมาที่โรงเรียนจากสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล (ปัจจุบัน คือ คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร) เรื่องการอบรมของกลุ่มอินแปงในการทำน้ำหมักหม่า จึงเดินทางไปเข้ารับการอบรม เนื่องจาก พ.ศ. 2538 สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนครได้เข้าร่วมกับกลุ่มอินแปงเป็นกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรท้องถิ่น ครูคณพจึงเข้าร่วมรับอบรมการแปรรูปหม่าของอินแปง และได้กลับมาสอนนักเรียนแปรรูปหม่าเป็นน้ำหมักหม่าหม่า สามารถทำจำหน่ายได้จึงเห็นช่องทางทำเป็นอาชีพ

พ.ศ. 2545 ทางจังหวัดสกลนครร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนครจัดเทศกาลหม่าหม่า ครั้งที่ 1 มีวัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์หม่าหม่าสกลนครให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายออกไป และเป็นเวทีสำหรับการพบปะระหว่างผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้แปรรูป และผู้บริโภค โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคี ได้แก่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชน โดยได้จัดให้มีการประกวดผลิตภัณฑ์หม่าหม่า และประกวดผลหม่าหม่า มีเกณฑ์การประกวดเพื่อให้ได้พันธุ์หม่าหม่าที่มีคุณภาพ และเป็นการรวบรวมสายพันธุ์ ซึ่งส่งผลให้หม่าหม่าที่ปลูกหลังจากนี้จึงเป็นพันธุ์หม่าหม่าที่มีคุณภาพดี ครูคณพจึงนำนักเรียนทำน้ำหมักจากผลหม่าหม่ามาแสดงในงานเทศกาลซึ่งประสบความสำเร็จได้รับความสนใจและสามารถผลิตจำหน่ายได้ ต่อมาทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร จึงได้เชิญครูคณพไปเป็นวิทยากรหลายครั้งหลายที่ด้วย โดยเน้นให้ความรู้เรื่องการคัดเลือกสายพันธุ์ การปลูกหม่าหม่า

คนในชุมชนบริเวณภูพานจึงให้ความสำคัญกับหม่าหม่าโดยเฉพาะ โดยมีการรวมตัวจากเกษตรกร ที่มีความสนใจในการปลูกและขยายพันธุ์หม่าหม่าที่ได้รับการขนานนามว่า เซียนหม่า ได้แก่ นายทองเว เพียรกายลุน และ นายชาน แก้วอุ่นเรือน โดยนายทองเว เพียรกายลุน มีภูมิลำเนาเดิมอยู่จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้อพยพครอบครัวมาปักหลักปลูกพืชและไม่ยึดมั่น โดยเริ่มต้นจากการปลูกมะขาม และพวกล้อยหน้า แต่ก็ไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ทั้งนี้ เนื่องจากภาวะของตลาดไม่แน่นอน ประกอบกับมีเกษตรกรปลูกกันมาก ดังนั้น จึงได้หันไปศึกษาเกี่ยวกับหม่าหม่า จนเป็น

ผู้คัดเลือกสายพันธุ์และมีความรู้ความชำนาญในการขยายพันธุ์และการปลูกหมากเฒ่า สำหรับ นายชาน แก้วอุ้นเรือน ภูมิลำเนาอยู่จังหวัดสกลนครอยู่แล้ว ปลูกพืชชนิดอื่นอยู่ก่อน ต่อมาเมื่อเห็นว่ หมากเฒ่า เป็นพืชยืนต้นที่เป็นที่นิยมในพื้นที่ และหาได้ยากพอสมควร จึงศึกษาวิธีการปลูกหมากเฒ่า เพื่อให้เกิดผลผลิตที่รวดเร็ว เพื่อป้องกันกับตลาดที่ขยายตัวอย่างมาก จากความรู้ที่พอมิโดยศึกษาตาม ตำรับตำราที่หาอ่านเอง เรื่องของการทาบกิ่ง จึงคิดหาทางทาบกิ่งที่ทำให้หมากเฒ่ามีผลผลิตดี ซึ่งมีการ ทดลองหลายแบบ จนมีบทบาทสำคัญในการคัดเลือกและขยายพันธุ์หมากเฒ่าในจังหวัดสกลนคร และ เป็นผู้จำหน่ายพันธุ์หมากเฒ่าอีกด้วย ทั้งคู่ได้เข้าร่วมกลุ่มกับครูคนพ เพื่อปลูกและทำการศึกษาวิจัยถึง ที่มาที่ไปของหมากเฒ่าอย่างจริงจัง ตลอดจนการให้ผลผลิตและแหล่งที่มีหมากเฒ่ามากที่สุดด้วย เมื่อ พ.ศ. 2546 ครูคนพ ได้จดทะเบียนดำเนินการธุรกิจ ลักษณะนิติบุคคลได้ทำการผลิตไวน์หมากเฒ่า

“...พอรู้ว่ามันเป็นรายได้ น่าจะเป็นอาชีพได้ ผมก็เลยจดทะเบียนนิติบุคคล เป็นห้าง หุ่นส่วนจำกัด แต่คนอื่นจะจดในนามวิสาหกิจ ในนามกลุ่มเกษตร สหกรณ์ แต่ผม ไม่เอา เพราะว่าการบริหารจัดการ มันไม่สะดวก จึงเป็นบริษัท และก็ไม่ใช่เป็นตัว เป็นตนของคนไทย ด้วยฝั่งลึกของจิตใจคือ การเป็นตัวกู (ขออภัย) ถ้ารวมกลุ่ม ตาย แยกกันจะอยู่ สังเกตนะ ถ้าเป็นวิสาหกิจหรือเป็นกลุ่มเกษตร กลุ่มสหกรณ์ ถ้าดำเนินธุรกิจแล้วมีกำไร มีผลประโยชน์เมื่อไรแตกกันเมื่อนั้น นี่เป็นคนไทย ผมก็ เลยไม่เอา ก็เลยจดทะเบียนนิติบุคคล...”

(นายคนพ วรรณวงศ์, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2557)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ต่อมา ใน ปี พ.ศ. 2547 ครูคนพ และเซียนเฒ่า ทั้ง 2 คน ได้ร่วมกันก่อตั้งและเป็นสมาชิก ชมรมสุราแช่และน้ำผลไม้สกลนคร ซึ่งปัจจุบัน คือ ชมรมหมากเฒ่าสกลนคร ถือเป็นการรวมตัวอย่าง เป็นทางการของ ผู้ปลูก ผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์หมากเฒ่า รวมทั้งนักวิชาการหมากเฒ่า

“...โดยธรรมชาติ ก็มีการรวมกลุ่ม คุยกันอยู่แล้วกัน พอมมีปัญหา เลยมาร่วมกัน คิด รวมกลุ่มเป็นชมรมหมากเฒ่าขึ้นมา ก็เรียกประชุม บริหารได้...”

(นายเกรียงไกร นาคสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2557)

แม้ว่า ผู้ประกอบการในชุมชนหลายแห่ง รวมทั้ง ชมรมหมากเฒ่าสกลนครจะสนใจผลิตไวน์ หมากเฒ่าเนื่องจากเห็นช่องทางการประกอบการเพราะไวน์เป็นเครื่องดื่มที่ส่วนใหญ่มีราคาสูง และไวน์ ที่ผลิตจากองุ่นแดงยังมีสรรพคุณทางยาด้วย จึงสนใจจะผลิตไวน์หมากเฒ่าเพื่อเป็นของขวัญของที่ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ แต่การทำไวน์หมากเฒ่ายังพบอุปสรรคที่สำคัญหลายอย่าง ได้แก่ ความรู้ในการผลิต งบประมาณการลงทุน วัสดุอุปกรณ์หลายอย่างมีราคาแพงและต้องนำเข้าจาก

ต่างประเทศ และเนื่องจากชุมชนไม่ได้มีฐานความรู้เดิมอยู่ก่อนจึงต้องเริ่มใหม่เกือบทั้งหมด นอกจากนั้น ยังมีปัญหาข้อกฎหมายเกี่ยวกับสุราและแอลกอฮอล์ ดังนั้น ชมรมหมากเฒ่าสกจึงเพิ่มจำนวนการผลิตน้ำผลไม้จากหมากเฒ่าเพื่อการจำหน่ายเป็นหลัก สำหรับไวน์หมากเฒ่าจึงเป็นการให้ความสำคัญกับการศึกษาและทดลองมากกว่า

“...เม่ามีความหลากหลายสายพันธุ์ ทำไวน์จึงคุณภาพไม่คงที่ 50% เจือจางจะคুমได้ ถ้า 100% จะคুমไม่ได้ ผู้ประกอบการก็คুমคุณภาพไม่ได้ ตอนนี้นำผลิตภัณท์ที่ดีและขายดี คือ น้ำหมากเฒ่า แต่ตอนแรกที่ตั้ง คือ ไวน์...”

(อาจารย์ ดร. สุดารัตน์ คุสกุล, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2557)

“...แก้ปัญหาวัตถุดิบ ทางมหาวิทยาลัยจัดงานวันเฒ่ามา ให้คนรู้จักมากขึ้นและขยายพันธุ์ต่อ เรียนรู้ไปด้วยกัน เมื่อมหาวิทยาลัยเห็นว่าคুমคุณภาพไม่ได้จึงมีการมาช่วยกันคิดพันธุ์...”

(อาจารย์ ดร. สุดารัตน์ คุสกุล, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2557)

ชุมชนหมากเฒ่าจึงหันมามุ่งเน้นการส่งเสริมการปลูกต้นหมากเฒ่า และการผลิตน้ำผลไม้จากน้ำหมากเฒ่าแทนเพราะทำง่าย จำหน่ายง่าย เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ทางชุมชนจึงผลิตน้ำหมากเฒ่าจำหน่ายเป็นหลัก เมื่อวงจรเศรษฐกิจที่คนปลายน้ำมีช่องทางการจำหน่ายทำให้คนกลางน้ำและคนต้นน้ำ หรือผู้แปรรูปและเกษตรกร สามารถประกอบอาชีพการปลูกและการแปรรูปหมากเฒ่าที่ทำรายได้ได้ การส่งเสริมการปลูกหมากเฒ่าเพื่อเพิ่มวัตถุดิบจึงเป็นการสร้างงานและรายได้แก่ชุมชนมากขึ้น

“...ราคาวัตถุดิบ ถ้าจืด มีผลแน่ เพราะเราก็ต้องมาประชุม มันจะต้องมีการลงทะเบียน มีสมาชิกที่จะมีส่วนได้ส่วนเสีย คนอยู่ต่างจังหวัดก็จะเริ่มกตราคา แต่ถ้าเป็นสมาชิก เรามีการประชุมกันแต่ละปี ในเดือนพฤษภาคมก็มีการประชุมเพื่อตกลงกันว่าปีนี้จะซื้อเฒ่าเท่าไร ระหว่างต้นน้ำ กลางน้ำ แล้วก็เชิญปลายน้ำมาซึ่งเฒ่าเป็นไม้ผลหรือพืชเกษตรที่น้ำจะเป็นตัวอย่างธุรกิจอื่นได้เลย วงจรการทำธุรกิจเฒ่า จะซื้อเฒ่าราคาเท่าไรจะต้องถามคนปลายน้ำ ถ้าซื้อราคาเท่านี้พอจะมีกำไรไหม ถ้าต้นน้ำขายกิโลละ 50 บาท กลางน้ำคุณรับซื้อ 50 บาทได้ไหม ลองไล่ต้นทุ่นดู พอจะมีกำไรไหม จะต้องไล่เป็นทอดๆ ถ้ากิโลเท่านี้จะคুমไหม อยู่ได้ไหม

ถ้าอยู่ได้จึงตัดสินใจเป็นมดออกมา เป็นกลุ่มที่รวมตัวกันของชมรมกับราชชมงคลที่เป็นหน่วยงานที่มาช่วย...”

(นายคณพ วรรณวงศ์, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2557)

“...รายได้แตกต่างจากเดิม มีราคา 30-35 บาทขึ้นไป ลูกดำ 50-70 บาท รั้ววัน ต่อวัน จัดคิว ประสานงาน ให้โควตาการผลิตผลสุกของชมรม โรงงานอยู่ได้ เกษตรกรอยู่ได้ คนขายได้ คนกินได้...”

(นายทินกร ศรีศิลป์, สัมภาษณ์, 24 มีนาคม 2557)

เมื่อน้ำหมากเม่ามีชื่อเสียงระดับหนึ่งทางจังหวัดเสนอชื่อให้ไปร่วมงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี กรุงเทพมหานคร ด้วยประธานชมรมหมากเม่าสกลนครมีวิสัยทัศน์ทางการค้าทางชมรมฯ จึงไปออกร้านจำหน่ายและแนะนำผลิตภัณฑ์หมากเม่า ในงาน ครูคณพ เป็นประธานชมรมฯ ในขณะนั้น ได้พบกับคุณศิริวัฒน์ วรรณวุฒิคุณ ผู้มีประสบการณ์ด้านการเงินและธุรกิจ กำลังมองหาสินค้ามาพัฒนาการตลาด จึงได้มีการพูดคุยและได้ร่วมเป็นพันธมิตรทางการค้า โดยแนะนำแหล่งเงินทุนเพื่อพัฒนาการผลิต และติดต่อทางการตลาดเพื่อให้ผลิตน้ำหมากเม่าบรรจุขวดส่งจำหน่าย นอกจากนั้น ช่วยสมทบเงินกองทุนหมากเม่าซึ่งทางชมรมเป็นผู้บริหารจัดการตามระเบียบของชมรม

พ.ศ. 2549 ชมรมหมากเม่าได้รับการติดต่อจากทางจังหวัดให้ร่วมประชุมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากหมากเม่ามีศักยภาพในการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ชมรมหมากเม่าสกลนครสนใจและแจ้งความประสงค์กับทางสำนักงานพาณิชย์จังหวัด จึงมีการดำเนินการยื่นเอกสารคำร้องขอขึ้นทะเบียน หลังจากยื่นคำร้องขอขึ้นทะเบียนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาแล้ว กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้พิจารณาและส่งเรื่องกลับมาเพื่อขอให้ชี้แจงรายละเอียดและเพิ่มข้อมูลในคำร้อง เช่น ชื่อใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์ รายการสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ขอบเขตแหล่งภูมิศาสตร์ที่ขอขึ้นทะเบียน ในช่วงระยะเวลานั้น มีการเสนอการปรับแก้ไขคำร้องระหว่างกรมทรัพย์สินทางปัญญากับทางจังหวัด ซึ่งแต่ละครั้งต้องใช้ระยะเวลาดำเนินการนานซึ่งอาจเนื่องมาจากเจ้าหน้าที่และงบประมาณการดำเนินการมีจำกัด และเป็นภาระงานใหม่ของจังหวัดที่ไม่มีผู้รับผิดชอบโดยตรง จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้หมากเม่ายังไม่ได้ขึ้นทะเบียนหมากเม่า

“...พอตั้งชมรมหมากเม่าสกลนครแล้ว กรมทรัพย์สินทางปัญญาก็เข้ามาอบรมมาชี้แจงประโยชน์ต่างๆ ผมก็เลยปรึกษากับ ดร.สุดาร์ตน์ ว่าทำยังไง หมากเม่าถึงจะได้ GI แล้วก็ไปปรึกษากับทางพาณิชย์จังหวัดว่าทำยังไง สมัครในนามของ

จังหวัดสกลนคร เจียบไป 5 ปี แล้วก็มาโผล่เมื่อ 3 ปีที่แล้ว บอกว่าคำร้องขอต้อง
แก้ไข ทางจังหวัด ทางราชมณฑลก็ตั้งกรรมการแก้ไข แล้วก็ผมเข้าไปให้ข้อมูล
ใหม่ พอส่งไปก็เจียบ...”

(นายคณพ วรณวงศ์, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2557)

จากนั้น พ.ศ. 2550 ทางชุมชนได้รับการสนับสนุนจากผู้ว่าราชการจังหวัดจัดตั้งศูนย์เรียนรู้
ในการผลิตเครื่องดื่มของชุมชน ซึ่งเป็นฐานการถ่ายทอดเทคโนโลยีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราช
มณฑลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ซึ่งนอกจากคนในชุมชนแล้วยังมีจังหวัดอื่นมาเรียนรู้การปลูกและการ
แปรรูปน้ำหมากเมา เช่น จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งทางชมรมหมากเมาสกลนครพบว่
การปลูกในจังหวัดอื่นนอกเหนือจากบริเวณภูพานจะได้ผลที่แตกต่างไป เช่น มีปัญหาเรื่องผลร่วง ลูก
เล็ก เป็นต้น จนกระทั่ง พ.ศ. 2556 ชมรมหมากเมาสกลนครได้รับการติดต่อจากทางจังหวัดว่า
สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) หรือ สพภ. จะเข้ามามีส่วนร่วมด้าน
วิชาการและประสานงานเพื่อดำเนินการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 3 สินค้า ได้แก่ หมาก
เมา(ผล) น้ำหมากเมา และไวน์หมากเมา โดยจัดให้มีการประชุมร่วมกันของฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ
อาทิ ผู้ว่าราชการจังหวัด พาณิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด นักวิชาการจากสถาบันอุดมศึกษา ภาค
ประชาชน อาทิ ผู้ปลูก ผู้จำหน่าย ผู้แปรรูปหมากเมา และได้ยื่นขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
โดยเป็นการปรับคำร้องขอขึ้นทะเบียนเดิม คือ ”หมากเมาสกลนคร” และมีการยื่นคำร้องขอขึ้น
ทะเบียนใหม่ คือ “น้ำหมากเมาสกลนคร” โดยทั้ง 2 สินค้ายื่นพร้อมกันในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2557

1.1.2 ชุมชนหมอกคาม (นามสมมุติ) พื้นที่เทียบเคียงของชุมชนหมากเมาสกลนคร

ชุมชนหมอกคาม (นามสมมุติ) เป็นชุมชนพื้นที่จังหวัดเทียบเคียงของชุมชนหมากเมาสกลนคร
ที่มีลักษณะภูมิประเทศและสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติใกล้เคียงกัน เป็นชุมชนทำการเกษตรและ
ประสบปัญหาเรื่องการปลูกและผลผลิตการเกษตร เช่นเดียวกัน โดยเป็นพื้นที่ที่มีต้นหมากเมาและมี
การใช้ประโยชน์จากต้นหมากเมาเช่นเดียวกับจังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่เป็นต้นหมากเมาตาม
ธรรมชาติ แม้ว่าคนในชุมชนทราบถึงลักษณะและประโยชน์ของหมากเมา แต่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับสิ่ง
บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และไม่ทราบว่าหมากเมาสกลนครทำการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ใน
พื้นที่ชุมชนหมอกคาม (นามสมมุติ) มีผู้ประกอบการสินค้าหมากเมา จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่

1) กลุ่มสตรีสุวรรณ มีประธานกลุ่มฯ คือ นางพนม (นามสมมุติ) เริ่มการตั้งกลุ่มแปรรูป
สมุนไพรเพื่อผลิตสินค้า พ.ศ. 2545 ตามนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ของกรมพัฒนา
ชุมชน เป็นการรวมกลุ่มผู้หญิงในพื้นที่เพื่อให้ใช้เวลาที่ว่างจากการทำเกษตรมาผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อ
จำหน่ายเป็นรายได้เสริม โดยผลิตผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปผลิตทางเกษตรอินทรีย์หลายรายการ เช่น

เครื่องตีผลไม้หรือสมุนไพร น้ำมันเหลือง แชมพูอัญชัน สบู่และโลชั่นมะหาด โดยนางพนม (นามสมมุติ) เป็นวิทยากรอบรมการแปรรูปสินค้าของศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดและเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัด

สินค้าโอท็อปโดยเฉพาะแชมพูของทางกลุ่มเป็นสินค้าที่จำหน่ายได้จำนวนมาก โดยการดำเนินการนั้น ทางกลุ่มมีหน่วยงานสนับสนุนดูแล หรือ เป็นพี่เลี้ยง หลายหน่วยงาน เนื่องจากนางพนม (นามสมมุติ) เป็นวิทยากรให้หน่วยงานราชการหลายหน่วยงานเป็นระยะเวลาานาน ส่งผลให้รู้จักและได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ มีอุตสาหกรรมภาคและสำนักงานเกษตรร่วมกันออกแบบทำตราสัญลักษณ์ ด้านวิชาการ มีมหาวิทยาลัยมหาสารคามเคยเป็นที่ปรึกษาทางด้านเงินทุน ขณะนี้มีการขยายสถานที่โดยต่อเติมอาคารเพื่อเพิ่มกำลังผลิตโดยใช้งบประมาณบางส่วนจากสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) และกรมพัฒนาชุมชน ส่งเสริมด้านการเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการโอท็อปและเครือข่าย การเพิ่มองค์ความรู้สมัยใหม่

สำหรับหมากเฒ่า กลุ่มฯ ของนางพนม (นามสมมุติ) ได้เข้าร่วมอบรมศึกษาดูงานการแปรรูปหมากเฒ่าจากกลุ่มอินแปง และสถาบันอุดมศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนครมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร และได้ผลิตน้ำหมากเฒ่าและไวน์หมากเฒ่าเพื่อการบริโภคและการจำหน่าย แต่การผลิตไวน์เพื่อจำหน่ายประสบกับปัญหาหลายประการ เช่น หมากเฒ่ามีไม่พอ ยีสต์ในการทำไวน์มีราคาสูง ขาดการส่งเสริมด้านทุนจากรัฐ และการสนับสนุนจากภาครัฐ

“...ได้งบประมาณ ทางสกล ได้เยอะกว่า ขายเป็นเฒ่า สาธารณสุขมาเจอ ไป
แจ้งจับแอลกอฮอล์ ไม่ทราบว่าจะร้องเรียนต่อหน่วยงานใด...”

(นางพร (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 20 ธ.ค. 2557)

ในการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของหมากเฒ่า นางพนมเห็นว่า หากจะขอขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทางกลุ่มฯ น่าจะทำได้ แต่จะต้องปรึกษาทางกลุ่มฯ และหลายๆคนก่อน ทั้งนี้ ในบางปี ทางกลุ่มฯ ไม่ได้ผลิตน้ำหมากเฒ่าและไวน์หมากเฒ่าจำหน่าย เนื่องจากไม่มีวัตถุดิบ และปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อย่างไรก็ตาม การไม่ได้จำหน่ายสินค้าหมากเฒ่า ไม่ได้ส่งผลอย่างใดกับทางกลุ่มฯ เนื่องจากทางกลุ่มฯ มีสินค้าอื่นๆ ที่ต้องผลิตจำนวนมาก และเป็นสินค้าที่เป็นที่รู้จักและสนใจสามารถจำหน่ายได้อยู่แล้ว

2) กลุ่มเกษตรกรหนองนา (นามสมมุติ) ประธานกลุ่มฯ คือ นายนคร (นามสมมุติ) อดีตผู้ใหญ่บ้าน เป็นการรวมกลุ่มเกษตรกรที่ต้องการเพิ่มรายได้จากการทำนา โดยทางกลุ่มฯ มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าหลายประเภท เช่น ข้าวฮาง น้ำผลไม้ เครื่องจักสาน และไวน์หมากเฒ่า นอกจากข้าวแล้ว

การผลิตสินค้าอื่นนั้นทำเพื่อเป็นรายได้เสริมอาชีพชาวนา ก่อนหน้านี้ นายนคร (นามสมมุติ) เคยรวมกลุ่มอยู่กับนางพนม (นามสมมุติ) แล้วแยกออกมา สำหรับผลิตภัณฑ์หมากเฒ่า ในระยะเวลา 10 ปี มาแล้ว ทางกลุ่มเคยเข้าอบรมดูงานหมากเฒ่ากับทางสกลนครเช่นกัน เมื่อทางกลุ่มเห็นโอกาสทางธุรกิจของการผลิตไวน์จึงต้องการผลิตไวน์หมากเฒ่าเพื่อจำหน่าย โดยเห็นว่า หมากเฒ่าของอำเภอนี้มีคุณภาพดีกว่าของทางสกลนคร โดยเป็นหมากเฒ่าป่าคุณภาพดี เพราะดินมีความอุดมสมบูรณ์กว่าทางจังหวัดสกลนคร

“...เพราะน้ำสมบูรณ์ ชีวโคเวตดินเขาแน่นเยอะกว่า หมากเฒ่าที่นี่มีสารสีม่วงมากกว่า (สกลนคร) อีก มีความเข้มข้น ฝาด หวาน เปรี้ยวน้อย เคยไปซื้อตลาดสกลฯ รสชาติเปรี้ยว จืดๆ ไม่อร่อย...”

(นายนคร (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 20 ธ.ค. 2557)

ทางกลุ่มฯ ของนายนคร (นามสมมุติ) ต้องเผชิญกับปัญหาเช่นเดียวกับกลุ่มฯ ของนางพนม (นามสมมุติ) เนื่องจากการผลิตไวน์มีปัญหาหลายอย่าง เช่น หมากเฒ่าไม่เพียงพอ ขาดการสนับสนุนเงินทุน กฎหมายการผลิตสุราและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

“...ทางการไม่ส่งเสริมจริงๆ จังๆ แบบสกลนคร ผู้ว่าเขามีส่วนช่วยมาก กฎระเบียบราชการไม่ให้โอกาสเรา ต่างกับทางสกลฯ ให้ทดลองทำ (ไวน์) ได้...”

(นายนคร (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 20 ธ.ค. 2557)

รวมทั้งปัญหาการรับรองตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีสำหรับการผลิต (Good Manufacturing Practice: GMP) ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

“...ขึ้นกับสาธารณสุขแต่ละพื้นที่ กระบวนการผลิต ยังไม่ได้รับการรับรอง GMP เลยจำหน่ายไม่ได้ ทางกรรข้ ด้านอาหารและยา นาน จะประกวดก็ไม่ได้ คุณสมบัติไม่ทัน ผลตอบไม่มา...”

(นายนคร (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 20 ธ.ค. 2557)

สถานการณ์ของกลุ่มฯ ประธานกลุ่มฯ เห็นว่า สมาชิกกลุ่มทำนาเป็นหลัก หากจะขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อาจเข้าร่วมกับทางสกลนคร หรือขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ใหม่ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบต้องเข้ามาดำเนินการและจัดการอย่างจริงจัง ไม่เพียงแต่มีการอบรมเท่านั้น แต่จะต้องจัดหาอุปกรณ์ส่งเสริมเพื่อให้สินค้ามีมาตรฐาน และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจริง ทั้งการระบบบัญชี การจำหน่าย และการเพิ่มงบประมาณเพื่อให้คนในชุมชนรู้้อย่างยั่งยืน

1.2 ระยะเวลาขอคุ้มครองสิทธิ

1.2.1 ชุมชนกาแพงมะไฟ จังหวัดนครราชสีมา

หมู่บ้านดงมะไฟ ตำบลมะเกลือใหม่ อำเภอสูงเนิน ตั้งอยู่บริเวณที่ราบสูงโคราช จังหวัดนครราชสีมา มีความสูงจากระดับน้ำทะเลระดับกลาง สภาพภูมิประเทศค่อนข้างแห้งแล้ง อากาศหนาวเย็น เดิมพื้นที่โดยทั่วไปของหมู่บ้านเป็นป่าต้นน้ำลำธารที่เสื่อมโทรม มีการเข้ามาอยู่อาศัยมากกว่า 30 ปีแล้ว ประชากรส่วนใหญ่ทำการเกษตร การเพาะปลูกดั้งเดิม คือ พืชไร่ ที่ปลูกแบบหมุนเวียน เช่น อ้อย ข้าวโพด มันสำปะหลัง อย่างไรก็ตาม การทำการเกษตรที่ไม่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ส่งผลต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเนื่องจากภูมิประเทศเป็นพื้นที่ลาดเอียงจึงไม่เหมาะสมปลูกพืชไร่ เนื่องจากต้องไถพรวนหน้าดิน เมื่อถึงฤดูฝนจะมีน้ำฝนตกลงมาชะล้างความสมบูรณ์หน้าดิน

“...ปลูกมัน ต้องเปิดหน้าดิน พื้นที่เขาลาดเอียง พอน้ำมาก็ไหลไปเลย เป็นสีโอวัลตินเลย ไม่มีป่าเลย ปลูกมันไม่กี่เดือน ก็ไถ...”

(นายนพดล ม่วงแก้ว, สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2557)

จากสถานการณ์ดังกล่าว จึงต้องมีการลงทุนในการเพิ่มปุ๋ยและใช้สารเคมีโดยคาดหวังให้ได้ผลผลิตที่มีขนาดและปริมาณเท่าเดิม ทำให้การลงทุนที่เป็นรายจ่ายเพิ่มขึ้น ขณะที่รายรับเท่าเดิมหรือผันผวนจากราคาจำหน่ายที่ขึ้นกับพ่อค้าคนกลางและราคาตลาดที่เกษตรกรไม่สามารถคาดการณ์ได้ หลายครั้งจึงเกิดสถานการณ์ที่เรียกว่า “รายได้ไม่พอรายจ่าย ไม่คุ้มค่าการลงทุน” เกิดปัญหาความยากจนและหนี้สิน

“...เดิมปลูกมัน ปลูกข้าวโพด ไม่คุ้มค่าเหนื่อย ลงทุนเยอะ...”

(นายวิเชียร อมะโส, สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2558)

การแก้ไขปัญหา กลับเป็นการเพิ่มปัญหาเมื่อเกษตรกรพยายามเพิ่มพื้นที่การผลิตโดยการบุกรุกถางป่าเพื่อเป็นพื้นที่เกษตรกรรม การกระทำเหล่านี้ส่งผลให้ป่าไม้บนเขาส่วนใหญ่ซึ่งเป็นพื้นที่ป่าต้นน้ำถูกรุกทำลาย กลายเป็นป่าเสื่อมโทรมและทำให้เกิดความแห้งแล้งซึ่งส่งผลต่อการเกษตรกรรมและการประกอบอาชีพของคนในพื้นที่เองและประเทศชาติ

ในปี พ.ศ. 2537 นายนพดล ม่วงแก้ว พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน สายการบินระหว่างประเทศ อดีตข้าราชการทหารอากาศ ภูมิลำเนาเป็นคนจังหวัดลพบุรี ครอบครัวมีฐานะทางเศรษฐกิจไม่ดี เมื่อมีโอกาสซื้อที่ดินได้จึงได้รับคำแนะนำจากเพื่อนให้ซื้อที่ดิน 7 ไร่ในหมู่บ้านดงมะไฟ โดยนาย นพดลต้องการทำการเกษตรตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง แรกเริ่มปลูกพืชผักสวนผสม และเลี้ยงหมู ป่า แต่เนื่องจากทำควบคู่กับงานประจำบนสายการบินจึงไม่มีเวลาและไม่ถนัดในการดูแลสวนผัก ประกอบกับหมูส่งเสียงรบกวน จึงไม่ประสบความสำเร็จในการทำเกษตรตามที่คาดหวังจึงมีความ ต้องการที่จะเปลี่ยนอาชีพ

กระทั่ง ปี พ.ศ. 2545 มีโอกาสไปท่องเที่ยวและเยี่ยมเพื่อนที่อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อนได้แนะนำให้รู้จัก นายประยูร สมฤทธิ์ ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยเกษตรที่สูง อำเภอเขาค้อ จังหวัด เพชรบูรณ์ เมื่อสนทนากันผู้อำนวยการฯ ได้รับคำแนะนำให้ทดลองปลูกกาแฟ เนื่องจากลักษณะทาง ภูมิศาสตร์เป็นที่ที่ราบสูงหุบเขา มีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 400-700 เมตร อุณหภูมิ แตกต่างกันระหว่างกลางวันและกลางคืนมากกว่า 12 องศาเซลเซียส น่าจะปลูกกาแฟได้ จึงมอบต้น พันธุ์กาแฟให้ทดลองปลูกจำนวน 300 ต้น

แม้ว่ากาแฟจะไม่ได้เป็นพืชท้องถิ่น แต่จากลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่มีระดับความสูงและ อุณหภูมิที่เย็นในเวลากลางคืน เมื่อมีการแนะนำให้ทดลองปลูกกาแฟเป็นครั้งแรกในแถบในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งกาแฟเป็นพืชยืนต้น สามารถปลูกร่วมกับไม้อื่นได้ การดูแล เก็บเกี่ยวง่าย และการแปรรูปทำให้ได้ราคา เป็นที่ต้องการของทั่วโลก จึงเป็นความคาดหวังใหม่ที่จะ ทำให้เกิดรายได้ สามารถพ้นการเป็นหนี้สินได้

ดังนั้น การเรียนรู้ของชุมชนกาแฟดงมะไฟ จึงเริ่มเรียนรู้ตั้งแต่เรื่องภูมิศาสตร์การปลูกกาแฟ เพราะเป็นเรื่องแปลกใหม่สำหรับการปลูกกาแฟในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แต่ด้วยการแนะนำและ สนับสนุนต้นพันธุ์และการให้ความรู้จากศูนย์วิจัยเกษตรที่สูง อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และ จากการศึกษาลองผิดลองถูกของชุมชนกาแฟดงมะไฟทำให้ที่ราบสูงโคราชสามารถผลิตกาแฟ อาราบิก้าได้ โดยอาศัยลักษณะทางภูมิศาสตร์ของที่ราบสูงโคราชที่มีความสูงจากน้ำทะเลกว่าสี่ร้อย เมตร และมีสภาพอากาศระหว่างกลางวันและกลางคืนแตกต่างกัน (ร้อน-เย็น) ทำให้สามารถปลูก กาแฟได้ โดยกาแฟเป็นพืชที่อาศัยร่มเงาไม้อื่น จึงได้รับการแนะนำให้ปลูกร่วมกับการปลูกต้นมะคาเด เมีย ซึ่งมีความเหมาะสมเพราะต้นกาแฟใช้ร่มเงาของต้นมะคาเดเมีย พืชทั้ง 2 ชนิดปลูกคู่กันใน ระยะเวลาใกล้เคียง มีศักยภาพสูงทั้งคู่ ทั้งช่วงวงจรชีวิตที่มีอายุใกล้เคียงกัน ผลตอบแทนต่อต้นต่อไร่ ราคาผลผลิตต่อกิโลกรัม และมีการประชาสัมพันธ์ผลผลิตของชุมชนด้วยคำขวัญคู่กันเพื่อให้เข้าใจและ

จำง่าย คือ “เพชรดำ ทองคำขาว” เพื่อเปรียบเทียบผลผลิตทางการเกษตรของบ้านดงมะไฟ เพชรดำ หมายถึง เมล็ดกาแฟอาราบิก้า ส่วนทองคำขาว หมายถึง เมล็ดมะคาเดเมีย

“...คนในพื้นที่ เหมือนนกมาเกาะแล้วก็บินไป ไม่ได้เห็นคุณค่าของ ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ภูมิศาสตร์ ที่ตนเป็นอยู่ ปลุกพืชเศรษฐกิจ ตามกระแส ที่คิดว่าง่าย และได้เงินเยอะ มีการมารับซื้อถึงที่ ปลุกอ้อย มันได้หลายหน...”

(นายนพดล ม่วงแก้ว, สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2557)

หลังจากนายนพดลพาครอบครัวไปศูนย์วิจัยเกษตรที่สูง อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ อีกครั้งในปี พ.ศ. 2547 เพื่อขอคำแนะนำการปลูกกาแฟซึ่งทางศูนย์วิจัยฯ ได้ให้การสนับสนุนด้านวิชาการและต้นพันธุ์เป็นอย่างดี และได้นำคณะนักวิชาการมาตรวจเยี่ยมพร้อมแนะนำให้ความรู้อย่างใกล้ชิดที่หมู่บ้านดงมะไฟ ในปี พ.ศ. 2548 ต้นกาแฟที่นำมาทดลองปลูกเริ่มมีดอก จนกระทั่งได้ผลกาแฟ เมื่อนำไปสีเปลือกออกและคั่วเป็นสารกาแฟครั้งแรก สามารถนำมาชงกาแฟดื่มได้

ในช่วงเวลานั้น นายวิเชียร อะมะโส เกษตรกรในพื้นที่ ที่เริ่มตระหนักถึงความไม่ยั่งยืนจากการปลูกข้าวโพด มันสำปะหลังที่มีการลงทุนสูงและเป็นการทำลายหน้าดินซึ่งจะก่อให้เกิดปัญหาในอนาคต มีความคิดที่จะเปลี่ยนอาชีพการเพาะปลูก เมื่อทราบข่าวจากเพื่อนเกษตรกรที่จับกลุ่มคุยกัน ในเวลาเย็นว่า นายนพดลนำกาแฟมาปลูกในพื้นที่ดงมะไฟ จึงเกิดความสนใจและเดินทางไปพบขณะนั้น นายนพดลมีความต้องการเพิ่มจำนวนการผลิตกาแฟเช่นกัน จึงเสนอให้นายวิเชียรรวมกลุ่มเกษตรกรที่สนใจปลูกกาแฟมาทดลองปลูกคนละ 1 ไร่ ประมาณ 400 ต้น ต้นพันธุ์ราคาต้นละ 25 บาท นายนพดลขอให้นายวิเชียรคัดเลือกเกษตรกรที่สามารถนำเกษตรกรอื่นๆ ได้ 6 คน โดยนายนพดลเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ วิธีการปลูก และสนับสนุนการปลูกโดยการให้ต้นพันธุ์เพื่อไปปลูกก่อน เมื่อได้ผลผลิตแล้วค่อนนำเงินค่าต้นพันธุ์มาคืน ซึ่งใช้เวลาประมาณ 3 ปี จึงสามารถเก็บเกี่ยวผลกาแฟลูกสีแดง นำมาสีเนื้อแดงออกและนำไปตากแดดจนได้เมล็ดกาแฟเพื่อนำไปคั่วเป็นกาแฟ ทั้งนี้ นายนพดลจะรับซื้อเมล็ดกาแฟไว้ทั้งหมด เพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้เกษตรกร สำหรับเมล็ดกาแฟที่รับซื้อมาแล้ว จึงนำไปคัดคุณภาพ และคั่วเป็นเมล็ดกาแฟเพื่อการจำหน่ายต่อไป

พ.ศ. 2549 นายนพดล รวบรวมสมาชิกกลุ่มผู้ปลูกกาแฟได้ประมาณ 30 ครอบครัว จึงจัดตั้งเป็น “วิสาหกิจชุมชนกาแฟอาราบิก้าและแมคคาเดเมีย แบบประชาราชาบ้านดงมะไฟ” เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการปลูกกาแฟและแปรรูปผลผลิตเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพของชุมชน โดยมีนายนพดลเป็นประธาน และ นายวิเชียรเป็นรองประธาน พร้อมทั้ง กำหนดแผนแม่บทชุมชนเพื่อเป็น

ทิศทางการดำเนินชีวิตทางการเกษตรของสมาชิกให้ชีวิตอยู่ร่วมกันในพื้นที่ภูเขา โดยมีข้อตกลงร่วมกันว่า สมาชิกสามารถปฏิบัติตามข้อใดก็ได้ก็ขอให้ปฏิบัติ ต่างคนต่างปฏิบัติในส่วนที่ทำได้ก่อน อาจไม่ครบทั้งหมด ให้ค่อยเป็นค่อยไป นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนได้มีกฎระเบียบที่สอดคล้องกับแผนแม่บทชุมชน โดยมีภาคบังคับเพื่อห้ามการประพาด ปฏิบัติบางอย่าง เช่น ห้ามเพาะพันธุ์กาแฟจากเมล็ด เพราะจะทำให้เกิดการกลายพันธุ์ ห้ามทำให้สารพิษตกค้างในแหล่งต้นน้ำ ลำธาร เป็นต้น

“...เป็น ประชาอาสา ปลุกแล้วไม่ได้ตั้งค์ จะปลุกใหม่ ปลุกแรกๆ ยังไม่โดนะ และไม่ชัวร์นะ เป็นเกษตรรากล้วยจริงๆ ไม่ใช่ขายทุน ให้เกษตรกรลืมตาอ้าปากได้ ไม่ใช่คนกลางกดราคา ได้เงินพุงปลิ้น ผู้ซื้อต้องกินแพง กาแฟเหมือน monopoly และผสมอะไรไม่รู้ ไม่รู้ว่าของดีอยู่ไหน ให้เกษตรกร ผู้ปลูก คนแปรรูป ผู้ประกอบการไม่โกงราคา คนกินก็ไม่ต้องซื้อแพง ให้อยู่รอดได้ เป็น fair trade “happy” ...”

(นายพนพล ม่วงแก้ว, สัมภาษณ์, 20 เมษายน 2557)

พ.ศ. 2550 วิสาหกิจชุมชนฯ เริ่มจัดงานพิธีรับขวัญแม่กาแฟ ในเดือนสิงหาคมเป็นปีแรก โดยมีวัตถุประสงค์ให้เป็นประเพณีที่ส่งเสริมคุณค่าของกาแฟเช่นเดียวกับข้าวที่มีการทำขวัญแม่โพสพ เพื่อให้มีความยั่งยืนและความภาคภูมิใจในสินค้าชุมชนที่มีคุณภาพของจังหวัด ทั้งนี้ ได้ส่งเสริมเกษตรกรในอำเภอข้างเคียงทดลองปลูกกาแฟเพื่อโอกาสที่ดีทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น

ในช่วงปี พ.ศ. 2551-2554 เป็นช่วงที่นายพนพลดำเนินการทางธุรกิจทั้งการจดทะเบียนการค้า และการขออนุญาตผลิตอาหาร (อย.) กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อการจำหน่ายกาแฟสู่ตลาดได้ ซึ่งทำให้ทราบว่ากาแฟที่ปลูกในหมู่บ้านดงมะไฟนี้มีลักษณะต่างจากที่อื่นคือ มีปริมาณคาเฟอีนต่ำเนื่องจากสภาพทางภูมิศาสตร์ของที่ราบสูงโคราช มีความสูงต่ำกว่า 700 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำกว่าและมีอุณหภูมิที่สูงกว่าพื้นที่ปลูกกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าทั่วไป เมล็ดกาแฟดงมะไฟจึงสุกเร็วกว่าที่อื่นส่งผลให้การสะสมคาเฟอีนในเมล็ดกาแฟมีต่ำกว่า จึงแตกต่างจากบริเวณอื่นในประเทศไทยที่มีการปลูกกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าเช่นเดียวกัน ทางภาคเหนือที่สูงและอากาศหนาวเย็นกว่า ซึ่งแตกต่างจากกาแฟสายพันธุ์โรบัสต้าที่นิยมปลูกทางภาคใต้ที่มีอากาศร้อนชื้น และจากการดำเนินการเพื่อขอ อย. และเครื่องหมายการค้านี้เองทำให้นายพนพลได้เข้าไปปรึกษากับหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชนของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาที่ให้การสนับสนุนช่วยเหลือการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ทำให้นายพนพลสามารถขอ อย. ได้ และได้

ทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสิ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ประกอบกับการที่ได้เดินทางไปขอเครื่องหมายการค้าที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาและเจ้าหน้าที่ได้แนะนำเกี่ยวกับสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะสามารถเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ นายนพดลจึงได้ดำเนินการที่เรียกว่า พลิกวิกฤตเป็นโอกาส จากกาแพทช์ที่ตอนแรกเหมือนจะมีคุณภาพต่ำกว่ามาตรฐานเพราะการเมล็ดสุกนอกฤดูกาลและมีปริมาณคาเฟอีนต่ำสามารถสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าได้ ทำให้นายนพดลเห็นถึงคุณค่าและมูลค่าของกาแพทช์ที่มีลักษณะแตกต่างจากพื้นที่อื่น ดังนั้น นายนพดลจึงได้หารือกับกลุ่มงานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา ที่รับผิดชอบโดยตรงถึงรายละเอียดและการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ต่อมาในปี พ.ศ. 2556 วิสาหกิจชุมชนฯ ได้ดำเนินการยื่นขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าว เจ้าหน้าที่กลุ่มสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้ร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดดำเนินการศึกษาศักยภาพการเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่น การสำรวจพื้นที่ การทดสอบผลิตภัณฑ์ และการแนะนำการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมทั้งการขอรับคำแนะนำจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ในการดำเนินการด้านเอกสารและด้านการประสานงานกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง จนกระทั่งสามารถยื่นคำร้องขอขึ้นทะเบียนในนามของวิสาหกิจชุมชนฯ ได้สำเร็จ ซึ่งในระหว่างการขอขึ้นทะเบียนดังกล่าว สมาชิกวิสาหกิจชุมชนฯ ได้เข้ารับการอบรมเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จากเจ้าหน้าที่กลุ่มสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อความรู้ความเข้าใจของสมาชิก และได้เข้าร่วมการประชุมเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยนายนพดลได้เข้าร่วมการประชุมสัมมนาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โลก จัดโดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ร่วมกับองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) เป็นการประชุมสัมมนาวิชาการและมีการแสดงนิทรรศการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีชื่อเสียงจากทั่วโลก ทำให้ได้รับความรู้เรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพิ่มขึ้น กระทั่ง ในปี พ.ศ. 2556 จึงมีขึ้นทะเบียนกาแพดงมะไฟเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อย่างเป็นทางการ

1.2.2 ชุมชนปางดำ (นามสมมุติ) พื้นที่เทียบเคียงของชุมชนกาแพงมะไฟ

ชุมชนปางดำ (นามสมมุติ) เป็นชุมชนพื้นที่ในจังหวัดนครราชสีมา โดยเป็นอำเภอข้างเคียงของชุมชนกาแพงมะไฟที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูงโคราชเช่นเดียวกัน และมีสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติใกล้เคียงกัน ชุมชนนี้ทำการเกษตร เช่น อ้อย มันสำปะหลัง ผักชี น้อยหน่า โดยประสบปัญหาเรื่องผลผลิตและราคาผลผลิต การใช้สารเคมีปริมาณมาก ตลอดจนการบุกรุกทำลายธรรมชาติ ในช่วงปี พ.ศ. 2552 นายนพดล ม่วงแก้ว ประธานวิสาหกิจชุมชนกาแพงอาราบิก้าและมะคาเดเมีย แบบประชาอาสาบ้านดงมะไฟ เดินทางเข้ามาติดต่อคนในชุมชนจากการสำรวจพื้นที่ที่มีแนวโน้มจะสามารถปลูกกาแพงเพื่อเป็นเกษตรทางเลือก จึงได้ติดต่อให้ทดลองปลูกต้นกาแพงเพื่อเป็นเกษตรทางเลือก ทั้งนี้ มีบางคนที่เคยดูงานที่หมู่บ้านดงมะไฟจึงสนใจขอทดลองปลูกกาแพง นายนพดลได้แนะนำการปลูกกาแพงให้คนในชุมชนเป็นรายๆ จึงไม่มีการรวมกลุ่มของ ผู้ทดลองปลูกกาแพง การทดลองปลูกกาแพงทำควบคู่กับการปลูกพืชชนิดเดิม นายนพดลเป็นผู้ให้การสนับสนุนทั้งเรื่องความรู้ในการปลูกและต้นทุน เมื่อทำการเก็บเกี่ยวผลผลิตได้แล้วจึงชำระค่าต้นทุนคืนให้แก่ นายนพดล

การปลูกกาแพงของชุมชนปางดำ (นามสมมุติ) เป็นเพียงการทดลองปลูก ด้วยเหตุผลสำคัญได้แก่ เป็นการลงทุนเพียงครั้งเดียว มีการดูแลรักษาและเก็บเกี่ยวผลผลิตไม่ยากลำบาก มีความคาดหวังในการได้ผลตอบแทนสูง ทั้งนี้ อาจมาจากการปลูกเสริมพืชชนิดอื่น หรืออาจปลูกเป็นพืชหลัก หากได้ผลตอบแทนสูงกว่าการปลูกพืชเดิม

ในช่วงปี พ.ศ. 2555 – 2556 เมื่อกาแพงเริ่มให้ผลผลิต คนในชุมชนปางดำบางคนสามารถปลูกได้ผลผลิตที่ดีจึงมีความต้องการเพิ่มพื้นที่เพาะปลูก บางคนสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตกาแพงตามที่ นายนพดลแนะนำได้เช่นกันแต่ไม่มีเวลาเก็บ บางคนไม่สามารถปลูกได้สำเร็จเนื่องจากการทดลองปลูกเสริมจึงไม่มีความรู้เรื่องการปลูกกาแพงเพียงพอแต่ยังคงต้องการทดลองปลูกใหม่เนื่องจากเห็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ

“...ปีนี้เยอะ ปีที่แล้วได้ไม่กี่โลเอง เพราะไม่ค่อยได้เก็บ ถ้าเก็บก็คงจะได้เยอะ ลูกออกเยอะแต่ไม่ค่อยได้เก็บเพราะงานที่ไร่เยอะ ทำหลายอย่าง คงไม่ขยายเพิ่มกาแพงแล้ว ปลูกแค่นี้ เพราะปลูกมัน ปลูกกล้วยด้วย ปลูกหลายอย่าง ส่วนมากที่ทำหลักก็เป็นอ้อย มัน อ้อยเราก็ปลูกไว้ แล้วมีคนงานตัด เครื่องมือพร้อม มีคนมารับแล้วมาให้หมดทุกอย่าง เราไม่ต้องหารถไปส่ง จะมีมาเหมารับตัดหมดเลย...”

(นางวันนี (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 30 พฤศจิกายน 2557)

คนในชุมชนบางคำมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์น้อย และบางคนไม่มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เลย ทั้งนี้ คนในชุมชนบางคำ (นามสมมุติ) ไม่ทราบว่า กาแฟดงมะไฟทำการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้ว อย่างไรก็ตาม คนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่ให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยเห็น เป็นเรื่องที่หน่วยงานรัฐต้องเป็นหลักในดำเนินการ หากชุมชนเป็นหลัก อาจทำให้การดำเนินการไม่ประสบผลสำเร็จเนื่องจากหลายสาเหตุ เช่น ไม่มีความรู้เรื่องการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อย่างเพียงพอ ไม่มีเวลาในการดำเนินการ และไม่มีความเชื่อมั่นในการติดต่อประสานงานกันหน่วยงานรัฐ

1.3 ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ

1.3.1 ชุมชนส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม

คนจังหวัดสมุทรสงครามเรียนรู้จากลักษณะภูมิศาสตร์ของจังหวัดว่า เป็นเมืองสามน้ำ มีแม่น้ำแม่กลองไหลผ่าน ในตอนกลางมีน้ำกร่อย และบริเวณปากอ่าวเป็นน้ำเค็ม มีคลองธรรมชาติและคลองขุดเชื่อมต่อกันจำนวนมากทำหน้าที่ระบายน้ำระหว่างพื้นที่บกและพื้นที่ฝั่งทะเล ส่งผลให้มีตะกอนดินถูกพัดมาทับถมกัน บางแห่งพบเปลือกหอยปะปนอยู่ด้วย (เอกสารทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ส้มโอขาวสมุทรสงคราม) ซึ่งก่อนที่จะมีเขื่อนแม่กลองเพื่อช่วยไล่น้ำทะเลหนุนจากปากแม่น้ำแม่กลอง ในฤดูฝนน้ำจะหลากท่วมและพัดพาโคลนตะกอนที่มีแร่ธาตุต่างๆ เป็นปุ๋ยที่ดีมาก ทำให้พื้นที่มีลักษณะเหมาะแก่การทำเกษตรกรรมเป็นอย่างมาก โดยดั้งเดิมส่วนใหญ่เป็นการทำสวนมะพร้าว และสวนลิ้นจี่ (นายสมทรง แสงตะวัน, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2557) สำหรับส้มโอพืชเศรษฐกิจของจังหวัดนั้น ไม่ได้เป็นพืชท้องถิ่นเดิม เห็นได้จากคำขวัญของจังหวัด “เมืองหอยหลอดยอดลิ้นจี่ มีอุทยาน ร. 2 แม่กลองไหลผ่าน นมัสการหลวงพ่อบ้านแหลม” ที่ไม่ได้กล่าวถึงส้มโอ ทั้งนี้ การปลูกส้มโอมีประมาณปี พ.ศ. 2475 โดยมีชาวบ้านได้นำผลส้มโอจากบางกอกน้อย ฝั่งธนบุรี มาบริโภค และได้เพาะเมล็ด ปลูกแบบสวนหลังบ้านหลังเตาตาล ในพื้นที่ตำบลบางพรหม อำเภอบางคนที เมื่อได้ผลผลิตมีคุณภาพดี จึงมีการขยายพื้นที่ปลูกไปยังตำบลบางสะแก อำเภอบางคนที ตำบลบางขันแตก อำเภอมืองสมุทรสงคราม และตำบลอื่นๆ ของจังหวัดสมุทรสงคราม (เอกสารทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม)

แม้ว่าจะมีการปลูกส้มโอในจังหวัดสมุทรสงครามมาเป็นระยะเวลาเกือบศตวรรษ แต่ส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงครามเพิ่งเป็นผลไม้ที่สร้างชื่อเสียงและรายได้ให้แก่เกษตรกรจังหวัดสมุทรสงครามได้

เมื่อประมาณ 30 ปีก่อนเท่านั้น เมื่อนายสมทรง แสงตะวัน คนในพื้นที่โดยกำเนิด ครอบครัวทำการเกษตรแบบ “เช่าสวนทำ” มีความชอบในการทำเกษตร แต่เห็นเกษตรกรส่วนใหญ่มีปัญหาต่างๆ เช่น ผลผลิตไม่ได้คุณภาพ พ่อค้าคนกลางกดราคา เกษตรกรไม่มีรายได้เหลือเก็บ ตลอดจนการเป็นหนี้สิน นายสมทรงตระหนักรู้จากการสังเกตและ ตรีศรทรงหาสาเหตุว่า มูลเหตุของปัญหาเกิดจากการไม่รวมกลุ่มกัน องค์ความรู้ต่างคนต่างมี ไม่มีการถ่ายทอด มีลักษณะ “การหวังวิชา”

“...ป้ายฉลากยังลอกออก ถุงสูตรยังทิ้งไป ถ้ามไม่บอก ใครสำเร็จก็สำเร็จไป ลองผิดลองถูก รวยไม่มาก ถ้าทำผิดก็จน...”

(นายสมทรง แสงตะวัน, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2557)

ในขณะนั้น นายสมทรงรับราชการครูอยู่ ได้เคยเสนอแนะให้เกษตรกรรวมกลุ่มกันเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แต่ไม่ประสบผลสำเร็จ จึงมีความต้องการจะทำให้คนในชุมชนเห็นตัวอย่าง เพราะมีความรู้การทำเกษตรอยู่บ้างจากบิดา จากการศึกษาวิชาเกษตรเป็นวิชาโท และจากการอ่านหนังสือ ตำราเกษตร กระทั่งปี พ.ศ. 2520 ได้ซื้อที่ดินเพื่อทำสวนของตนเองเป็นพื้นที่ริมน้ำ มีส้มโอเป็นพืชที่นำเข้ามาปลูกนาน มีการพัฒนาสายพันธุ์สามารถจำหน่ายได้ มีโอกาสทางการค้า จึงปลูกส้มโอขาวใหญ่เพราะมีจุดเด่นคือเป็นพันธุ์ดั้งเดิม มีมากกว่า 100 ปี จากเรือจ้างจากบางกอกน้อยนำกิ่งตอนต้นไม้หลายชนิดขายตามตลาดนัดต่างๆ เช่น ตลาดนัดอัมพวา ตลาดนัดบางน้อย ตลาดนัดบางลูกแฝด ซึ่งกิ่งตอนต้นไม้เหล่านั้น มีกิ่งตอนส้มโอเมื่อนำมาปลูกกลับกลายเป็นพันธุ์ รสชาติต่างจากเดิม และให้ผลไม่มาก

“...พันธุ์ดั้งเดิม ที่หมู่ 4 ตรงนี้เลย ต้นเดิม 160 ปี เพิ่งตายไป ได้รู้จากพ่อ พ่อปลูกไว้ 3 ต้นเอง ครูว่าอร่อย ลูกใหญ่ไม่ขม เมล็ดไม่มี ร่นไม่ติดเปลือก เก็บจากต้น 2 เดือนไม่เสีย แต่ไม่ตก ไม่เกิน 30 ผลต่อต้นต่อปี ก็ปลูกไว้กินข้างบ้าน พันธุ์อื่นยังขมกว่า...”

(นายสมทรง แสงตะวัน, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2557)

นายสมทรงจึงปลูกส้มโอและขยายพันธุ์โดยใช้การตอนกิ่งและการดูแลอย่างดี หลังจากปลูกส้มโอประมาณ 4 ปี ได้สังเกตธรรมชาติของส้มโอพันธุ์ขาวใหญ่จนสามารถกำหนดการออกผลส้มโอเพื่อจำหน่ายตามเทศกาลต่างๆ ได้ เช่น ตรุษจีน สาทรจีน สงกรานต์ ปีใหม่

ในปี พ.ศ. 2524 จึงสามารถตั้งกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอที่ตำบลบางพรหม เป็นกลุ่มแรกของจังหวัด เนื่องจากสามารถกำหนดเวลาออกผลของส้มโอได้ปีละ 4 ครั้ง ไม่ใช้สารเคมี และต้นทุนลดลง

“...จะอย่างไรให้คนสนใจมารวมกลุ่มกันจะได้ตั้งราคาเองได้และต้องทำให้ยั่งยืนกว่านี้เพราะเท่าที่สังเกตดูว่าการใช้สารเคมีทำให้ตนเองสุขภาพไม่ดีเท่าที่ควร ถ้าลดสารเคมีได้ก็จะทำให้ลดต้นทุนด้วยอีกทั้งสุขภาพน่าจะดีกว่านี้และยังสามารถใช้เป็นจุดขายได้ด้วย โดยคิดว่าคนที่ต้องการจะได้พันธุ์ไปปลูกต้องร่วมกันเป็นกลุ่มและต้องไม่ใช้สารเคมีจะต้องช่วยกันคิดตัดสินใจและช่วยกันทำพอได้ผลประโยชน์ก็แบ่งกันได้...”

(นายสมทรง แสงตะวัน, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2557)

จากนั้น พ.ศ. 2526 จังหวัดสมุทรสงครามได้มีการจัดงานของดีสมุทรสงครามเป็นปีแรกเนื่องจากมีผลผลิตส้มโอมากขึ้น การออกร้านจำหน่ายส้มโอในปีนั้นมีเพียง 10 ร้าน ซึ่งส้มโอขาวใหญ่ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนซื้อหรือผู้บริโภค จึงมีการให้ทดลองรับประทานเป็นผลให้ส้มโอสมุทรสงครามเป็นที่รู้จักมากขึ้นในปีต่อๆ มา

พ.ศ. 2540 นายสมทรงได้ทดลองใส่ “ซีแตดนาเกลือ” ให้ต้นส้มโอเป็นครั้งแรกในประเทศไทย เพื่อพัฒนาความหวานของส้มโอ และได้ส่งส้มโอเข้าประกวดในงานของศูนย์ศิลปาชีพบางไทรได้รับรางวัลยอดเยี่ยมด้านความหวาน ทำให้มีชื่อเสียงทั่วจังหวัด และจากชื่อเสียงในการพัฒนาความหวานของส้มโอจากซีแตดนาเกลือทำให้หน่วยงานของรัฐ ได้แก่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ใ้ห้บวิจัยเพื่อการทำวิจัยร่วมกันทั้งนักวิชาการเกษตร เจ้าของนาเกลือ และนายสมทรง ทำให้มีการศึกษาถึงลักษณะแหล่งภูมิศาสตร์ของจังหวัดสมุทรสงครามที่เป็นดินสามน้ำ ทั้งน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม ทำให้ส้มโอรสชาติดี สำหรับตำบลบางคนที ที่เป็นน้ำจืดจึงต้องใส่ซีแตดนาเกลือแทน

จากนั้นมา การประกอบการส้มโอได้พัฒนาเรื่อยมา มีการรวมกลุ่มที่ใหญ่ขึ้น จึงมีการตั้งกลุ่มในระดับตำบล อำเภอ และจังหวัดเพิ่มขึ้น หน่วยงานต่างๆ ของรัฐเข้ามาให้การสนับสนุนทั้งในเรื่องงบประมาณ การออกร้านจำหน่าย และการให้ความรู้ เช่น การจัดงานส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม การอบรมผู้ปลูกส้มโอโดยสำนักงานเกษตรจังหวัด เกษตรอำเภอ เกษตรตำบล การร่วมศึกษาวิจัยกับสถาบันการศึกษาต่างๆ กระทั่ง ในปี พ.ศ. 2552 ทางจังหวัดสมุทรสงครามมีความประสงค์ให้ส้มโอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงขอให้ นายสมทรงเข้าร่วมก็เป็นคณะทำงานในการยื่นคำร้องขอ

ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงมีการยื่นคำร้องขอขึ้นทะเบียนส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงครามในนามของจังหวัดสมุทรสงคราม องค์การบริหารส่วนจังหวัด หอการค้าจังหวัด และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนกลุ่มปรับปรุงคุณภาพผลไม้จังหวัดสมุทรสงคราม และได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในปี พ.ศ. 2555 จากนั้นจึงมีการใช้สิทธิคุ้มครองชื่อส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงครามตามคู่มือและแผนการควบคุม

1.3.2 ชุมชนศรีเกษตร (นามสมมุติ) พื้นที่เทียบเคียงของชุมชนส้มโอขาวใหญ่

สมุทรสงคราม

ชุมชนศรีเกษตร (นามสมมุติ) เป็นชุมชนจังหวัดเทียบเคียงกับจังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีสินค้าประเภทส้มโอที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่นเดียวกับชุมชนส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม ชุมชนศรีเกษตรมีการปลูกส้มโอมากกว่า 100 ปี มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วประเทศว่าเป็นส้มโอที่มีรสชาติดี ผลใหญ่ และจำหน่ายได้ในราคาที่สูงกว่าส้มโออื่น ๆ จากความโดดเด่นเฉพาะถิ่น เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ เมื่อถึงปีน้ำหลากจะมีตะกอนดินที่มากับน้ำมาทับถมกันกลายเป็นธาตุอาหารต่างๆ ในดิน หากขุดพื้นดินลงไปจะพบทรายและเปลือกหอย ดินชั้นบนมีลักษณะการทับถมเป็นชั้นๆ ดินชั้นล่างสีน้ำตาลปนเหลือง มีสภาพเป็นกรดเล็กน้อย ดินร่วนปนทราย และพื้นดินเนื้อเหนียวสีน้ำตาล ดินเป็นดินเลนท้องนาเดิมเมื่อขุดทำเป็นสวนแบบยกร่องมีคูน้ำล้อมรอบ ดินที่ขุดขึ้นมาจึงเป็นดินที่มีธาตุอาหารมาก จากความสมบูรณ์ของสภาพภูมิศาสตร์นี้ เหมาะสำหรับการเจริญเติบโตของส้มโอ ส้มโอชุมชนศรีเกษตรจึงมีรสชาติดีเป็นที่ต้องการของตลาดทั่วไป เป็นพืชเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร และมีขายอยู่ทั่วไปทั้งจังหวัด

ความมีชื่อเสียงมายาวนานของส้มโอศรีเกษตร ทำให้พื้นที่บริเวณชุมชนเป็นศูนย์รวมของส้มโอจากทั่วประเทศในการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและนอกประเทศ จากการเป็นศูนย์รวมนี้ ทำให้เกิดการนำส้มโอจากถิ่นอื่นมาจำหน่ายโดยสร้างความสับสนให้แก่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคว่าเป็นส้มโอของชุมชนศรีเกษตร สร้างความเสียหายให้กับคนในชุมชน ทั้งในด้านชื่อเสียง ความไว้วางใจในสินค้า ตลอดจนการสูญเสียรายได้ของชุมชน เมื่อมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเสนอให้มีการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของส้มโอศรีเกษตรเพื่อป้องกันผลกระทบจากการนำส้มโอถิ่นอื่นเข้ามาสร้างความสับสนให้แก่ผู้บริโภค พาณิชย์จังหวัดจึงได้ร่วมมือกับหอการค้าจังหวัดและเกษตรกรจังหวัดในช่วงปี พ.ศ. 2547 ให้ผู้ปลูกส้มโอรวมกลุ่มกัน โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญามาทำการสำรวจพื้นที่สวนส้มโอ และขอบเขตของแหล่งภูมิศาสตร์ จึงได้มีการยื่นคำร้องขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในนามของหอการค้าจังหวัด และได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในปี พ.ศ. 2548

แม้ว่าจะมีการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มานานกว่า 10 ปี การดำเนินการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของชุมชนศรีเกษตร ยังคงพบปัญหาการนำส้มโอจากถิ่นอื่นมาจำหน่ายโดยสร้างความสับสนแก่ผู้ซื้ออยู่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา

“..เพราะผลผลิตเรามีราคาค่อนข้างสูง ก็เลยเป็นโอกาสให้พ่อค้าแม่ค้าหัวใสนำส้มโอจากถิ่นอื่นๆ เข้ามา คนซื้อไม่สามารถรู้ได้ว่าเป็นส้มโอของแท้หรือเปล่า ซึ่งเลือกยากเพราะส้มโอมีลักษณะที่คล้ายกัน ตรงนี้สร้างความเสียหายให้กับพวกเราอย่างมาก ส่งผลถึงความนิยมของผู้บริโภคด้วย จึงต้องขึ้นอยู่กับความซื่อสัตย์ของผู้ค้าด้วย...”

(นายสุทน (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 28 กุมภาพันธ์ 2559)

สภาพการจัดการส้มโอของชุมชนยังประสบกับปัญหาภัยธรรมชาติด้วยโดยในปี พ.ศ. 2554 เกิดน้ำท่วมใหญ่ทำให้สวนส้มโอของเกษตรกรเสียหายเป็นจำนวนมาก มีเพียงส่วนน้อยที่ฟื้นฟูสวนขึ้นมาใหม่ แต่ส่วนใหญ่เปลี่ยนไปปลูกพืชชนิดอื่นที่ให้ผลเร็ว หรือใช้ที่ดินจัดสรรเป็นที่อยู่อาศัยมากขึ้น ทำให้พื้นที่ปลูกส้มโอลดลงจำนวนมาก จากเดิมมีพื้นที่ปลูกส้มโอมากกว่า 7,000 ไร่ ปัจจุบันพื้นที่ปลูกที่คงเหลือเฉลี่ยประมาณ 5,000 ไร่ ทำให้ปริมาณผลผลิตลดลงจำนวนมาก ขณะที่ความต้องการของตลาดมีมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้ปัญหาการนำส้มโอที่อื่นเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่มีมากขึ้นด้วย ทั้งนี้สาเหตุหลักอาจมาจากการไม่ให้ความสำคัญกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ซึ่งเป็นทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชน ซึ่งส่งผลให้การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของชุมชนประสบกับปัญหาในประเด็นต่างๆ เช่น ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ บทบาทและปฏิสัมพันธ์ของแต่ละภาคส่วนในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การมีส่วนร่วมในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความแตกต่างของการเรียนรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน เพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

จากการศึกษาชุมชนที่มีการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้ง 3 ชุมชน ใน 3 ระยะ และพื้นที่เทียบเคียง เพื่อเปรียบเทียบ 3 ชุมชน ซึ่งเป็นชุมชนที่ไม่มีการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และมีการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในสินค้าประเภทเดียวกัน โดยมีประเด็นในการศึกษา 2 ส่วน ได้แก่

ความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ เนื้อหาความรู้ วิธีการเรียนรู้ และฐาน/แหล่งการเรียนรู้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ตามแนวคิดทฤษฎีการก่อตัวของโครงสร้างทางสังคมที่ให้ความสำคัญกับ โครงสร้าง ผู้กระทำการ และปฏิสัมพันธ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1. ความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม

ความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนมีความแตกต่างกันในแต่ละระยะของการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ เนื้อหาการเรียนรู้ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านความตระหนัก วิธีการเรียนรู้ และแหล่งเรียนรู้ ทั้งนี้ ระยะที่เปลี่ยนไปทำให้การเรียนรู้เพิ่มขึ้นจากระยะก่อนหน้า

1 เนื้อหาการเรียนรู้

1.1 ระยะการสร้างสรรค์ เป็นระยะที่ชุมชนคิด ค้นหาสินค้าในท้องถิ่น เป็นการนำชื่อเสียงที่สั่งสมของสินค้าท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้าและความสามารถในการแข่งขัน และยังเป็นการสร้างความเข้มแข็งและรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นจากความรู้สึกผูกพันและความภูมิใจในถิ่นที่กำเนิด

เนื้อหาความรู้ที่สำคัญ ได้แก่ 1) แหล่งทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อนำสิ่งเหล่านี้มาผลิต แปรรูป หรือพัฒนาเป็นสินค้า 2) การรวมกลุ่มความร่วมมือเพื่อพลังในการเรียนรู้และอำนาจในการต่อรอง และ 3) ความรู้เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อการพิจารณากำหนดสินค้าและสิ่งบ่งชี้บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่ต้องการขึ้นทะเบียน ประโยชน์ และความคุ้มค่าต่อผู้ประกอบการเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบมาตรฐาน

การเรียนรู้ทักษะ ที่สำคัญ ได้แก่ 1) การผลิตสินค้าและหรือการแปรรูปสินค้า 2) การรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่มคนในท้องถิ่นทั้งในทางการค้าและการพิจารณาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

เนื้อหาความตระหนัก ที่สำคัญ ได้แก่ 1) การเห็นคุณค่าของสินค้าท้องถิ่นที่สามารถเปลี่ยนเป็นมูลค่าได้ 2) การแบ่งปันผลประโยชน์ของชุมชน

“...แรกๆ ยังเป็นผลไม้ป่า ก็เอามาขายก่อน เอามากินสด หรือตำส้มตำ แกง หรือทำน้ำผลไม้ น้ำปานะถวายตอนบ่าย ต้นเดือนกันยา เยอะ ออกตก มีปัญหาล้นตลาด ราคาตก เพราะไม่รู้จักถนอมอาหาร จนราชชมงคลคิดว่า มา

ถนอมอาหาร แปรรูป ...เมื่อค้นคว้าลึกขึ้น จากชาวบ้านในภูพาน ยังมีต้นใหญ่ 2-3 คนโอบ มาแต่ดึกดำบรรพ์ 150 ปี เป็นไม้ท้องถิ่น ขึ้นได้ดีทั่วไปลายนาก็ได้ เหมาะกับภูมิประเทศแถวนี้”

(พระอาจารย์ดำเกิง วรวิมฺวณ, สัมภาษณ์, 27 ธันวาคม 2556)

1.2 ระยะเวลาขอคุ้มครองสิทธิ เป็นขั้นตอนการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสิทธิร่วม หรือสิทธิชุมชนที่มีผลกระทบโดยตรงต่อผู้ประกอบการ ตลอดจนคนในชุมชน ที่ผูกพันและภูมิใจในทรัพยากรท้องถิ่น การจะขอขึ้นทะเบียน การกำหนดมาตรฐาน หรือการกำหนดวิธีการควบคุมตรวจสอบการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงต้องมีการหารือร่วมกันของคนในชุมชนและเจ้าหน้าที่รัฐ ที่เกี่ยวข้อง จึงเห็นได้ว่า คนในชุมชนจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ การยอมรับร่วมกันในการให้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมทั้งมีความรู้ความสามารถในการติดต่อประสานงานกับภาครัฐ

เนื้อหาความรู้ ที่สำคัญ ได้แก่ 1) ความรู้กฎหมาย กฎระเบียบการขอขึ้นทะเบียน เช่น ลักษณะของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผู้มีสิทธิยื่นคำขอขึ้นทะเบียน และขั้นตอนการขึ้นทะเบียน 2) เรื่องราวและคุณลักษณะสินค้า เช่น ความเป็นมา ลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้า 3) การกำหนดมาตรฐานสินค้า ความเชื่อมโยงกับพื้นที่ และขอบเขตพื้นที่ในการผลิต ที่ไม่จำเพาะเกินไปเพื่อให้คนในชุมชนสามารถผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานเดียวกันได้ และไม่เป็นการกีดกันคนในชุมชนเดียวกัน

การเรียนรู้ทักษะ ที่สำคัญ ได้แก่ 1) ความสามารถในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานเพื่อการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และ 2) การติดต่อประสานงานทั้งกับคนในชุมชนและหน่วยงานรัฐ

เนื้อหาความตระหนัก ที่สำคัญ ได้แก่ การจัดสรรผลประโยชน์ให้คนในชุมชนและให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

1.3 ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ

เมื่อขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้ว ผู้ผลิตหรือแปรรูปสินค้าซึ่งอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้า หรือผู้ประกอบการเกี่ยวกับสินค้านั้นมีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งเป็นสิทธิร่วมกันของชุมชน หากมีการใช้เพื่อให้หลงเชื่อว่าสินค้าอื่นมาจากแหล่งภูมิศาสตร์ของชุมชน หรือนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ไปใช้กับสินค้าอื่น ถือว่ามีความผิดตามกฎหมาย ซึ่งมีการกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้กระทำผิด

เนื้อหาความรู้ ที่สำคัญ ได้แก่ การใช้และบทกำหนดโทษตามกฎหมาย รักษาคุณภาพมาตรฐานสินค้า การปกป้องสิทธิเมื่อมีการกระทำผิดกฎหมาย

การเรียนรู้ทักษะ ที่สำคัญ ได้แก่ ทักษะทางธุรกิจต่างๆ เช่น การตลาด การบัญชี การจัดการวัตถุดิบ เนื่องจากการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นการดำเนินงานที่มีระเบียบขั้นตอนและมีหลักฐานการทำงานที่ต้องตรวจสอบได้

เนื้อหาความตระหนัก ได้แก่ 1) ผู้ผลิตต้องได้รับการคุ้มครองและป้องกันการประกอบการณ์ที่ไม่เป็นธรรม เช่น การแอบอ้างชื่อเสียงสินค้า การเอาเปรียบทางการค้าอย่างไม่เป็นธรรม 2) การทำหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสินค้า ต่อชุมชน และต่อทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ มาตรฐานสินค้า ความสามัคคีของชุมชน การรักษาสภาพแวดล้อมโดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้า การเรียนรู้ในระยะนี้ จึงมีความสำคัญมากเนื่องจากการคงไว้ซึ่งการคุ้มครองสิทธิ และการปฏิบัติ การใช้สิทธิ

“...ส้ม ราคาสูงแล้วนะ ก็คัดเกรดนะ แบ่งตลาดอย่างไร แม้ค่าไปซื้อส้ม ถ้าขาดก็เอาหมด แล้วคุณภาพไม่ได้ ทำให้ผู้ซื้อผิดหวัง อีกหน่อยราคาจะต่ำ ผลก็จะตกกับสวนนะ”

(นายสมุท (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2558)

2. วิธีการเรียนรู้

2.1 ระยะเวลาสร้างสรรค์ ความรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือแหล่งภูมิศาสตร์มีวิธีการเรียนรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ความรู้ที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น การปฏิบัติตามกันมา สำหรับสินค้าผลิตใหม่ในแหล่งภูมิศาสตร์ของชุมชน มีวิธีการเรียนรู้จากการอบรมดูงาน การทดลองปฏิบัติเพื่อให้เห็นผล ตลอดจนการเรียนรู้จากต้นแบบ และประสบการณ์ของคนในชุมชน

“...แปรรูปเอง ถ้ามกรูเอา กลับไปเขาค้อไปเข้าเครื่องสี ปอก ไปทดลองทำที่โน่น มีนักวิชาการ ก็เรียนและถาม กลับมา know how ได้จากปลูกจริง สัมผัสจริง และมาคั่วได้ พอคั่วความร้อน ตามระยะเวลา จะดีต่างกัน”

(นายนพดล ม่วงแก้ว, สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2557)

2.2 ระยะเวลาขอคุ้มครองสิทธิ การขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีวิธีการเรียนรู้ได้แก่ การปรึกษาผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญ และสอบถามเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะเรื่องกฎระเบียบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

“...อย่างเรื่องเอกสารนี้ เจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยก็เป็นคนจด(เขียน) ทำเป็นหนังสือแล้วให้พี่เขาไปยื่น มหาวิทยาลัยเราไม่ได้เป็นเจ้าของ เราเอาเอกสารจากกรมทรัพย์สินฯ มาให้ดูเลยว่าทำอย่างไร และเอาข้อมูลที่สรุปที่เราไปดูงานที่เชียงใหม่กับลำพูนมาให้ดูว่าเขาทำกันอย่างไร...”

(นายธีรพงศ์ คณาศักดิ์, **สัมภาษณ์**, 11 มิถุนายน 2557)

นอกจากนี้ ในเรื่องลักษณะเฉพาะของสินค้า มีวิธีการเรียนรู้ เช่น การร่วมกันศึกษาความเฉพาะของพื้นที่/สินค้ากับนักวิชาการ การศึกษาเอกสาร

“...ทดลองในสวนเลย ใช้ชี้แดดนาเกลือ เจ้าแรกของไทย มีเกลือต่างๆ มาขาย เหมาลำเรือขอมาลองใส่ต้นส้มโอ ฟรี ใส่ 1 ต้น 3 กระสอบ 60 กิโล รดน้ำก่อนเก็บส้มโอ ออกมาหวานฉ่ำ ส้มโอไม่ขม เลยเอาไปประกวด ได้รางวัล หวานสุด ดั่งทั้งจังหวัดเลย อีก 2 เดือน ส้มโอตาย ใบร่วง เครียด สกว. เข้ามา บอกใส่มากไป แล้วให้งบวิจัย จากนั้นเลยรู้ว่า ใส่ 2-3 กิโลต่อรุ่นต่อรอบ โปรแตสเซียมทำให้หวาน ได้เป็นนักวิจัยดีเด่นด้วย”

(นายสมทรง แสงตะวัน, **สัมภาษณ์**, 29 สิงหาคม 2557)

สำหรับเรื่องมาตรฐานสินค้า มีการฝึกทักษะในการผลิตโดยส่วนใหญ่ใช้วิธีการทดลอง การลองผิดลองถูก การถาม การสนทนา การเชื่อมโยงประสบการณ์ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การฝึกปฏิบัติ

2.3 ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเผื่อระวังสิทธิ มีวิธีการเรียนรู้ตั้งแต่การทำตามแบบอย่างจากผู้นำในชุมชน การศึกษาชุมชนต้นแบบ การอบรมให้ความรู้ การปฏิบัติ การร่วมกันทำงาน การสร้างแรงจูงใจ การกำหนดบทลงโทษ

“...รู้ว่าเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของที่นั่นนะ แต่ไม่มีตราติดเพราะหลุดหมด ก็บอกว่าเป็นของสวนเรา จะให้คนอื่นไปใช้ไม่ได้ ถ้ามีคนมาบอกว่าเป็นของสวนนี้ ไม่ได้เลยนะ...”

(นายพิจิต บริบูรณ์, **สัมภาษณ์**, 29 สิงหาคม 2557)

3. ฐาน/แหล่งการเรียนรู้ หมายถึง สถานที่เรียนรู้ ตัวบุคคลที่มีความรู้ในการถ่ายทอดความรู้ สื่อการเรียนรู้ และกิจกรรมการเรียนรู้ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน เมื่อมีการรวมกลุ่มคนในชุมชน

เพื่อการประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แต่ละชุมชนมีฐาน/แหล่งการเรียนรู้ของตนเองที่ค่อนข้างชัดเจนตั้งแต่ในระยะเวลาการสร้างสรรค์แล้ว

3.1 ระยะเวลาการสร้างสรรค์ ฐาน/แหล่งการเรียนรู้ภายในชุมชนที่เป็นสถานที่ ได้แก่ พื้นที่แหล่งทรัพยากรในชุมชน สวนหรือโรงงานที่เป็นพื้นที่การผลิตสินค้าของชุมชนต้นแบบ บ้านผู้รู้ ศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน สถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่ชุมชน สำหรับสถานที่เรียนรู้ภายนอกชุมชน ได้แก่ สถานที่ศึกษาดูงาน สถาบันอุดมศึกษาภายนอกพื้นที่ชุมชน สถานที่ออกร้าน งานแสดงสินค้า สถานที่จัดการประชุมสัมมนา ฐาน/แหล่งการเรียนรู้ที่เป็นคนเป็นสื่อในการเรียนรู้ภายในชุมชน ได้แก่ ผู้รู้ในท้องถิ่น ผู้อาวุโส กลุ่มชาวบ้านที่มีการผลิตสินค้าท้องถิ่นมาก่อน คนที่เป็นสื่อการเรียนรู้ภายนอกชุมชน ได้แก่ ผู้นำชุมชนต้นแบบในท้องถิ่นอื่น นักวิชาการ/นักการศึกษา เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐต่างๆ สำหรับแหล่งการเรียนรู้ที่เป็นกิจกรรมภายในชุมชน ได้แก่ วงเสวนา งานประเพณีของดีประจำจังหวัด เทศกาลออกร้านสินค้าท้องถิ่น กิจกรรมภายนอกชุมชน ได้แก่ งานแสดงสินค้าระดับประเทศ งานเทศกาลสินค้าแต่ละจังหวัดทั่วประเทศ

“...ชาวบ้านเรียนรู้โดยตรง อาจารย์คนพ มาดูให้ มาสอนให้ เรื่องสายพันธุ์ก็ คุณทองเว ส่วนราชมงคลก็ดูสรรพคุณต่างๆ ให้...”

(นายทินกร ศรีศิลป์, สัมภาษณ์, 24 มีนาคม 2557)

“...เกษตรอำเภอให้ความรู้ ปรับระบบการปลูกเพื่อมาตรฐาน หนึ่ง ต้องรักษามาตรฐาน GAP 3 ปี สอง รักษาสิ่งที่ทำให้เป็นปกติ ก็อบรม GAP และ GI ทุกงาน ทุกเวที ก็อบรม GI และ QR code เพื่อให้ได้สต็อกเกอร์ จะได้ดีลาดสูง ...”

(นายวันชัย นิลวงศ์, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2557)

3.2 ระยะเวลาขอคุ้มครองสิทธิ ฐาน/แหล่งการเรียนรู้ที่เพิ่มเติมมาจากภายนอกชุมชน ได้แก่ หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องที่ให้ข้อมูลกฎหมายที่เกี่ยวข้อง สถานที่การจัดประชุมเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ห้องสมุด

“...ไปมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา อาจารย์ก็แนะนำว่าไปจดอย่างไร เอกสารอย่างไร ขั้นตอน แล้วพี่เขาก็ไปทำเองหมด...”

(นายวิเชียร อมะโสม, สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2558)

3.3 ระยะเวลาใช้ประโยชน์และแผ่รางวัลสิทธิ ฐาน/แหล่งการเรียนรู้ในระยะนี้ มีความเฉพาะมากขึ้น ได้แก่ ชุมชนที่ได้ดำเนินการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้ว สถานที่ฝึกอบรมหรือการปฏิบัติ สถานที่พบปะเครือข่ายตลาดหรือผู้บริโภคสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

“...เกษตรกรจังหวัดกำแพงเพชรไปดูงาน สัมมนาที่จังหวัด สอนฝึ่ง ราชบุรี ไปดูสวนเขา ดูการใช้สารเคมี การบังคับให้ผลออกนอกฤดู ...”

(นายวันชัย เทียนศาสตร์, สัมภาษณ์, 24 มกราคม 2558)

“...ราชชมงคลก็สนับสนุนตั้งศูนย์การเรียนรู้ มีเครื่องมือคั้นน้ำสด ถ่ายทอดให้คนสนใจ...”

(อาจารย์ ดร. สุดารัตน์ คุสกุล, สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2557)

การเปรียบเทียบความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมกับพื้นที่เทียบเคียง

จากการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของการเรียนรู้ของชุมชนจะเกิดจากการเรียนรู้เนื้อหาความรู้ครบทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านความตระหนัก เพราะสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเรื่องของสิทธิของชุมชนในการใช้ชื่อสินค้า ผู้ใช้สิทธิมีหน้าที่ในการดูแลสิทธิให้คงอยู่โดยการปฏิบัติตามเงื่อนไขและรักษาแหล่งภูมิศาสตร์ตามที่ขึ้นทะเบียนไว้ แม้ว่าแต่ละพื้นที่จะมีความแตกต่างกันทั้งในบริบทชุมชน ระยะเวลาจัดการ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และการให้ความสำคัญของเนื้อหาความรู้ที่ต่างกันในแต่ละระยะ จึงต้องมีการเรียนรู้ที่ครบทั้ง 3 ด้าน ขณะที่พื้นที่เทียบเคียงมีลักษณะการเรียนรู้ที่แตกต่างที่อาจเป็นสาเหตุให้ไม่สามารถขึ้นทะเบียนสินค้าได้ หรือมีการขึ้นทะเบียนสินค้าแล้วแต่มีปัญหาในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยพบว่า การขาดการเรียนรู้ด้านใดไปชุมชนจะไม่สามารถสร้างเสริมการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ ซึ่งแสดงให้เห็นได้จากพื้นที่เทียบเคียงเนื่องจากขาดเนื้อหาความรู้บางด้าน เช่น ขาดการเรียนรู้ด้านความตระหนักในทรัพยากรท้องถิ่น แม้จะเป็นสินค้าชนิดเดียวกันแต่การไม่เห็นคุณค่าของสินค้า ทำให้ไม่เกิดการใช้ประโยชน์หรือการจัดการสินค้านั้นให้เกิดมูลค่าจากทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชน

“...รถเบนซ์ยังมีอีกหลายที่ แต่คนไม่รู้ว่ นิ่งเบนซ์ เหมือนคนป่า มีปืน...”

(นายพนพล ม่วงแก้ว, สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2557)

การขาดการเรียนรู้ด้านทักษะการผลิต เนื่องจากสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีข้อกำหนดมาตรฐานสินค้าและพื้นที่การผลิตเฉพาะพื้นที่ที่เอื้อในการผลิตสินค้านั้นจริง ผู้ผลิตต้องมีความสามารถในการรักษาคุณภาพสินค้าและจัดหาสินค้าอย่างเพียงพอเท่าที่ทำได้ เช่น การเพิ่มปริมาณการปลูกพืชสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในขอบเขตที่กำหนดไว้ สำหรับชุมชนที่มีสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้วแต่ขาดการเรียนรู้ในการปกป้องรักษาสิทธิของชุมชนทำให้การคุ้มครองสิทธิไม่เกิดประโยชน์ซึ่งส่งผลกระทบต่อการจัดสรรทรัพยากร ความสามัคคีร่วมแรงร่วมใจ และการรักษาสภาพแวดล้อมเพื่อประโยชน์ของชุมชน สังเกตพบจากการศึกษาพื้นที่ที่เทียบเคียงที่ไม่ให้ความสำคัญกับการเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แม้จะมีการรวมกลุ่มแต่การรวมกลุ่มขาดการเรียนรู้ความตระหนักในคุณค่าสินค้าเฉพาะถิ่น และสิทธิชุมชนซึ่งเป็นอำนาจต่อรองทางการค้า ในพื้นที่ชุมชนนี้จึงมีปัญหาความไม่เชื่อใจกัน ขาดความสามัคคี การจำหน่ายสินค้าไม่ได้คุณภาพ และการกระทำผิดกฎหมายเกี่ยวกับสิทธิของชุมชน

“...ทางกรรมทรัพย์สินฯ ก็ต่อว่าชุมชนไม่เข้มแข็ง แต่หน่วยงานก็ไม่เข้มแข็ง มีการรวมกลุ่มแต่ไม่เชื่อมั่น กำหนดราคาเองไม่ได้ ขาดความสามัคคี รวมตัวยาก ก็รู้ว่าต้องช่วยเหลือตัวเอง...”

(นายสุทน (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 27 กุมภาพันธ์ 2559)

นอกเหนือจากเนื้อหาการเรียนรู้เนื้อหาที่ไม่ครบทั้งด้านความรู้ ทักษะ และความตระหนักของชุมชนพื้นที่เทียบเคียง ยังพบว่า วิธีการเรียนรู้ มีความแตกต่างจากลักษณะของการเกิดการเรียนรู้ ทั้งนี้ ชุมชนที่มีการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีลักษณะของการเกิดการเรียนรู้ 2 ทาง คือ เกิดจากการเรียนรู้ภายในไปสู่ภายนอก และการเรียนรู้ที่เกิดจากภายนอกนำมาสู่การเรียนรู้ภายใน การเรียนรู้ของชุมชนที่เคยประสบปัญหาการทำเกษตรกรรมตามกระแสหลัก ซึ่งละเลยวิถีชุมชนและแหล่งภูมิศาสตร์ที่เป็นฐานการผลิตสินค้าเกษตรกรรม ทำให้ชุมชนคิดหาทางแก้ไขปัญหามองการตั้งเกิดการสร้างสรรค์สินค้าท้องถิ่นจากความตระหนักถึงคุณค่าของสินค้าชุมชนอันมีอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ จากการเรียนรู้ภายในของคนชุมชนนี้เอง จึงทำให้เป็นที่สนใจของคนและหน่วยงานภายนอกที่เห็นคุณค่าของสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะ จนนำไปให้มีการเสนอขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้า โดยชุมชนจะต้องเรียนรู้กฎเกณฑ์ วิธีการ ขั้นตอนในการดำเนินการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตลอดจนการติดต่อกับหน่วยงานต่างๆ ส่งผลให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้จากภายนอกชุมชน การเรียนรู้ของชุมชนเกิดจากทั้งภายในและภายนอกจากการตระหนักในสิทธิชุมชนและการประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สำหรับชุมชนพื้นที่เทียบเคียงบางชุมชนมีลักษณะการเกิด

การเรียนรู้ในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จากคนภายนอกชุมชนจากการแนะนำให้ปลูกหรือผลิต เพื่อเป็นสินค้าท้องถิ่น การเรียนรู้ที่เกิดจากภายนอกส่งผลให้เกิดวิธีการเรียนรู้ที่แตกต่างเนื่องจากไม่ได้เกิดจากการรวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือเรียนรู้ของคนในชุมชนส่งผลให้การเรียนรู้ไม่ได้เป็นการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

การเปรียบเทียบความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม จากการศึกษาพบว่า การเรียนรู้ของชุมชนที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อยู่บนฐานการผลิตและการตลาดที่คำนึงถึงการจัดสรรผลประโยชน์เพื่อผู้เกี่ยวข้องทั้งเส้นทางจากผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภค ทั้งคนในและนอกชุมชนจนถึงสังคมโดยรวม ดังนั้น การเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงแตกต่างจากความเป็นผู้ประกอบการทั่วไป เนื่องจากการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีหลักการให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติในเชิงพาณิชย์ไปพร้อมกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งอยู่ภายใต้ชื่อเสียงของสินค้าที่คนในชุมชนมีสิทธิ จากหลักการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แสดงให้เห็นว่าชุมชนเกิดการเรียนรู้ที่ความสอดคล้องกับเป้าหมายของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

“...ก็มีการประชุมเพื่อตกลงกันว่าปีนี้จะซื้อเมาเท่าไร ระหว่างต้นน้ำ กลางน้ำ แล้วก็เชิญปลายน้ำมา ซึ่งเมาเป็นไม้ผลหรือพืชเกษตรที่เป็นตัวอย่างตัวอื่นได้เลย วงจรการทำธุรกิจเมา จะซื้อเมาราคาเท่าไรจะต้องถามคนปลายน้ำ ถ้าซื้อราคาเท่านี้พอจะมีกำไรไหม ถ้าต้นน้ำซื้อกิโลละ 50 บาท กลางน้ำคุณรับซื้อ 50 บาท ได้ไหม ลองไล่ต้นทุ่นดู พอจะมีกำไรไหม จะต้องไล่เป็นทอดๆ ถ้ากิโลเท่านี้จะคุ้มไหม อยู่ได้ไหม ถ้าอยู่ได้จึงตัดสินใจเป็นนมต้อออกมา...”

(นายคนพ วรณวงศ์, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2557)

ตารางที่ 1 ความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมจำแนกตามระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และชุมชนเทียบเคียง

ระยะการ จัดการสิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์	การเรียนรู้ของชุมชนหลัก			การเรียนรู้ของชุมชนเทียบเคียง
	เนื้อหาการเรียนรู้	วิธีการเรียนรู้	ฐาน/แหล่งการเรียนรู้	
1. ระยะเวลา สร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none"> - การรวมกลุ่มความร่วมมือของคนในชุมชน ได้แก่ ผู้ปลูก ผู้ผลิต และผู้จำหน่ายสินค้าของชุมชน - ความรู้ และทักษะเกี่ยวกับสินค้าจากทรัพยากรของชุมชน - การตระหนักถึงคุณค่าทรัพยากรของชุมชน เช่น การรับผิดชอบต่อผู้บริโภค เพื่อให้ตระหนักถึงคุณค่าภาพทั้งในทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิต 	<ul style="list-style-type: none"> - การถ่ายทอดความรู้การผลิตสินค้าจากทรัพยากรของชุมชนจากรุ่นสู่รุ่น - การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของกลุ่มคนในชุมชน - การร่วมกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่ม เช่น การร่วมแสดงความคิดเห็น การจัดงานออกงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - พื้นที่เพาะปลูก แหล่งทรัพยากรของชุมชน ศูนย์การเรียนรู้ สถาบันอุดมศึกษา ผู้รู้ ผู้อาวุโส กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตสินค้ามาก่อน งานประเพณีเทศกาล การออกร้าน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชน เช่น เทศกาลหมากแม่ที่มีวัตถุประสงค์หนึ่งเพื่อการรวบรวมและพัฒนาพันธุ์หมากแม่ - งานแสดงสินค้าระดับประเทศ การประชุมสัมมนา ชุมชนต้นแบบในท้องถิ่นอื่น 	<ul style="list-style-type: none"> - การรวมกลุ่มเป็นไปเพื่อรับประโยชน์จากหน่วยงานของรัฐเป็นหลักทำให้อัตราหรือกิจกรรมของกลุ่มไม่ได้ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในกลุ่มมากนัก - การเรียนรู้ไม่ครอบคลุมทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความตระหนักทำให้ชุมชนไม่สามารถมีสินค้าสิ่งบ่งชี้ฯ เช่น เมื่อไม่สามารถผลิตไว้นั้นหมากแม่ที่มีราคาจำหน่ายสูงได้ ชุมชนหมอกคัมที่ขาดความตระหนักถึงอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของหมากแม่จึงมองข้ามการแปรรูปหมากแม่เป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ฯ ที่มีคุณค่า และสามารถสร้างมูลค่าได้เช่นกัน ขณะที่ชุมชนปางตา แม่จะตระหนักถึงคุณค่าและมูลค่าของภาพในการเป็นอาชีพที่มีมั่นคงเพราะ

ระยะเวลา จัดการสิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์	การเรียนรู้ของชุมชนหลัก			การเรียนรู้ของชุมชนเทียบเคียง
	เนื้อหาการเรียนรู้	วิธีการเรียนรู้	ฐาน/แหล่งการเรียนรู้	
				<p>เป็นพื้นที่ขึ้นต้นและมีความต้องการทางตลาด แต่เนื่องจากกาแฟเป็นพืชต่างถิ่นจึงขาดความรู้ในการเพาะปลูก ดูแล และเก็บเกี่ยว ส่งผลต่อคุณภาพของกาแฟ</p>
2. ระยะเวลาขอ คุ้มครองสิทธิ	<p>- ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจ และการจัดการสินค้าของชุมชน</p>	<p>- การอบรม ให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ จากเจ้าหน้าที่รัฐ และจากผู้ที่มีความรู้ในชุมชน กรมทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกับจังหวัด จัดการประชุมให้ความรู้ ประโยชน์ และส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้</p>	<p>- หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องที่ให้ข้อมูล และสนับสนุนการขึ้นทะเบียน และกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้</p> <p>- ที่ประชุม/อบรม/สัมมนาเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้</p>	<p>- หน่วยงานรัฐดำเนินการในการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้</p>
3. ระยะเวลาใช้ ประโยชน์และ แผ่รางวัลสิทธิ	<p>- การจัดการสิทธิประโยชน์ของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ เช่น ทางกฎหมาย ทาง</p>	<p>- การทำตามแบบอย่างผู้นำในชุมชน</p> <p>- การศึกษาดูงาน การอบรมให้</p>	<p>- ศึกษาจากชุมชนที่ได้ดำเนินการสิ่งบ่งชี้ แล้ว</p> <p>- การฝึกอบรมหรือปฏิบัติการ ทั้ง</p>	<p>- การเรียนรู้ที่ขาดการมีส่วนร่วมและการสร้างความตระหนักร่วมกัน ทำให้ชุมชนไม่รู้สึกถึงความเป็นเจ้าของของสิ่งบ่งชี้ ของชุมชน ซึ่ง</p>

ระยะการ จัดการสิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์	การเรียนรู้ของชุมชนหลัก			การเรียนรู้ของชุมชนเทียบเคียง
	เนื้อหาการเรียนรู้	วิธีการเรียนรู้	ฐาน/แหล่งการเรียนรู้	
	มาตรฐานสินค้า เป็นต้น	ความรู้การจัดการสิ่งบ่งชี้ฯ เช่น การอบรมการใช้ QR code เพื่อการตรวจสอบย้อนกลับ แหล่งที่มา (พื้นที่ปลูก) ของส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม	ภายในและภายนอกชุมชน	ส่งผลต่อความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ฯ หรือ การประสานกับปัญหาในการจัดการสิ่งบ่งชี้ฯ เช่น การที่คนในชุมชนเองนำส้มโอจากพื้นที่อื่น มาสวมสิทธิ์โดยใช้ชื่อเสียงของส้มโอศรีเพชรจำหน่ายส้มโอ สะท้อนให้เห็นถึงผลของการขาดการมีส่วนร่วมและความตระหนักในสินค้าสิ่งบ่งชี้ฯ ซึ่งเป็นทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกันของคนในชุมชน

2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน ใช้แนวคิดทฤษฎีการก่อตัวของโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม (Structuration Theory) ของ Giddens (Giddens, 1984) ที่ให้ความสำคัญกับผู้กระทำการ (agency) และโครงสร้างทางสังคม (structure) โครงสร้างทางสังคมแสดงอยู่ในรูปแบบของกฎและทรัพยากร (rules and resources) อีกทั้งมิติของเวลาและพื้นที่ (time and space)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน พบว่า โครงสร้าง ผู้กระทำการ และปฏิสัมพันธ์มีความแตกต่างกันในแต่ละระยะของการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งส่งผลต่อการเรียนรู้ที่ต่างกัน ดังนี้

1. โครงสร้างของชุมชน ประกอบด้วยกฎและทรัพยากร ซึ่งกฎเป็นแนวทางในการกระทำของคนในชุมชน ได้แก่ กระแสสังคม วิถีประชา จารีตประเพณี แนวคิด กลุ่ม/องค์กร หลักศาสนา และทรัพยากรเป็น สิ่งที่ช่วยเอื้ออำนวยให้การกระทำเป็นไปได้ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า โครงสร้างส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนที่แตกต่างกันในแต่ละระยะของการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ดังนี้

1.1 ระยะเวลาการสร้างสรรค์ โครงสร้างชุมชนเป็นการปฏิบัติตามแนวคิดการรวมกลุ่มความร่วมมือ โดยการรวมกลุ่มคนในชุมชน มีสาเหตุหรือแรงจูงใจที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มมีแตกต่างกันแต่ละชุมชน ได้แก่ ชุมชนที่สินค้าต้องผ่านการแปรรูปมีความต้องการจัดระเบียบการจัดการกระบวนการผลิตสินค้าให้เป็นระบบ ต้องการทราบจำนวนวัตถุดิบในแต่ละปีเพื่อการแบ่งวัตถุดิบให้แต่ละโรงงานตามความเหมาะสม จึงเกิดการรวมกลุ่มในรูปแบบชมรม เมื่อรวมกลุ่มแล้ว มีกฎเกณฑ์ที่สมาชิกต้องปฏิบัติตาม เช่น การกำหนดการรับซื้อผลผลิต การแบ่งสัดส่วนยอดการสั่งซื้อ บางชุมชนต้องการการรวมกลุ่มเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิต จึงมีการรวมกลุ่มเพื่อหาสมาชิกเพิ่ม โดยมีการกำหนดกฎเกณฑ์ เช่น ให้ต้นกล้าไปทดลองปลูก กระทั่งได้ผลผลิตแล้วจึงนำเงินค่าต้นกล้ามาคืน การรวมกลุ่มเป็นรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน มีการบัญญัติแผนแม่บทชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนยึดปฏิบัติ แต่ไม่เข้มงวด การปฏิบัติตามเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไป ทำข้อไหนทำได้ก็ทำ ข้อไหนยังทำไม่ได้ก็ยังไม่ต้องทำ บางชุมชนที่ต้องการเพิ่มอำนาจในการต่อรองและเพื่อการเรียนรู้หรือชุมชนมีการรวมกลุ่มผู้ผลิตและหรือผู้แปรรูป ผู้ผลิต ผู้แปรรูป และผู้ประกอบการ ของแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกันในรูปแบบของกลุ่ม ได้แก่ ชมรม วิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ปลูก ทั้งนี้ รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในระยะเริ่มต้นนี้การรวมกลุ่มเป็นกลุ่มแบบบุคคล เป็นการรวมตัวเพื่อการช่วยเหลือกัน โดยมีกฎเกณฑ์การรวมกลุ่มความร่วมมือ เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การกำหนดสัดส่วนการรับซื้อผลผลิต จึงเห็นได้ว่า แต่ละชุมชนเห็นประโยชน์ของการรวมกลุ่มความร่วมมือในการเพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการ การใช้และจัดสรร

ทรัพยากร สำหรับทรัพยากรที่ชุมชนใช้ในขณะนี้ ได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติ ผู้รู้ เชียน ปราชญ์ชาวบ้าน ทรัพยากรจากภาครัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ เช่น เกษตรจังหวัด พาณิชยจังหวัด และนักวิชาการจากสถาบันอุดมศึกษา

1.2 ระยะเวลาคุ้มครอง แม้ว่าชุมชนจะใช้แนวคิดการรวมกลุ่มความร่วมมือ และมีการ จัดตั้งกลุ่มต่างๆ แล้ว แต่การขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ชุมชนต้องยึดถือกฎหมาย และสิทธิ ชุมชนตามหลักการของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย โครงสร้างกลุ่มจึง มีการปรับให้มีความชัดเจนเป็นกลุ่มแบบองค์กรมากขึ้น แต่ละชุมชนมีกฎเกณฑ์ที่เป็นระเบียบแบบ แผนที่คนในชุมชนมีส่วนร่วมมากขึ้น เช่น การบัญญัติแผนแม่บทของชุมชน รวมทั้ง มีกฎเกณฑ์ตาม เงื่อนไขการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ หลักการและระเบียบการขอขึ้นทะเบียนสิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และคู่มือปฏิบัติงานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งชุมชนจึงต้องเรียนรู้และปฏิบัติตาม ในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และมีคุณลักษณะของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อให้สินค้าได้รับการ ขึ้นทะเบียน จากการศึกษาพบว่า ระยะเวลาคุ้มครองเป็นระยะที่ทำให้ชุมชนมีการปรับเปลี่ยน กระบวนการผลิตและการจำหน่ายสินค้า เช่น การเก็บเกี่ยวตามระยะเวลา หรือการกำหนดสัดส่วน วัตถุดิบจากภายนอกชุมชนเพื่อให้เป็นไปตามที่กำหนดในคำขอขึ้นทะเบียน การปรับเปลี่ยนแนว ทางการบริการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน โดยเป็นการพยายามรักษา สภาพแวดล้อมตามธรรมชาติของชุมชนให้เหมือนเดิม บางชุมชนลดและเลิกการใช้สารเคมีในการปลูก พืชผล เนื่องจากเป็นพืชผลดั้งเดิมที่ขึ้นในพื้นที่ การใช้สารเคมีจึงไม่ส่งผลต่อผลผลิต ซึ่งตรงข้ามกับ การปลูกพืชต่างถิ่น เมื่อนำมาปลูกมักต้องใช้สารเคมีเพื่อปรับสภาพเพิ่มความต้านทานต่อโรคและ แมลง ตลอดจนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม โดยคนในชุมชนมีการประสานงานและร่วมมือกับ หน่วยงานรัฐ และสถาบันการศึกษามากขึ้น ทรัพยากรที่ชุมชนใช้ในขณะนี้ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้รู้ เชียน ปราชญ์ชาวบ้าน ทรัพยากรที่ใช้บางส่วนมาจากภาครัฐ ได้แก่ งบประมาณในการดำเนินการ เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ เช่น เกษตรจังหวัด พาณิชยจังหวัด นักวิชาการจากสถาบันอุดมศึกษา

1.3 ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ ชุมชนยังใช้แนวคิดการรวมกลุ่มความ ร่วมมือ และกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยให้ความสำคัญเรื่องสิทธิชุมชน เนื่องจากเป็นระยะเวลา ใช้สิทธิและการเฝ้าระวังสิทธิ ซึ่งเป็นการปฏิบัติตามคู่มือการปฏิบัติงาน เงื่อนไขการใช้สิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์ บางชุมชนจึงมีการประพาดดินเป็นหูเป็นตาเฝ้าระวังการใช้สิทธิโดยมิชอบของทั้งคนใน และคนภายนอกชุมชน ได้แก่ การแจ้งเจ้าหน้าที่รัฐเมื่อพบการนำสินค้าจากพื้นที่อื่นเข้ามาวางจำหน่าย ในบริเวณเดียวกันกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของชุมชน เพื่อทำให้เกิดความสับสนหรือเข้าใจผิด ว่า เป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของชุมชนเช่นเดียวกัน ทรัพยากรที่ชุมชนใช้ในขณะนี้ ได้แก่ คน

ในชุมชน เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ นักวิชาการจากสถาบันอุดมศึกษา รวมทั้ง สื่อสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของชุมชน

“ถ้าเจอคนไหนแตกแถว ก็ประสานงานช่วยกัน เวลาประชุม ผู้นำไปบอกให้มานะ ถ้าเจอต้องแจ้งเจ้าหน้าที่หรือกลุ่ม ก็จะไปเตือนว่าผิดกฎนะ ใครบอกมาก็จะไม่บอกว่าใครแจ้ง ปิดเป็นความลับ ก็ จะจัดการได้”

(นายวิศิษ บ่อสารคาม, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2558)

2. ผู้กระทำการ คนในชุมชนที่ต้องการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม ในแต่ละระยะ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในชุมชน

2.1 ระยะเวลาการสร้างสรรค์

2.1.1 ผู้กระทำการภายในชุมชน

1) ผู้นำที่เป็นทางการ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้ใหญ่บ้านไม่มีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงทั้งทางโครงสร้าง ทั้งแนวคิด กฎระเบียบ หรืองบประมาณของรัฐในการเสริมสร้างความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากไม่ได้เป็นการสั่งการจากรัฐหรือเป็นงานที่ได้รับมอบหมายโดยตรง

2) ผู้กระทำการหรือผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการเสริมสร้างความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ผู้ผลิตและหรือจำหน่ายสินค้าของท้องถิ่น ซึ่งหมายรวมทั้ง ผู้ปลูก ผู้แปรรูป และผู้ประกอบการท้องถิ่น ที่เป็นผู้มีความรู้ มีทักษะ และมีความตระหนักถึงปัญหาและต้องการที่จะแก้ไขหรือจัดการปัญหา จากการศึกษพบว่า ผู้กระทำการหรือผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีต้นทุนทางสังคมที่สำคัญ เช่น การศึกษา เคยทำงานรับราชการมาก่อน มีความเป็นครู มีประสบการณ์ชีวิตและการทำงานโดยเฉพาะจากภายนอกชุมชน รวมทั้ง มีหลักในการประพฤติปฏิบัติที่ดี เช่น หลักศาสนา แนวพระราชดำริในการดำเนินงานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว นอกจากนี้ พบว่า หลายชุมชนมีผู้กระทำการเป็นคนท้องถิ่นอื่น หลังจากย้ายเข้ามาประกอบอาชีพและดำรงชีวิตอยู่ได้จึงเกิดความสำนึกในบุญคุณของท้องถิ่น มีความรักและต้องการรักษาแผ่นดินที่อาศัยและทำกินไว้ ซึ่งส่งผลต่อการรู้คิดและตระหนักรู้ในการเปลี่ยนแปลงตนเอง จากเดิมที่เคยทำการเกษตรตามๆ กัน เมื่อประสบกับปัญหาที่จึงคิดหาหนทางที่จะหลุดพ้นจากปัญหาอย่างแท้จริง จึงสร้างทางเลือกใหม่ พร้อมทั้งหันตนเองในการมีบทบาทต่อการนำความคิดของคนในท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปด้วยกัน ผู้กระทำการหรือผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีความสำคัญมากในการรวมกลุ่มคนในชุมชน จากการประสบความสำเร็จในการพัฒนาสินค้าท้องถิ่นให้มีคุณภาพและสามารถจำหน่ายได้ กระทั่งเป็นที่

รู้จักและยอมรับของคนในชุมชน เมื่อเสนอให้รวมกลุ่มความร่วมมือหรือจัดตั้งกลุ่ม จึงมีคนสนใจและสามารถจัดตั้งกลุ่มความร่วมมือได้

“...แต่ก่อนก็คิดว่าเอาตามกระแส มะขามหวานขายดี เงาะขายดีก็
เอามาปลูก มันไม่เหมาะ มันย้ายถิ่นมา ก็ลองมองดูไม้ผลในท้องถิ่น
...”

(นายคนพ วรรณวงศ์, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2557)

3) ผู้นำหรือแกนนำกลุ่มพัฒนา ได้แก่ พระ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้รู้หรือเซียน แกนนำกลุ่มผู้ปลูก แกนนำกลุ่มผู้แปรรูป แกนนำกลุ่มผู้ประกอบการ ที่ต้องการการพัฒนา มีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้กระทำการหรือผู้นำการเปลี่ยนแปลง ทั้งในด้านความรู้ ความคิด ทุนทรัพย์ และการดำเนินงานที่เอื้อต่อการเสริมสร้างความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ นอกจากนี้ ยังศึกษา พบว่า ผู้นำหรือแกนนำกลุ่มพัฒนาเป็นผู้กระทำที่มีบทบาทสำคัญในการนำพาให้คนในชุมชนมีการเสริมสร้างความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้งจากการถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ การกระตุ้นให้เกิดความคิด การใช้อำนาจหน้าที่ หรือทุนทรัพย์

2.2.2 ผู้กระทำภายนอกชุมชน

1) ผู้นำที่เป็นทางการ ผู้นำระดับท้องถิ่น ได้แก่ ตำบล อำเภอ จังหวัด มีอำนาจหน้าที่ในการปกครองดูแล เป็นตัวกลางระหว่างรัฐบาลกับคนในท้องถิ่น ทั้งนี้ จากการศึกษา พบว่า ผู้นำที่เป็นทางการจากภายนอกไม่มีบทบาทที่ชัดเจนในการเสริมสร้างความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2) เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรตำบล สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด กรมพัฒนาชุมชน มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมโดยการให้ข้อมูล ความรู้ แนวคิด วิธีการ แนวทางปฏิบัติ และงบประมาณ ในการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่กระบวนการยื่นขอขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

3) เจ้าหน้าที่หน่วยงานด้านการวิจัยและการพัฒนา ได้แก่ สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) สถานีทดลองเกษตรที่สูง สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย หน่วยงานด้านการวิจัยและการพัฒนาของแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกันและมีบทบาทต่างกันจากการศึกษาพบว่า หน่วยงานเหล่านี้ที่มีบทบาทสูงในการสนับสนุนและส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนทั้งในเรื่องของการพัฒนาสินค้าและการประกอบการสินค้า ตลอดจน การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยเป็นทั้งการให้ข้อมูลความรู้ การทดลองปฏิบัติ การวิจัยและพัฒนาคุณภาพสินค้า กระบวนการขั้นตอนในการผลิตหรือแปรรูป และแนวทางการประกอบการ ส่งผลให้ผู้กระทำการหรือผู้นำการเปลี่ยนแปลง

เกิดการพัฒนาคำรู้ ทักษะ และความตระหนักในสินค้าท้องถิ่น โดยบางชุมชนเจ้าหน้าที่หน่วยงานด้านการพัฒนาได้เข้ามาช่วยตั้งแต่การปรับเอกสารยื่น คำร้องขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จนกระทั่งการทำตลาด และการพัฒนาสินค้า ส่งผลให้การประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของชุมชนเกิดได้อย่างรวดเร็ว และสร้างความเชื่อมั่นในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ให้แก่คนในชุมชน

4) นักวิชาการ/สถาบันการศึกษาอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษามีบทบาทในการให้ความรู้ ทั้งเรื่อง คุณลักษณะและลักษณะเฉพาะของสินค้า การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้า และระเบียบวิธีการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในบางชุมชนนักวิชาการจากในสถาบันอุดมศึกษา เข้าร่วมเป็นสมาชิกของชุมชนและทำงานร่วมกับคนในชุมชน อย่างไรก็ตาม นักวิชาการส่วนใหญ่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาเนื่องจากมีภาระงานหลายอย่าง และงบประมาณที่มีจำกัด

2.2 ระยะเวลาขอคุ้มครอง เป็นระยะการดำเนินการนำเข้าสู่ระบบการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผู้กระทำการหลักนอกจากผู้กระทำการซึ่งเป็นผู้นำคนในชุมชน ยังมีหน่วยงานภาครัฐ

2.2.1 ผู้กระทำการภายในชุมชน

1) ผู้กระทำการหรือผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการเสริมสร้างความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ยังเป็นคนกลุ่มเดิม ได้แก่ หัวหน้าหรือผู้นำชุมชนที่มีบทบาทในการพัฒนาสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เมื่อคนในชุมชนยอมรับและไว้วางใจให้เป็นผู้นำในการดำเนินงาน จึงเป็นผู้มีบทบาทอย่างมากในพัฒนาความร่วมมือ ให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและกำหนดกฎระเบียบต่างๆ ของชุมชน ในการยื่นคำร้องขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จะมีบทบาทเป็นผู้ดำเนินการในส่วน of ชุมชน และเป็นผู้ประสานงานในส่วนที่ดำเนินการร่วมกันหน่วยงานรัฐและหรือสถาบันการศึกษา ตลอดจนเป็นผู้ให้ความรู้ ความเข้าใจแก่คนในชุมชน

2) ผู้นำหรือแกนนำกลุ่มพัฒนา ได้แก่ ประชาชนชาวบ้าน ผู้รู้หรือเซียน แกนนำกลุ่มผู้ปลูก แกนนำกลุ่มผู้แปรรูป แกนนำกลุ่มผู้ประกอบการ เมื่อต้องการให้ชุมชนมีการพัฒนาด้วยการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงได้พัฒนาตนเองให้มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จนสามารถส่งเสริมและสนับสนุนผู้กระทำการหรือผู้นำการเปลี่ยนแปลง และการดำเนินงานที่เอื้อต่อการเสริมสร้างความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.2.2 ผู้กระทำภายนอกชุมชน

1) เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ ในระยะนี้ มีส่วนสำคัญมาก เนื่องจากเป็นผู้ดำเนินการในการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของชุมชน ได้แก่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด และผู้ทำหน้าที่ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องในการขอขึ้นทะเบียน ได้แก่ เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรตำบล สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานเกษตรจังหวัด กรมพัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐยังมีบทบาทสำคัญใน

การให้ความรู้แก่คนในชุมชน และแนะนำแนวทางการดำเนินการในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้คนในชุมชนด้วย ในบางชุมชน คนในชุมชนเป็นผู้ดำเนินการขอขึ้นทะเบียนเอง เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐทำหน้าที่เปรียบเสมือนผู้ให้คำปรึกษา ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการหลักเพื่อความสะดวกรวดเร็ว อย่างไรก็ตามในขั้นตอนการรับคำร้อง พาณิชย์จังหวัดจะเป็นผู้รับคำร้องไว้และประสานกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา หน่วยงานรัฐจึงเป็นหน่วยงานในการประสานงานหากกรมทรัพย์สินทางปัญญาขอให้ชี้แจงเพิ่มเติม หรือเรียกให้ส่งหลักฐานเพิ่มเติม

2) นักวิชาการ/สถาบันการศึกษา ได้แก่ อาจารย์มหาวิทยาลัย เจ้าหน้าที่หน่วยจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและการบ่มเพาะวิสาหกิจ โดยเจ้าหน้าที่หน่วยจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและการบ่มเพาะวิสาหกิจ เป็นผู้ให้คำแนะนำและดำเนินการในการยื่นคำร้องขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ให้กับคนในชุมชน เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นนอกจากการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาของบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยแล้ว ยังให้บริการแก่บุคคลภายนอกในท้องถิ่นที่ตั้งมหาวิทยาลัยด้วย

2.3 ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ

2.3.1 ผู้กระทำการภายในชุมชน

1) ผู้นำที่เป็นทางการ จากการศึกษา พบว่า ผู้นำที่เป็นทางการในชุมชนไม่มีบทบาทการเสริมสร้างความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2) ผู้กระทำการหรือผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการเสริมสร้างความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ผู้กระทำการเป็นกลุ่มผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการที่มีส่วนได้เสียจากสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชน กลุ่มนี้มีความตระหนักรู้ถึงสิทธิและการปกป้องสิทธิของชุมชน ผู้กระทำการกลุ่มนี้จึงเป็นหลักในการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทั้งการใช้สิทธิ และการป้องกันการกระทำผิดกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยควบคุมการกระทำของคนในชุมชนไม่ให้ทำผิดเงื่อนไขสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.3.2 ผู้กระทำภายนอกชุมชน

1) เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ ได้แก่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรตำบล สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานเกษตรจังหวัด ยังมีหน้าที่ในการติดตามตรวจสอบการดำเนินการของชุมชนเพื่อให้เป็นไปตามคู่มือปฏิบัติงาน และกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้งนี้ เมื่อสินค้าขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้ว ภาครัฐจะให้การดูแลคุ้มครองสิทธิ และติดตามให้ชุมชนมีระบบการควบคุมทั้งภายในและภายนอก โดยมีการร่วมมือกับชุมชนเพื่อพัฒนาระบบการตรวจสอบสินค้า และติดตามสินค้าเพื่อให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมั่นใจในสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่น การใช้ตราสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ติดแสดงที่สินค้าสำหรับสินค้าที่ผ่านการตรวจสอบมาตรฐานแล้วว่า

เป็นไปตามเงื่อนไขที่แจ้งขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ระบบ QR code เพื่อติดตามตรวจสอบย้อนกลับไปยังแหล่งผลิตของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ นอกจากนี้ ภาครัฐ ยังมีบทบาทส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการตลาดของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยจัดให้มีการแสดงสินค้าและการออกร้านจำหน่ายสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของชุมชน ทั้งภายในและภายนอกประเทศ

2) นักวิชาการ/สถาบันการศึกษา ได้แก่ นักวิจัย นักวิชาการ อาจารย์ ที่สนใจในสินค้าสิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากมีลักษณะเฉพาะที่สามารถสร้างมูลค่าทางการตลาดได้สูง จึงมีการวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงคุณภาพและปริมาณผลผลิต หรือการแปรรูปเพิ่มขึ้น ในบางชุมชน

1.3 ปฏิสัมพันธ์ เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในโครงสร้าง สามารถอธิบายได้ตามมิติของเวลาและพื้นที่ (time and space) ในที่นี้หมายถึง ระยะเวลาของการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมถึงโอกาส และการสร้างหรือการเปิดพื้นที่ทางสังคมของชุมชน

1.3.1 ระยะเวลาการสร้างสรรค์ หน่วยงานรัฐเป็นผู้ให้ข้อมูลสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผู้กระทำการเป็นผู้รับข้อมูลและประสานงานกับภาครัฐและคนในชุมชน ปฏิสัมพันธ์เป็นแบบแนวดิ่งมีความสัมพันธ์ลักษณะผู้ให้และผู้รับ เริ่มจากภาครัฐฯ ซึ่งอยู่ด้านบนเป็นผู้ให้ความรู้เรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ลงมายังผู้กระทำการรับความรู้นั้น และเป็นผู้ให้ต่อลงมายังผู้รับความรู้ซึ่งเป็นคนอื่นๆ ในชุมชน ซึ่งในระยะนี้ เมื่อชุมชนผลิตสินค้าท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะแล้ว ภาครัฐจึงเข้ามาให้ความรู้และแนะนำการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตลอดจนมีการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แก่คนในชุมชน จึงเป็นช่วงเวลาที่ชุมชนได้สัมพันธ์กับหน่วยงานรัฐและได้โอกาสในการสร้างพื้นที่ของชุมชนด้วยสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ให้เป็นที่รู้จักในทางการตลาดของผู้ประกอบการและเป็นความภูมิใจของคนในท้องถิ่น ทั้งนี้ ในบางชุมชนมีนักวิชาการจากสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่ร่วมเป็นผู้ให้ความรู้ โดยเฉพาะเรื่องของของลักษณะพิเศษหรืออัตลักษณ์ของสินค้าด้วย

1.3.2 ระยะเวลาคุ้มครองสิทธิ ผู้กระทำการในชุมชนและผู้นำของชุมชนมีความรู้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และสามารถร่วมมือดำเนินการกับหน่วยงานรัฐ ปฏิสัมพันธ์เป็นแบบแนวราบหรือความร่วมมือเพิ่มขึ้น เมื่อชุมชนเรียนรู้และเข้าใจสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพิ่มขึ้นจนสามารถร่วมมือกับหน่วยงานรัฐในการขึ้นทะเบียนสินค้าของชุมชน เป็นการเปิดพื้นที่ของความร่วมมือกับภาครัฐ ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐและชุมชนเป็นการร่วมมือและประสานงานเพื่อการขึ้นทะเบียนสินค้า เช่น การปรับแก้หรือให้ข้อมูลเพิ่มเติมที่จำเป็นในเอกสารคำร้องขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และการร่วมหาข้อสรุปและการยอมรับของผู้มีส่วนได้เสีย

“...ตอนขอจดก็มีรัฐ ผู้นำเกษตรกร พวกนี้ก็มาอบรมให้ ออกม. (อาสาสมัครเกษตรกร หมู่บ้าน) อีกที สัมโอยื่นทีหลัง ส่งกลับมาแก้ 2 ครั้ง ก็ได้อนุมัติพร้อมกัน...”

(นางปิ่น, สัมภาษณ์, 24 สิงหาคม 2557)

1.3.3 ระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานรัฐกับผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนเป็นแบบทางการมากขึ้น เนื่องจากเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการใช้และการลงทะเบียนตามกฎหมาย หน่วยงานรัฐมีหน้าที่ในการสนับสนุนการใช้ การปฏิบัติตามระเบียบราชการ และป้องกันการกระทำผิดกฎหมาย อย่างไรก็ตาม ยังมีความร่วมมือกับชุมชน เช่น การเฝ้าระวังการจำหน่ายสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานตามคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จากคนในชุมชน และการแอบอ้างใช้ชื่อสินค้าจากคนภายนอกชุมชน ซึ่งหากคนในชุมชนพบการกระทำดังกล่าว อาจต้องมีการดำเนินการตามระเบียบทางราชการหรือกฎหมาย

“...ตั้งแต่มี GI นะ มาตรการที่เคย คือให้บอกว่า เป็นส้ม มาจากที่ไหน และใช้การตักเตือนเกษตรกร ก็แบ่งสายเจ้าหน้าที่เพื่อดูแล ทางพาณิชย์ให้ขึ้นป้ายบอกแหล่ง อย่าให้ตรวจพบ จะพูดกันว่าจะใช้ มาตรการตาม พรบ GI นะ ก็ต้องปรับ...”

(นายวิศิษ บ่อสารคาม, สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2558)

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเทียบเคียงกับชุมชนเทียบเคียง พบว่าปัจจัยที่แตกต่างกันของชุมชนเทียบเคียงทั้ง 3 ชุมชน ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเทียบเคียงแตกต่างกันโดยน่าจะเป็นมูลเหตุสำคัญที่ทำให้ชุมชนเทียบเคียงทั้ง 3 ชุมชน ไม่มีการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือมีการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แต่ไม่บรรลุหลักการสำคัญของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสิทธิชุมชน

โครงสร้างของชุมชน มีความแตกต่างกันในหลายลักษณะ ชุมชนเทียบเคียงชุมชนแรกมีกลุ่มแต่เป็นกลุ่มที่แยกการดำเนินการ ไม่มีความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มแม้จะมีการผลิตสินค้าที่มีศักยภาพในการเป็น สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เหมือนกัน การรวมกลุ่มเป็นกลุ่มแบบบุคคล มีโครงสร้างแบบหลวมๆ ไม่มีการกำหนดกฎเกณฑ์หรือสมาชิกที่ชัดเจน การใช้ทรัพยากรในโครงสร้างเป็นการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติในการผลิตสินค้าเพื่อมูลค่าในการจำหน่าย ไม่ได้ใช้ทรัพยากรในเชิงสิทธิอำนาจที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงได้ ชุมชนเทียบเคียงชุมชนที่สอง เป็นชุมชนที่อยู่ระหว่างเริ่มต้นการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (การปลูกและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น) ไม่มีการรวมกลุ่ม มีการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติเป็นแหล่งในการผลิตสินค้าเพื่อมูลค่าในการจำหน่าย โดยไม่ได้ใช้ในเชิงสิทธิ

อำนาจเช่นเดียวกับชุมชนเทียบเคียงชุมชนแรก ชุมชนเทียบเคียงชุมชนที่สาม เป็นชุมชนที่มีสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นระยะเวลาสิบปีแล้ว (ระยะการใช้ประโยชน์และเผื่อระวังสิทธิ) มีการรวมกลุ่มและมีกฎเกณฑ์ของกลุ่มและคู่มือการปฏิบัติเกี่ยวกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แต่คนในชุมชนบางคนเท่านั้นที่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มและใช้ทรัพยากรในเชิงสิทธิอำนาจ ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หากมีก็ได้ให้ความสำคัญกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กฎเกณฑ์และทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตสินค้าเป็นไปตามแนวทางของระบบทุนนิยมที่กำหนดการกระทำหรือพฤติกรรมประกอบการที่ให้ความสนใจกับการแข่งขันทางการค้าเพื่อผลตอบแทนทางเศรษฐกิจสูงสุด จากการศึกษา พบว่า ชุมชนเทียบเคียงทั้ง 3 ชุมชนไม่มีผู้กระทำการที่ชัดเจน สำหรับปฏิสัมพันธ์พบว่า ทั้ง 3 ชุมชนมีการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานรัฐบ้างในลักษณะรัฐเป็นผู้ให้และชุมชนเป็นผู้รับ แต่มักประสบปัญหาในการได้รับความช่วยเหลือ เช่น การเลือกปฏิบัติ การแบ่งพรรคแบ่งพวก การเรียกรับสินบน ความสัมพันธ์จึงเป็นแบบแนวดิ่งและมีลักษณะไม่เชื่อมโยงกัน

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของชุมชนที่มีการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนที่คล้ายกัน อธิบายได้ว่า โครงสร้างของชุมชน (structure) เดิมถูกควบคุมจากกระแสหลักภายนอก ซึ่งเป็นกระแสทุนนิยมที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจสูงสุด ทำให้มีการเร่งการผลิต เร่งการจำหน่ายและการบริโภคเพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่รวดเร็วและสูงสุด โดยไม่ได้คำนึงถึงการพัฒนาทางสังคม และสภาพทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่ถูกใช้และถูกทำลายไปอย่างรวดเร็ว การดำเนินการตามกระแสดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อชุมชนระดับท้องถิ่นในหลายด้าน เช่น ด้านการประกอบอาชีพโดยเฉพาะเกษตรกรรม การทำเกษตรตามกระแสปลูกพืชตามความต้องการของตลาดโดยไม่คำนึงถึงความเหมาะสมตามภูมิศาสตร์ ทำให้เกิดการใช้สารเคมีเพื่อให้ผลผลิตโตเร็ว สวยงาม เพื่อให้ผลผลิตจำหน่ายได้ราคา ตลอดจนการบุกรุก ที่สาธารณะเพื่อเพิ่มผลผลิต ด้านสังคมก็ไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตเดิม เกิดการพึ่งพาทรัพยากรจากภายนอกชุมชน และด้านสิ่งแวดล้อมที่มีการกล่าวหาว่า ใช้ไปถึงของลูกหลานในอนาคต

ผู้กระทำการหรือผู้นำการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม (agency) จึงมีการรวมตัวและร่วมมือกับคนในชุมชนเดียวกัน โดยมีความคิดที่คล้ายกันว่า การรวมกลุ่มความร่วมมือจะเพิ่มพลังในการเรียนรู้และเพิ่มอำนาจในการต่อรองทั้งเรื่องการประกอบอาชีพและการแก้ไขปัญหา เนื่องจากปัญหาต่างๆ เกิดจากโครงสร้างและปฏิสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกันระหว่างปัญหาทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผู้กระทำการจึงเข้ามามีบทบาทในการกระทำการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเดิม เมื่อเกิดกลุ่มความร่วมมือ จึงมีการสร้างกฎระเบียบ (rules) ของกลุ่ม และการใช้ทรัพยากร (resources) เช่น

ทุนความรู้ ทุนทางสังคม ทุนวัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้อต่อการประกอบการของชุมชน ทั้งการเพาะปลูก การแปรรูปสินค้า เพื่อให้การรวมกลุ่มมีการผลิตสินค้าด้วยความรู้ภูมิปัญญาและวิธีการของคนในท้องถิ่นจากวัตถุดิบหรือสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น

เมื่อแต่ละชุมชนพบว่า สินค้าที่ผลิตหรือแปรรูปในชุมชนโดยใช้ความรู้ภูมิปัญญาและทรัพยากรในท้องถิ่น เป็นการประกอบอาชีพที่เหมาะสมกับสภาพภูมิศาสตร์และสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตในท้องถิ่น จะทำให้พึ่งพาตนเองได้ ประกอบกับเป็นช่วงเวลาและพื้นที่ (time and space) ของแนวทางการพัฒนาชุมชนเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ ทำให้คนในชุมชนเกิดความตระหนักถึงการกลับมาสู่ท้องถิ่น ลดการพึ่งพาจากภายนอก สร้างความเข้มแข็งจากเศรษฐกิจฐานราก และเมื่อถึงช่วงระยะเวลาต่อมาที่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้ถูกแนะนำให้กับคนในชุมชนได้เรียนรู้ถึงหลักการประโยชน์ และแนวทางการดำเนินการต่างๆ ที่สอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน จึงทำให้ผู้กระทำการสนใจและต้องการให้สินค้าท้องถิ่นเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์



ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมจำแนกตามระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และชุมชนเทียบเคียง

ปัจจัยที่ส่งผล		ระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	
ต่อการเรียนรู้ของชุมชน	ระยะการสร้างสรรค์	ระยะการขอคุ้มครองสิทธิ	ระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ
<p>1. โครงสร้าง - กฎระเบียบ</p> <p>การเรียนรู้ของชุมชนหลัก</p>	<p>คนในชุมชนมีการรวมกลุ่มความร่วมมือเป็นรูปของกลุ่ม/ชมรม/วิสาหกิจชุมชน โดยมีกฎ แนวทาง เพื่อการค้าเป็นงาน และประโยชน์ของกลุ่ม เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การกำหนดสัดส่วนการผลิต</p>	<p>หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พาณิชย์ จังหวัด เกษตรจังหวัด ให้การสนับสนุน และร่วมดำเนินการกับชุมชน ในระยะนี้ การรวมกลุ่มของชุมชนมีความชัดเจนเป็นแบบองค์กร มีกฎระเบียบเป็นไปตามกฎหมายกำหนด รวมทั้งหลักเกณฑ์ตามเงื่อนไขขอขึ้นทะเบียน และคู่มือปฏิบัติงานสิ่งบ่งชี้ทำให้มีการแบ่งภาระหน้าที่ และคนในชุมชนมีส่วนร่วมมากขึ้น</p>	<p>คนในชุมชนดำเนินงานแบบกลุ่มความร่วมมือ โดยให้ความสำคัญเรื่องสิทธิชุมชนตามหลักการและคู่มือการปฏิบัติงานสิ่งบ่งชี้ฯ ได้แก่ การแจ้งเจ้าหน้าที่รัฐเมื่อพบการนำสินค้าจากพื้นที่อื่นมาจำหน่ายในบริเวณเดียวกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ฯ ของชุมชน เพื่อทำให้เกิดความสับสนหรือเข้าใจผิดว่าเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ฯของชุมชนเช่นเดียวกัน</p>
<p>- ทรัพยากร</p>	<p>ผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้าน เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ ความรู้เรื่องทรัพยากรธรรมชาติ ความรู้เรื่องการผลิตสินค้าของชุมชน</p>	<p>เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ และงบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ในการดำเนินการ ผู้นำชุมชน ผู้รู้ นักวิชาการ</p>	<p>ความมีชื่อเสียงของสินค้าสิ่งบ่งชี้ฯ ความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการสินค้าสิ่งบ่งชี้ฯ เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ นักวิชาการจากสถาบันอุดมศึกษา</p>

ปัจจัยที่ส่งผล		ระบอบการปกครอง		
ต่อการเรียนรู้ของชุมชน	ระบอบการก่อสร้าง	ระบอบการปกครอง	ระบอบการปกครอง	ระบอบการปกครอง
2. ผู้กระทำการ	<ul style="list-style-type: none"> - คนในชุมชนที่เห็นคุณค่าและมูลค่าของสินค้าจากทรัพยากรของชุมชน และนำไปชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลง - เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยในชุมชนให้คำปรึกษาและความรู้ 	<ul style="list-style-type: none"> - เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องต่างๆ ในการให้ความรู้ ดำเนินการ และสนับสนุนการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ - คนในชุมชนที่เรียนรู้ร่วมกันเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ 	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนจากสินค้าบ่งชี้ - หน่วยงานรัฐประสานการดำเนินการกับชุมชนให้เป็นไปตามกฎหมายและคู่มือการดำเนินการสิ่งบ่งชี้ 	<ul style="list-style-type: none"> - กลุ่มผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนจากสินค้าบ่งชี้ - หน่วยงานรัฐประสานการดำเนินการกับชุมชนให้เป็นไปตามกฎหมายและคู่มือการดำเนินการสิ่งบ่งชี้
3. ปฏิสัมพันธ์	<ul style="list-style-type: none"> - ปฏิสัมพันธ์แบบผู้ให้และผู้รับ เมื่อคนในชุมชนแสดงพื้นที่ของตนจากการผลิตสินค้าที่มีอัตลักษณ์ ภาครัฐจึงเข้ามาเพื่อให้ความรู้และแนะนำเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ปฏิสัมพันธ์แบบความร่วมมือ เมื่อมีการจัดการสิ่งบ่งชี้จึงเป็นการเปิดพื้นที่ให้คนในชุมชนและภาครัฐร่วมมือและประสานงานเพื่อการขึ้นทะเบียนสินค้าบ่งชี้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ปฏิสัมพันธ์แบบมีแบบแผนเป็นทางการ เมื่อคนในชุมชนและหน่วยงานรัฐดำเนินการตามหลักการและกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ปฏิสัมพันธ์แบบมีแบบแผนเป็นทางการ เมื่อคนในชุมชนและหน่วยงานรัฐดำเนินการตามหลักการและกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้
1. โครงสร้าง	<ul style="list-style-type: none"> - คนในชุมชนมีการรวมกลุ่มแบบบุคคล มีการดำเนินงานแบบหลวมๆ ไม่มีกฎระเบียบที่ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - คนในชุมชนมีการรวมกลุ่มแบบบุคคล มีการดำเนินงานแบบหลวมๆ ไม่มีกฎระเบียบที่ชัดเจน 	<ul style="list-style-type: none"> - คนในชุมชนมีการรวมกลุ่มแบบหลวมๆ แต่เป็นกลุ่มที่แข่งขัน ช่างซึ่งผลประโยชน์ คนในชุมชนไม่ให้ความสำคัญกับแนวทางการดำเนินการสิ่งบ่งชี้ 	<ul style="list-style-type: none"> - คนในชุมชนมีการรวมกลุ่มแบบหลวมๆ แต่เป็นกลุ่มที่แข่งขัน ช่างซึ่งผลประโยชน์ คนในชุมชนไม่ให้ความสำคัญกับแนวทางการดำเนินการสิ่งบ่งชี้
การเรียนรู้ของชุมชนเทียบเคียง	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้รู้ คนในชุมชนที่มีความรู้เรื่องการผลิตสินค้าของชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้รู้ คนในชุมชนที่มีความรู้เรื่องการผลิตสินค้าของชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้รู้ คนในชุมชนที่มีความรู้เรื่องการผลิตสินค้าของชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้รู้ คนในชุมชนที่มีความรู้เรื่องการผลิตสินค้าของชุมชน
- ทรัพยากร				

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน	ระยะการจัดการสิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์			ระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ ผู้นำกลุ่มต่างๆ ในชุมชนมีผลต่อการเรียนรู้ เฉพาะกลุ่มตนเอง
	ระยะการสร้างสรรค์	ระยะการต่อคุ้มครองสิทธิ	ระยะการให้การแนะนำและสนับสนุนให้ชุมชน ขึ้นทะเบียนสิ่งปงชี้ฯ	
2. ผู้กระทำการ	ผู้ผลิตสินค้าในชุมชน	หน่วยงานรัฐ ให้การแนะนำและสนับสนุนให้ชุมชน ขึ้นทะเบียนสิ่งปงชี้ฯ	หน่วยงานรัฐ ให้การแนะนำและสนับสนุนให้ชุมชน ขึ้นทะเบียนสิ่งปงชี้ฯ	ผู้นำกลุ่มต่างๆ ในชุมชนมีผลต่อการเรียนรู้ เฉพาะกลุ่มตนเอง
3. ปฏิสัมพันธ์	ปฏิสัมพันธ์เชิงแข่งขัน ระหว่างผู้ผลิต สินค้าด้วยกัน เพื่อพัฒนาสินค้าให้ จำหน่ายได้ราคาสูง	ปฏิสัมพันธ์เชิงแข่งขัน ระหว่างผู้ผลิต สินค้าด้วยกัน เพื่อพัฒนาสินค้าให้ จำหน่ายได้ราคาสูง	ปฏิสัมพันธ์แบบผู้ให้และผู้รับ หน่วยงานรัฐเป็นผู้ให้ ชุมชนเป็นผู้รับ และขอความช่วยเหลือ เมื่อประสบ ปัญหาในการได้รับความช่วยเหลือ จึงมีลักษณะ ความสัมพันธ์แบบไม่เชื่อมโยงกัน	ปฏิสัมพันธ์เชิงผลประโยชน์ โดยมอง ประโยชน์ส่วนบุคคลหรือพวกพ้องมากกว่า การมองประโยชน์ของชุมชน



จากการวิเคราะห์ความแตกต่างของการเรียนรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนต่างกัน โดยโครงสร้าง ผู้กระทำการ และปฏิสัมพันธ์ที่แตกต่างกันนำมาซึ่งการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ต่างกันด้วย บางชุมชนจึงมีการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ขณะที่บางชุมชนไม่สามารถมีการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ ทั้งนี้ การเรียนรู้ของชุมชน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีความสอดคล้องกับแนวทางความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ที่มีเป้าหมายการประกอบการใน 3 มิติ คือ มิติสังคม มิติการประกอบธุรกิจ และมิติสิ่งแวดล้อม

ตอนที่ 3 การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

3.1 การยกร่างรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ผู้วิจัยนำผลการวิจัยที่ได้จากการวิจัยในตอนที่ 1 และตอนที่ 2 มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นร่างรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม โดยใช้หลักตามระยะของการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การเรียนรู้ของชุมชน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ซึ่งการเรียนรู้ของชุมชน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงไปตามลำดับระยะของการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ร่างรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม จึงได้รูปแบบที่มีองค์ประกอบที่สำคัญ ประกอบด้วย 1. ระยะของการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 3 ระยะ ได้แก่ ระยะการสร้างสรรค์ ระยะการขอคุ้มครองสิทธิ และระยะการใช้ประโยชน์และแผ่รางวัลสิทธิ 2. การเรียนรู้ของชุมชน ได้แก่ เนื้อหาการเรียนรู้ วิธีการเรียนรู้ และแหล่งเรียนรู้ 3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน ได้แก่ โครงสร้างชุมชน ผู้กระทำการ และปฏิสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างและผู้กระทำการภายใต้มิติเวลาและพื้นที่

3.1.1 องค์ประกอบของรูปแบบการเรียนรู้ฯ ประกอบด้วย

3.1.1.1 การเรียนรู้ของชุมชน แบ่งตามระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 3 ระยะ ได้แก่ ระยะการสร้างสรรค์ ระยะการขอคุ้มครองสิทธิ และระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ โดยการเรียนรู้ของชุมชนมีความแตกต่างกันในแต่ละระยะ ได้แก่ 1) เนื้อหาความรู้ ในระยะการสร้างสรรค์ การเรียนรู้ให้ความสำคัญกับคุณค่าสินค้าท้องถิ่น เนื่องจากเป็นสินค้าจากภูมิปัญญาและอยู่ในวิถีชีวิตชุมชนทำให้ลดการพึ่งพาจากภายนอก ระยะการขอคุ้มครองสิทธิ ให้ความสำคัญกับความรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ชุมชนจะสามารถรู้จักและเข้าใจในหลักการและขั้นตอนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ ให้ความสำคัญกับการใช้สิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และการปฏิบัติตามแนวทางการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิทธิการคุ้มครองตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา และการมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามแนวทางการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 2) วิธีการเรียนรู้ ระยะการสร้างสรรค์ เรียนรู้จากการถ่ายทอดภูมิปัญญาความรู้ และการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน ระยะการขอคุ้มครองสิทธิ การสอน อบรมจากผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ ระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ ชุมชนเรียนรู้จากการศึกษา ดูงานจากชุมชนต้นแบบที่มีการจัดการสิ่งบ่งชี้ 3) ฐาน/แหล่งเรียนรู้ ระยะการสร้างสรรค์ เรียนรู้จากฐาน/แหล่งเรียนรู้ภายในชุมชน เนื่องจากให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นลักษณะเฉพาะท้องถิ่น แหล่งการเรียนรู้ในชุมชนจึงมีความสำคัญ ระยะการขอคุ้มครองสิทธิ เรียนรู้จากภายนอกชุมชนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากเป็นแหล่งการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทโดยตรง สามารถให้รายละเอียดที่ชัดเจน ถูกต้อง และมีความเป็นมาตรฐาน ระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ เรียนรู้ทั้งจากภายในและภายนอก ได้แก่ สถานที่ฝึกอบรมของชุมชน ชุมชนที่ประสบความสำเร็จ โดยเป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของตน และการใช้และการรักษาสิทธิให้คงอยู่

3.1.1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน ได้แก่ 1) โครงสร้างของชุมชน ระยะการสร้างสรรค์เป็นการปฏิบัติตามแนวคิดการรวมกลุ่มคนในชุมชน เพื่อการช่วยเหลือแลกเปลี่ยนความรู้ และการร่วมคิดคัดเลือกสินค้าท้องถิ่นที่มีศักยภาพในการเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ระยะการขอคุ้มครองสิทธิเป็นกลุ่มแบบองค์กรมีระเบียบแบบแผนมากขึ้น ทำให้มีการแบ่งหน้าที่ภาระงานและความรับผิดชอบร่วมกัน โดยกลุ่มผู้นำชุมชนเป็นผู้แทนในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ เป็นการปฏิบัติตามคู่มือการปฏิบัติงานเงื่อนไขการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากเป็นข้อตกลงระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานรัฐที่ให้การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 2) ผู้กระทำการ ระยะการสร้างสรรค์ เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงของชุมชนในการเสริมสร้างความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นผู้ตระหนักรู้ปัญหาและต้องการเปลี่ยนแปลงด้วยสินค้าของท้องถิ่น ระยะการขอคุ้มครองสิทธิ เป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีความรู้ ความชำนาญในกฎหมายและกระบวนการสิ่งบ่งชี้

ทางภูมิศาสตร์ โดยจะประสานงานกับคนในชุมชน ระยะการใช้ประโยชน์และเผื่อระวางสิทธิ เป็นกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน ที่ตระหนักรู้ถึงคุณค่าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่กระทบต่อตนเอง และคนในชุมชน จึงตระหนักถึงการใช้และปกป้องสิทธิในสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 3) ปฏิสัมพันธ์ ระยะการสร้างสรรค เป็นแบบแนวตั้ง รัฐเป็นผู้ให้ข้อมูล ชุมชนเป็นผู้รับข้อมูลและประสานงาน ระยะการขอคุ้มครองสิทธิ เป็นแบบแนวราบหรือความร่วมมือ โดยรัฐร่วมมือกับชุมชน ระยะการใช้ประโยชน์และเผื่อระวางสิทธิ เป็นแบบทางการ ตามสิทธิ หน้าที่ และระเบียบราชการ ซึ่งส่งผลถึงกฎระเบียบที่เป็นสากลต่อไป

3.1.2 แนวทางการนำรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ไปใช้

3.1.2.1 ผู้นำชุมชนควรจัดให้มีการประชุมหรือเวทีเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความตระหนักรวมถึงคุณค่าของสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะจากแหล่งทรัพยากรของท้องถิ่นที่มีศักยภาพในการเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตลอดจนการส่งเสริมความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อให้คนในชุมชนมีความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

3.1.2.2 ผู้นำชุมชนและคนในชุมชนควรเรียนรู้ร่วมกันในการศึกษารูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม และวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการนำรูปแบบการเรียนรู้ ไปใช้ ทั้งนี้ การวิเคราะห์และประเมินผลในทุกองค์ประกอบของรูปแบบการเรียนรู้ จะต้องคำนึงถึงบริบทของชุมชน สภาพการณ์ปัจจุบันและความคาดหวังในอนาคตของชุมชน เพื่อการวางแผนและการดำเนินการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่เหมาะสมกับชุมชน

3.1.2.3 ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประสานร่วมมือในการนำรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมมาพิจารณาเพื่อกำหนดเป้าหมาย วางแผน การจัดกระบวนการ การนำคนในชุมชน และการควบคุมการดำเนินงาน ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม

3.1.2.4 การดำเนินงาน/กิจกรรมควรมีการดำเนินงานต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ เพื่อให้คนในชุมชนรับทราบถึงความจริงจังและความตั้งใจ ซึ่งจะทำให้เกิดศรัทธาในการร่วมแรงร่วมใจที่จะเรียนรู้และดำเนินการสร้างเสริมความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

3.2 การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

จากการพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมทำให้ได้ร่างรูปแบบการเรียนรู้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมต่อชุมชน จำนวน 1 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนลุ่มน้ำพระใหญ่ (นามสมมุติ) เป็นชุมชนที่มีสินค้าท้องถิ่นที่มีศักยภาพในการเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งขณะนี้ชุมชนอยู่ในขั้นตอนการศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และการกำหนดสินค้าที่ชุมชนต้องการให้เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

3.2.1 ชุมชนลุ่มน้ำพระใหญ่ (นามสมมุติ)

ชุมชนลุ่มน้ำพระใหญ่ (นามสมมุติ) เป็นชุมชนระดับตำบลในภาคกลางของประเทศ คนในชุมชนส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ การเพาะปลูก เช่น ข้าว ข้าวโพด ผักสวนครัว ผลไม้ และการเลี้ยงสัตว์ ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นพื้นที่ราบลุ่มน้ำท่วมถึง มีคลองสำคัญหลายสาย สภาพดินเป็นดินเหนียวและดินตะกอนแม่น้ำ จากสภาพพื้นที่ที่อยู่ริมฝั่งคลองจึงมีการพัฒนาดินตะกอนแม่น้ำมาทับถมอยู่ในพื้นที่คลองจนเกิดเป็นแผ่นดินงอกยื่นออกไปเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยแร่ธาตุต่างๆ ที่เหมาะสมกับการเจริญเติบโตของพืชพรรณต่างๆ

ชุมชนอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐที่มีการใช้งบประมาณและทรัพยากรของท้องถิ่นเพื่อการพัฒนา หากแต่แนวทางการดำเนินงานต่างๆ ที่ผ่านมามีการทุจริตฉ้อราษฎร์บังหลวง การซื้อขายสิทธิเลือกตั้ง ปัญหาเหล่านี้ทำให้สภาพทางกายภาพของท้องถิ่นขาดการพัฒนาทั้งระบบสาธารณสุขและบริการต่างๆจากภาครัฐ นอกจากนี้ ยังส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้ของชุมชนในการพัฒนาหรือการสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชน ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คนอยากออกจากพื้นที่เพื่อการศึกษาและการประกอบอาชีพเกษตรกรรมพึ่งพาการรับซื้อผลผลิตจากคนภายนอกชุมชน ซึ่งมีปัญหาการกดราคา ทั้งคนและเงินไหลออกนอกชุมชน เกษตรกรมีฐานะทางเศรษฐกิจไม่ดี มีปัญหาหนี้สิน แม้จะมีการจัดตั้งกลุ่มเพื่อช่วยเหลือกัน เช่น กองทุนฌาปนกิจ แต่ก็เป็นการหลอกลวงคดโกง

“...เดิม มีกองทุนฌาปนกิจ ส่งเงินทุกเดือน 300- 400 บาท ถ้ามารู้ว่า หลอกแบบแชร์ลูกโซ่ ต้มกันหนะ แล้วเป็นตามที่พูดเลย ใครตายเข้า ไม่ได้เงินนะ ...”

(นายเชียน (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ด้านทรัพยากรธรรมชาติ มีปัญหาการบุกรุกพื้นที่สาธารณะเพื่อทำเกษตร ตลอดจนการตัดต้นไม้ โดยเฉพาะต้นไม้ใหญ่เก่าแก่ในท้องถิ่น ทำลายสภาพแวดล้อมของชุมชน ชุมชนไม่ได้รับการเรียนรู้ในทางที่เหมาะสม เช่น การไม่ขายสิทธิขายเสียง การได้รับการบริการที่ดีจากภาครัฐ ไม่มีการสร้างจิตสำนึกเพื่อส่วนรวม การไม่บุกรุกพื้นที่สาธารณะ

พ.ศ. 2554 เกิดเหตุการณ์น้ำท่วมครั้งใหญ่ พื้นที่ทั้งจังหวัดมีน้ำท่วมสูงเป็นระยะเวลาเวลานานนับเดือน ชุมชนลุ่มน้ำพระใหญ่ถูกน้ำท่วมขังต้องรอรับการช่วยเหลือต่างๆ จากภายนอกหลายหน่วยงานที่ส่งเข้ามา โดยเฉพาะอาหารและน้ำ ซึ่งเป็นปัญหาทั้งในเรื่องปริมาณที่เพียงพอและคุณภาพที่ไม่ปลอดภัย ซึ่งในขณะนั้น นายเซียน (นามสมมุติ) กำลังดำเนินการก่อสร้างพุทธอุทยานอยู่ในพื้นที่ชุมชน จึงอาสาเข้ามาช่วยเหลือในบริหารจัดการจัดระเบียบการรับความช่วยเหลือ จนชุมชนสามารถช่วยเหลือตนเองได้ และสามารถช่วยเหลือชุมชนอื่นได้ จนได้รับการกล่าวขานในการเป็นตัวอย่างการบริหารจัดการของพื้นที่น้ำท่วม

กระทั่ง พ.ศ. 2557 มีการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบล หรือ นายก อบต. แม้ว่า นายเซียน จะเป็นคนจากภูมิลำเนาอื่น แต่ได้รับการสนับสนุนจากคนในชุมชน ให้ลงสมัครเลือกตั้งตำแหน่งนายก อบต. ด้วย และด้วยเหตุผลที่ว่า การเลือกคนเดิมๆ ในพื้นที่ก็จะพบปัญหาแบบเดิมๆ การเลือกคนใหม่จากพื้นที่อื่นอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ และจากการที่นายเซียนเคยช่วยเหลือชุมชนตอนน้ำท่วมมาแล้ว คนในชุมชนส่วนใหญ่จึงลงคะแนนเสียงให้ นายเซียนจึงได้เป็นนายก อบต. คนใหม่ นอกจากนั้นแล้ว ขณะที่ นายเซียน เดินทางเสียงก่อนที่จะได้รับเลือกเป็นนายก อบต. นั้น ได้พบต้นละมุดต้นหนึ่งจึงทดลองรับประทานแล้วพบว่า ละมุดที่มีต้นขึ้นอยู่ทั่วไปในชุมชน มีรสชาติหวานเนื้อกรอบ สามารถรับประทานได้ทั้งเปลือก และทราบต่อมาว่า ต้นละมุดบางต้นมีอายุกว่าร้อยปี ทำให้นายเซียนตระหนักถึงคุณค่าของละมุด จึงต้องการที่จะอนุรักษ์และส่งเสริมทางด้านการตลาด

ละมุด ผลไม้ท้องถิ่นที่อยู่กับชุมชนมานานโดยไม่มีใครเห็นคุณค่า เนื่องจากเป็นผลไม้มีอยู่ทั่วไป ไม่ได้มีการปลูกและดูแลรักษา เมื่อผลออกมาจำหน่ายก็ไม่ได้ราคา เจ้าของสวนจำหน่ายแบบที่เรียกว่า เหมาสวน

“...ละมุดออกผลทั้งปี แต่จะกินได้ช่วงพฤศจิกายนถึงเมษายน
เมื่อก่อนมีคนมาซื้อ ก็ขายเหมาสวนไป ไม่ได้สนใจ แต่หลังจากนี้
บอกเขาไม่แล้ว...”

(นางศรีม (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

ซึ่งต้นละมุดหลายต้นกำลังจะถูกตัดทิ้งเพื่อทำเป็นไม้ฟืนและหรือใช้ประโยชน์จากที่ดินตรงนั้น นายเซียนจึงได้ทดลองคัดแยกละมุดตามคุณภาพ และทดลองจำหน่ายโดยตั้งราคาตามคุณภาพความ

หวานกรอบ และนำมาวางจำหน่ายในพื้นที่อุทยานเพื่อให้นักท่องเที่ยวซื้อ ทำให้สามารถจำหน่าย ละครุดได้ราคาสูงกว่าเดิมหลายเท่า ตลอดจนทำให้ละครุดของชุมชนลุ่มน้ำพระใหญ่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม คนในชุมชนจึงเห็นว่า ละครุดที่เคยถูกละเลยนั้น มีมูลค่า ส่งผลให้เกิดความตระหนักถึงคุณค่าของละครุดที่มีความหวานกรอบอร่อยโดยไม่ต้องใช้สารเคมี แตกต่างจากละครุดที่อื่น ซึ่งเกิดจากพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ของชุมชน

นายเชียน หรือ นายก อบต. คนใหม่ จึงให้ความสำคัญกับการหาตลาดเพื่อสร้างโอกาสในการจำหน่ายผลผลิตท้องถิ่น และเมื่อนายเชียนรับรู้เรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จากหน่วยงานราชการ ทำให้เห็นศักยภาพในการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของละครุด ที่สามารถสร้างมูลค่าจากคุณค่าที่มีลักษณะเฉพาะถิ่น จึงมีการดำเนินการเตรียมการเพื่อการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่น การขอให้เจ้าของสวนละครุดสังเกตและบันทึกการออกดอก ระยะเวลาการออกผล ปริมาณ และ ความหวาน เป็นต้น ทำให้คนในชุมชนมีความตื่นตัวและสนใจในการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของละครุด ผลไม้ท้องถิ่นเป็นอย่างมาก

ปัจจุบัน นายเชียน เป็นผู้นำชุมชนที่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการที่ต้องไม่มีการทุจริตงบประมาณหรือทรัพยากรของรัฐต้องใช้เพื่อประโยชน์ของชุมชน การดำเนินโครงการหรือกิจกรรมของชุมชนต้องมีกฎระเบียบและระบบที่สร้างเสริมให้เกิดการพัฒนา เช่น “ระบบช้อนกลาง” เป็นระบบที่นำมาใช้เพื่อแสดงถึงการพัฒนาเทียบเคียงกับสากลที่สร้างความสำนึกในการใช้ช้อนกลาง ตักอาหารเมื่อร่วมรับประทานอาหารกับผู้อื่น

“...ระบบช้อนกลางเป็นระบบของการพัฒนา แสดงการพัฒนา ถ้าขาดช้อนกลางก็เท่ากับล้าหลัง ไม่นึกถึงคนอื่นเลย ช้อนกลางมาพร้อมกับจิตสำนึก...”
(นายเชียน (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 23 พฤษภาคม 2559)

3.2.2 การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ผู้วิจัยดำเนินการนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนฯ โดยใช้วิธีการจัดประชุม และนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ฯ พร้อมอธิบายและยกตัวอย่างชุมชนที่ได้ศึกษาก่อนหน้ามาประกอบเพื่อสร้างความเข้าใจ จากนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์และถามความคิดเห็นของผู้นำชุมชนและคนในชุมชน เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการนำรูปแบบการเรียนรู้ฯ ที่พัฒนานี้ไปใช้ และเพื่อวิเคราะห์แนวทางการปรับประยุกต์ใช้รูปแบบการเรียนรู้ฯ

ผลจากการนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ฯ ต่อชุมชน พบว่า ผู้นำชุมชนเป็นผู้กระทำการหลักในการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม โดยเห็นด้วยกับรูปแบบการเรียนรู้ฯ ซึ่งจะนำไปประยุกต์ใช้ในแต่ละระยะของการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยผู้นำชุมชนมีความเข้าใจความแตกต่างของบุคคล และการเรียนรู้ของแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกันจากทุนทางสังคมที่ต่างกัน โครงสร้างชุมชนมีลักษณะการรวมกลุ่มตามการปกครองคือเป็นตำบล สำหรับการรวมกลุ่มความร่วมมือ แม้ว่าชุมชนเคยมีการรวมกลุ่มความร่วมมืออื่นๆ แต่ไม่ประสบผลสำเร็จจากปัญหาการไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของกลุ่มและการหลอกลวง คนในชุมชนจึงไม่ได้รับการส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อการมีส่วนร่วม ประกอบกับลักษณะประชากรในภาคการเกษตรที่ยังคงอยู่ในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุมากกว่าคนวัยทำงานซึ่งส่งผลกระทบต่อความกระตือรือร้นในการรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เมื่อชุมชนยังไม่มีการเรียนรู้เรื่องการมีส่วนร่วมซึ่งจะส่งผลให้การเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อาจเกิดได้ยากหรือใช้ต้องระยะเวลา อย่างไรก็ตาม ผู้นำชุมชนมีความคิดที่จะส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนพร้อมกับการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมไปพร้อมกัน ผู้นำชุมชนจึงจะหาแนวทางเพื่อการประสานความร่วมมือ วางแผน และดำเนินกิจกรรมโดยการแสดงให้เห็นเป็นตัวอย่าง การนำไปปฏิบัติ และการถ่ายทอด ฝึกอบรมให้ความรู้แก่คนในชุมชน เพื่อสร้างความตระหนักรู้ที่จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยใช้หลักการของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นแนวทาง รวมทั้งจะใช้ระบบธุรกิจรูปแบบกิจการเพื่อสังคมซึ่งมีเป้าหมายหลักในการดำเนินงาน คือ เป้าหมายทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การแบ่งผลประโยชน์การประกอบการโดยกำหนดสัดส่วนการแบ่งผลกำไรคืนแก่ผู้ถือหุ้นและชุมชน การประกอบการการปลูกและจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น การจ้างแรงงานในท้องถิ่น เป้าหมายทางสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมเพื่อให้แหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ยังคงอยู่ เช่น การเพิ่มการปลูกละมุดซึ่งเป็นไม้ยืนต้น การไม่รुक้าพื้นที่สาธารณะอันอาจก่อให้เกิดการตัดทำลายต้นละมุดท้องถิ่น การรักษาพันธุ์พืชท้องถิ่น เป้าหมายทางสังคมหรือทางจิตใจ ได้แก่ การเข้ามามีส่วนร่วมในธุรกิจของชุมชน ความภาคภูมิใจในสินค้าของที่มีอัตลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น การสร้างงานในท้องถิ่น ทั้งนี้ ผู้นำชุมชนจะแสวงหาและเชื่อมโยงเครือข่ายที่สร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อให้เกิดความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม เช่น โครงการที่ยึดหลักการ “บวร” นอกจากนี้ ในส่วนของชุมชน การมีกิจกรรมและธุรกิจเพื่อสังคมจะทำให้คนในชุมชนได้เรียนรู้จากประสบการณ์และการปฏิบัติจริงในการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมเช่นกัน

3.3 ผลการนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

จากการนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ฯ เพื่อการทดสอบการประยุกต์ใช้กับชุมชนลุ่มน้ำพระใหญ่ ผู้วิจัยพบความแตกต่างของการเรียนรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม เมื่อนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ตามประเด็นของรูปแบบการเรียนรู้ฯ ที่นำเสนอ มีรายละเอียด ดังนี้

3.3.1 การเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ชุมชนลุ่มน้ำพระใหญ่ มีลักษณะการเรียนรู้จากภายนอกนำมาสู่การเรียนรู้ภายใน เนื่องจากที่ผ่านมาคนในชุมชนยังไม่ได้ตระหนักถึงคุณค่าผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพดี มีลักษณะเฉพาะของพื้นที่ ในระยะการสร้างสรรค์ จึงจะเป็นการสร้างมูลค่าของผลผลิตทางการเกษตรที่คนในชุมชนไม่เห็นคุณค่าและจำหน่ายในราคาถูก แต่เมื่อมีการจำหน่ายในลักษณะเป็นสินค้าของท้องถิ่น คนภายนอกให้ความสนใจและซื้อในราคาที่สูงขึ้นทำให้คนในชุมชนเรียนรู้ว่า ผลผลิตทางการเกษตรมีมูลค่าเพิ่มได้เมื่อจำหน่ายในฐานะผลผลิตของท้องถิ่น แสดงให้เห็นว่า มูลค่าของสินค้าจะทำให้ชุมชนเริ่มตระหนักถึงคุณค่าของผลผลิตของท้องถิ่น เมื่อมีการนำเสนอเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ให้ชุมชน ทำให้ชุมชนสามารถเรียนรู้ที่จะเข้าสู่ระยะการขอคุ้มครองสิทธิและระยะการใช้ประโยชน์และแผ่ระวางสิทธิต่อไป การเรียนรู้ของชุมชนจึงเกิดจากภายนอกที่ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ภายในชุมชน ในส่วนของเนื้อหาการเรียนรู้ เมื่อมีการจัดการผลผลิตทางการเกษตรของชุมชนให้เป็นสินค้าท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะจากแหล่งภูมิศาสตร์ ชุมชนลุ่มน้ำพระใหญ่ มีเนื้อหาความรู้ในเรื่องมูลค่าของผลผลิตทางการเกษตร มีการเรียนรู้ทักษะในเรื่องการปลูก การรักษาดูแลและการเก็บผลผลิตโดยชุมชน และความตระหนักในการจะสร้างมูลค่าของสินค้าให้เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งจะทำให้คนในชุมชนสามารถประกอบการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ที่จะสร้างชื่อเสียงและความภาคภูมิใจให้คนในชุมชนได้ โดยมีวิธีการเรียนรู้ แบบการปฏิบัติตามกัน เรียนรู้จากต้นแบบจากประสบการณ์ และจากการทดลองปฏิบัติ สำหรับแหล่ง/ฐานการเรียนรู้ ภายในชุมชน ได้แก่ พื้นที่ สวนหรือบ้านของผู้รู้ เช่น หมอдин ศูนย์การเรียนรู้ของชุมชน สำนักงานเกษตรตำบล สำหรับแหล่ง/ฐานการเรียนรู้ภายนอกชุมชน ได้แก่ สถานที่ดูงาน ศูนย์การเรียนรู้ของชุมชนอื่น

3.3.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ได้แก่

- 1) โครงสร้างของชุมชน

ชุมชนปฏิบัติตามกฎระเบียบ แนวทางของผู้นำชุมชนที่เป็นทางการ ใช้หลักการการเป็นผู้ที่เข้มแข็ง หลักศาสนาในเรื่องความมีคุณธรรมและความคิดที่ว่าคนไม่เท่ากัน นอกจากนั้น ยังยึดถือในแนวทางการดำเนินงานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้แก่ บวร หรือ บ้าน วัด โรงเรียน สำหรับทรัพยากรที่ใช้ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน ความเข้มแข็งของผู้นำชุมชน และเครือข่ายของผู้นำชุมชน โดยมีการจัดสรรทรัพยากรทั้งในรูปของตัวเงินและพื้นที่กิจกรรม เช่น วัด เพื่อเป็นพื้นที่การรวมตัวของคนในชุมชน ตามความเหมาะสม

2) ผู้กระทำการ เป็นผู้นำชุมชนที่เป็นทางการ เป็นคนจากภายนอกชุมชนที่มีประสบการณ์ มีวิสัยทัศน์ โดยทำตนเป็นแบบอย่างและแสดงให้เห็นตัวอย่างเพื่อให้คนในชุมชนได้เรียนรู้ มีลักษณะผู้นำเชิงเผด็จการที่สร้างการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของชุมชน

3) ปฏิสัมพันธ์ ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในโครงสร้างระหว่างชุมชนกับหน่วยงานรัฐเป็นแบบผู้ปกครองกับผู้ถูกปกครอง หรือแบบผู้ให้และผู้รับ ชุมชนเป็นผู้รับความรู้จากผู้นำชุมชน และหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พาณิชยจังหวัด กรมทรัพย์สินทางปัญญา โดยชุมชนได้เรียนรู้เกี่ยวกับสินค้า และการพัฒนาคุณภาพสินค้า เช่น การบันทึกและการตรวจสอบสินค้าเพื่อพิจารณาหาลักษณะเฉพาะของสินค้า และความเป็นไปได้ของการขอขึ้นทะเบียน

3.4 การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ผู้วิจัยวิเคราะห์และสังเคราะห์ ร่างรูปแบบการเรียนรู้ฯ ที่ได้ และผลการนำเสนอร่างรูปแบบการเรียนรู้ฯ ไปทดลองใช้กับชุมชนจำนวน 1 ชุมชนแล้ว จึงได้พัฒนารูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่มีองค์ประกอบ และรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การเรียนรู้ของชุมชน ประกอบด้วย เนื้อหาความรู้ วิธีการเรียนรู้ และแหล่งเรียนรู้

1.1 เนื้อหาการเรียนรู้ สามารถจำแนกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ จำแนกตามระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และจำแนกตามลักษณะทุนชุมชน

1.1.1 เนื้อหาความรู้ จำแนกตามระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 3 ระยะ

1.1.1.1 ระยะการสร้างสรรค์ การเรียนรู้ที่สำคัญ ได้แก่ การเรียนรู้การรวมกลุ่มความร่วมมือของผู้ผลิตในชุมชนที่เห็นคุณค่าของสินค้าท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์และตระหนักถึงคุณค่าทรัพยากรของชุมชน

1.1.1.2 ระยะเวลาขอคุ้มครองสิทธิ การเรียนรู้ที่สำคัญ ได้แก่ การเรียนรู้ด้าน เศรษฐกิจและการจัดการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนได้เรียนรู้ถึงมูลค่า ทางเศรษฐกิจของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่ก่อเกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์ของชุมชน จึงมีคุณค่าใน การที่จะจัดการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยการใช้ และการรักษาแหล่งภูมิศาสตร์นั้น เพื่อให้ สามารถผลิตสินค้าได้ต่อไป

1.1.1.3 ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ การเรียนรู้ที่สำคัญ ได้แก่ การ เรียนรู้การจัดการสิทธิประโยชน์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของชุมชน เช่น ทางกฎหมาย ทางมาตรฐาน สินค้า เป็นต้น

1.1.2 เนื้อหาความรู้ จำแนกตามลักษณะทุนชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของ ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม ดังนี้

1.1.2.1 ชุมชนที่มีลักษณะความเด่นด้านสังคม เป็นชุมชนที่ให้คุณค่าการเรียนรู้ทาง สังคมหรือมีทุนทางสังคมเด่นกว่าด้านอื่น ได้แก่ ชุมชนที่มีเครือข่ายทางสังคม เช่น เครือข่ายการ ดำเนินงานของชุมชนตามหลักการ “บวร” เพื่อให้คนในชุมชนเกิดการเรียนรู้การทำงานร่วมกัน ทั้ง บ (บ้านชุมชน) ว (วัด องค์กรทางศาสนา) ร (ราชการ สถาบันการศึกษา) หรือกิจกรรมทางสังคมอื่นๆ เช่น ประเพณีการทำขวัญกาแพดงมะไฟ เพื่อการประชาสัมพันธ์คุณค่าของกาแพที่จะส่งผลกระทบต่อ การดูแลรักษากาแพต่อไป ชุมชนในลักษณะนี้ จึงควรเรียนรู้เสริมเพิ่มจากเนื้อหาความรู้ด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม

1.1.2.2 ชุมชนที่มีลักษณะความเด่นด้านเศรษฐกิจ เป็นชุมชนที่มีการเรียนรู้ด้าน เศรษฐกิจหรือมีทุนทางเศรษฐกิจเด่นกว่าด้านอื่น ได้แก่ ชุมชนที่ให้คุณค่ากับเศรษฐกิจของท้องถิ่น เช่น ชุมชน สัมโสภาวใหญ่สมุทรสงครามบูรณาการ การจำหน่ายสินค้าร่วมกับการท่องเที่ยวสวนส้มโอ และการพักอาศัยกับคนในชุมชน (homestay) เพื่อการเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายซึ่งเป็นรายรับที่เพิ่มขึ้น ของคนในชุมชน ชุมชนในลักษณะนี้ จึงควรเรียนรู้เสริมเพิ่มจากเนื้อหาความรู้ด้านสังคม และด้าน สิ่งแวดล้อม

1.1.2.3 ชุมชนที่มีลักษณะความเด่นด้านสิ่งแวดล้อม เป็นชุมชนที่มีการเรียนรู้ด้าน สิ่งแวดล้อมหรือมีทุนทางสิ่งแวดล้อมเด่นกว่าด้านอื่น ได้แก่ ชุมชนที่ให้คุณค่ากับการใช้ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นในการผลิตสินค้า เช่น การจัดงานเทศกาลหมากเฒ่า สกลนคร โดยการนำหมากเฒ่า ผลไม้พื้นถิ่นมาแปรรูปเป็นน้ำหมากเฒ่า ไวน์ หรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อ ทำให้เกิดการศึกษา วิจัย การรวบรวมพันธุ์หมากเฒ่า การพัฒนาคุณภาพหมากเฒ่า ตลอดจนการ อนุรักษ์ต้นหมากเฒ่าเก่าแก่ของชุมชน ชุมชนในลักษณะนี้ จึงควรเรียนรู้เสริมเพิ่มจากเนื้อหาความรู้ ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ

1.2 วิธีการเรียนรู้

1.2.1 ระยะเวลาสร้างสรรค์ วิธีการเรียนรู้ที่สำคัญ ได้แก่ การรวมกลุ่มในกิจกรรมต่างๆ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การถ่ายทอดภูมิปัญญาความรู้ในการผลิตสินค้าจากทรัพยากรของชุมชนและการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนจากรุ่นสู่รุ่น

1.2.2 ระยะเวลาขอคุ้มครองสิทธิ วิธีการเรียนรู้ที่สำคัญ ได้แก่ การอบรม การให้ความรู้ การสอน จากเจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐที่มีความรู้ และจากผู้รู้ ในชุมชน

1.2.3 ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ วิธีการเรียนรู้ที่สำคัญ ได้แก่ การทำตามแบบอย่างผู้นำในชุมชน การศึกษาดูงานจากชุมชนต้นแบบที่มีการจัดการสิ่งบ่งชี้ และการอบรมสัมมนา

1.3 ฐาน/แหล่งเรียนรู้

1.3.1 ระยะเวลาสร้างสรรค์ ฐาน/แหล่งเรียนรู้ที่สำคัญเป็นแหล่งเรียนรู้ภายในชุมชนที่เป็นสถานที่ ได้แก่ พื้นที่ผลิตสินค้า แหล่งทรัพยากรของชุมชน ศูนย์การเรียนรู้ สถาบันอุดมศึกษา ฐานการเรียนรู้ที่เป็นบุคคล/สื่อ/กิจกรรม ได้แก่ ผู้รู้ ผู้อาวุโส กลุ่มชาวบ้านที่มีประสบการณ์การผลิตสินค้า งานประเพณีเทศกาล การออกร้านที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชน แหล่งเรียนรู้ภายนอกชุมชน ได้แก่ งานแสดงสินค้า/การประชุมสัมมนาในระดับประเทศ ชุมชนต้นแบบในท้องถิ่นอื่น

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน

2.1 โครงสร้างของชุมชน จำแนกเป็น 2 แบบ จำแนกตามระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และจำแนกตามมิติของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ได้แก่

2.1.1 โครงสร้างของชุมชน จำแนกตามระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ดังนี้

2.1.1.1 ระยะเวลาสร้างสรรค์ คนในชุมชนมีการรวมกลุ่มความร่วมมือเป็นรูปของกลุ่ม/ชมรม/วิสาหกิจชุมชน โดยมีกฎ แนวทาง เพื่อการดำเนินงานและประโยชน์ของกลุ่ม เช่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การกำหนดสัดส่วนการผลิตเพื่อให้คนในชุมชนได้รวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือแลกเปลี่ยนความรู้ พัฒนาสินค้า ตลอดจนร่วมคิด/คัดเลือกสินค้าท้องถิ่นที่มีศักยภาพในการเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.1.1.2 ระยะเวลาขอคุ้มครองสิทธิ หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พาณิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด ให้การสนับสนุนและร่วมดำเนินการกับชุมชน ในระยะนี้การรวมกลุ่มของชุมชนมีความชัดเจนเป็นแบบองค์กร มีกฎระเบียบเป็นไปตามกฎหมายกำหนด รวมทั้งหลักเกณฑ์ตามเงื่อนไขการขอขึ้นทะเบียน และคู่มือปฏิบัติงานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทำให้มีการแบ่งภาระหน้าที่ และคนในชุมชนมีส่วนร่วมมากขึ้น โดยคนในชุมชนจะมีการแบ่งหน้าที่ ภาระงาน และความรับผิดชอบ แต่ยังคง

เป็นการทำงานร่วมกัน ตามความรู้ความสามารถที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้นำชุมชนเป็นผู้แทนในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ คนในชุมชนอื่นๆ จะเป็นผู้ทดลองปฏิบัติตาม

2.1.1.3 ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ คนในชุมชนดำเนินงานแบบกลุ่มความร่วมมือ โดยให้ความสำคัญเรื่องสิทธิชุมชนตามหลักการและคู่มือการปฏิบัติงานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คนในชุมชนจึงดำเนินการตามคู่มือการปฏิบัติงานและเงื่อนไขการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งเป็นข้อตกลงระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานรัฐที่ให้การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้งนี้ต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น การแจ้งเจ้าหน้าที่รัฐเมื่อพบการนำสินค้าจากพื้นที่อื่นมาจำหน่ายในบริเวณเดียวกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของชุมชน เพื่อทำให้เกิดความสับสนหรือเข้าใจผิดว่าเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ของชุมชนเช่นเดียวกัน

2.1.2 โครงสร้างของชุมชน จำแนกตามมิติของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ดังนี้

2.1.2.1 โครงสร้างของชุมชน ตามวัตถุประสงค์หลักของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมด้านสังคม ได้แก่ ชุมชนที่มีกระบวนการสร้างเครือข่ายสังคม มีการเชื่อมโยงการดำเนินการกับหน่วยงานอื่นๆ ทั้ง หน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานเอกชน

2.1.2.2 โครงสร้างของชุมชน ตามวัตถุประสงค์หลักของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ชุมชนที่ยกระดับการจำหน่ายสินค้าเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการโดยเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้ากับสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก ซึ่งเป็นการนำวิถีความเป็นชุมชนท้องถิ่นในภาพรวมมาเป็นหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจทั่วทั้งท้องถิ่น

2.1.2.2 โครงสร้างของชุมชน ตามวัตถุประสงค์หลักของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ชุมชนที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมในการผลิตสินค้า ซึ่งมีการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานสินค้า และการรักษาสภาพทางธรรมชาติเพื่อให้มีวัตถุดิบในการผลิตสินค้าต่อไป

2.2 ผู้จัดการเรียนรู้ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ

2.2.1 ผู้จัดการเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐจากหน่วยงานต่างๆ สถาบันการศึกษา กลุ่มเกษตรกรที่เกี่ยวข้องที่มีความรู้ ความชำนาญในกฎหมายและกระบวนการดำเนินการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และสนับสนุนการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.2.2 ผู้จัดการเรียนรู้เกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ได้แก่ ชุมชน ผู้นำชุมชน กลุ่มเกษตรกร นักวิชาการในมหาวิทยาลัย กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนจากสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่กระทบต่อตนเอง และคนในชุมชนจึงตระหนักถึงการใช้และปกป้องสิทธิในสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.2.2.1 ผู้กระทำการที่เป็นคนในชุมชนกระทำการเป็นหลัก

1) ระยะเวลาสร้างสรรค์ ผู้กระทำการหลัก ได้แก่ คนในชุมชนที่ผู้ตระหนักรู้ปัญหา เห็นคุณค่าและมูลค่าของสินค้าจากทรัพยากรของชุมชน และต้องการนำให้ชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลง ด้วยสินค้าที่มีอัตลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นตน สำหรับผู้กระทำการอื่นๆ ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยในชุมชนที่ให้คำปรึกษาและให้ความรู้แก่ผู้กระทำการหลักและคนในชุมชน

2) ระยะเวลาขอกู้มรดกสิทธิ ผู้กระทำการหลัก ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีความรู้ ความชำนาญในกฎหมายและกระบวนการดำเนินการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และสนับสนุนการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สำหรับผู้กระทำการอื่นๆ ได้แก่ คนในชุมชนที่เรียนรู้ร่วมกันเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

3) ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ ผู้กระทำการหลัก ได้แก่ กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนจากสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ตระหนักรู้ถึงคุณค่าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่กระทบต่อตนเอง และคนในชุมชน จึงตระหนักถึงการใช้และปกป้องสิทธิในสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สำหรับผู้กระทำการอื่นๆ ได้แก่ หน่วยงานรัฐโดยประสานการดำเนินการกับชุมชนเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายและคู่มือการดำเนินการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.2.2.2 ผู้กระทำการที่เป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมกระทำการเป็นหลัก

1) ระยะเวลาสร้างสรรค์ ผู้กระทำการหลัก ได้แก่ ผู้นำชุมชนที่ตระหนักรู้ปัญหา เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐที่เห็นคุณค่าและมูลค่าของสินค้าจากทรัพยากรของชุมชน และต้องการนำให้ชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลงด้วยสินค้าที่มีอัตลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นตน โดยอาจมีการจัดตั้งหน่วยงานหรือองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมเพื่อดูแลและดำเนินการเพื่อเตรียมการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2) ระยะเวลาขอกู้มรดกสิทธิ ผู้กระทำการหลัก ได้แก่ องค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีความรู้ ความชำนาญในกฎหมายและกระบวนการดำเนินการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และสนับสนุนการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้

3) ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ ผู้กระทำการหลัก ได้แก่ องค์กรธุรกิจเพื่อสังคม ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐจากหน่วยงานต่างๆ ที่ตระหนักรู้ถึงคุณค่าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ส่งผลกระทบต่อชุมชน โดยองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมจะคำนึงถึงการใช้และปกป้องสิทธิในสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สำหรับผู้กระทำการอื่นๆ ได้แก่ หน่วยงานรัฐโดยประสานการดำเนินการกับชุมชนเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมายและคู่มือการดำเนินการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.3 ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้ จำแนกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

2.3.1 ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้ในแต่ละระยะของการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.3.1.1 ระยะการสร้างสรรค์ ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้จะมีลักษณะแนวตั้งในลักษณะผู้ให้และผู้รับ ด้วยเรื่องของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นเรื่องที่อยู่ในวงจำกัด ทำให้การจัดการเรียนรู้ในชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นการรับจากภายนอก โดยคนในชุมชนอาจจะเป็นคนแสวงหาความช่วยเหลือจากภายนอกหรือหน่วยงานภายนอกได้ทำการขยายการเรียนรู้ การเรียนรู้ในระยะนี้มักจะเป็นการที่หน่วยงานภาครัฐให้ความรู้และแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งเป็นเรื่องใหม่แก่ชุมชน ในขณะที่ผู้นำหรือคนในชุมชนเป็นผู้รับข้อมูลและประสานงานระหว่างคนในชุมชนและหน่วยงานภาครัฐ นอกจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภายนอกที่มีบทบาทในการจัดการเรียนรู้ในระยะนี้ ได้แก่ สถาบันอุดมศึกษา ที่ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงได้ถ่ายทอดความรู้จากการศึกษาวิจัยมายังชุมชน

2.3.1.2 ระยะการขอกู้มรดกสิทธิ ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้จะมีลักษณะแนวราบ ในลักษณะความร่วมมือ เนื่องจากฐานข้อมูลและความรู้ของชุมชนที่เพิ่มขึ้นจากระยะการสร้างสรรค์ ประกอบกับฐานความรู้เดิมเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทำให้ปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอกมีลักษณะแนวราบมากขึ้น โดยหน่วยงานภาครัฐร่วมมือกับชุมชน เป็นการเปิดพื้นที่ให้คนในชุมชนและภาครัฐร่วมมือและประสานงานเพื่อการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.3.1.3 ระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้จะมีลักษณะแนวราบในลักษณะการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างคนในชุมชน เนื่องจากเป็นระยะการใช้สิทธิและหน้าที่ในการผลิตและจำหน่ายสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ให้คนในชุมชนต้องเรียนรู้ในการกำกับดูแลการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิให้เป็นไปตามระเบียบและกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.3.2 ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้ตามมิติของการเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมเป็นหลัก

2.3.2.1 ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมมิติทางสังคม

ระยะการสร้างสรรค์ เป็นแบบแนวตั้งในลักษณะผู้ให้และผู้รับ ระหว่างผู้นำชุมชนหรือองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมกับหน่วยงานรัฐ เมื่อผู้นำชุมชนหรือองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมแสดงให้เห็นพื้นที่ของคนในชุมชนจากการผลิตสินค้าที่มีอัตลักษณ์ หน่วยงานภาครัฐจึงเข้ามาในชุมชนเพื่อให้ความรู้และแนะนำเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หน่วยงานภาครัฐจึงเป็นผู้ให้ข้อมูล ผู้นำชุมชนหรือองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมเป็นผู้รับข้อมูลและประสานงานระหว่างคนอื่น ๆ ในชุมชนและหน่วยงานภาครัฐ

2.3.2.2 ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมมิติทางสิ่งแวดล้อม

ระยะการขอกู้มรดกสิทธิ เป็นปฏิสัมพันธ์แบบแนวราบในลักษณะความร่วมมือในการประสานงานขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมกับหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องในการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.3.2.3 ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมมิติทางเศรษฐกิจ

เป็นปฏิสัมพันธ์แบบแนวราบในลักษณะเชิงธุรกิจ สำหรับชุมชนที่ไม่มีทุนชุมชนหรือประสบการณ์ในการเรียนรู้ร่วม การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงอาจหาหน่วยงานหรือองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจเพื่อส่งมมาดำเนินการแทนชุมชน ซึ่งต้องใช้หลักการประกอบการเพื่อสังคม ซึ่งมีการแบ่งผลประโยชน์ให้กับคนในชุมชนทั้งทางเศรษฐกิจ และทางสังคม โดยคำนึงถึงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

3. เงื่อนไขในการจัดการเรียนรู้ ฐานการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นเงื่อนไขสำคัญของการจัดการเรียนรู้และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน ได้แก่ ชุมชนที่มีบริบทการรวมกลุ่มจากการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมมาแล้ว โดยเกิดจากการเรียนรู้ กิจกรรม ประเพณีต่างๆ ทั้งทางสังคม ทางเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีความร่วมมือ ช่วยเหลือกัน สามารถทำงานร่วมกันได้ตามความรู้ ความสามารถที่แตกต่างกันของแต่ละคน ตามหลักการในการบริหารการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่ให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อชุมชนโดยชุมชน ขณะที่ชุมชนที่ไม่มีการมีส่วนร่วมหรือการร่วมมือเป็นทุนเดิมอาจไม่สามารถบริหารจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ด้วยชุมชนเอง ดังนั้น การใช้รูปแบบการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ โดยจัดตั้งเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม เช่น การตั้งบริษัทประชารัฐ มีผู้บริหารอาชีพหรือผู้เชี่ยวชาญมาจัดการการดำเนินงานต่างๆ จึงเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับชุมชนที่ไม่มีประสบการณ์ในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ นอกจากนั้น ผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง เป็นอีกเงื่อนไขหนึ่งของการจัดการเรียนรู้ เนื่องจากผู้นำจะสามารถเป็นผู้ชักนำการเรียนรู้หรือสร้างทางเลือกในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ให้กับชุมชน เช่น การกำหนดให้มีองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมเป็นทางเลือกในการบริหารจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อให้คนชุมชนเห็นถึงมูลค่าของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และเกิดการเรียนรู้การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตามแนวทางขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคมโดยตรง

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) พหุกรณีศึกษา (Multi-case study) มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของการเรียนรู้ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม 2) เพื่อนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

จากการดำเนินการวิจัยดังกล่าวผู้วิจัยสามารถสรุปและอภิปรายผล ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 วิเคราะห์ความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

1.1.1 ความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

1.1.1.1 เนื้อหาการเรียนรู้

1) ระยะเวลาสร้างสรรค์

เนื้อหาความรู้ คือ (1) แหล่งทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อนำมาแปรรูปและพัฒนาเป็นสินค้า (2) การร่วมกลุ่มความร่วมมือเพื่อพลังในการเรียนรู้ และอำนาจในการต่อรอง (3) ความรู้เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

เนื้อหาทักษะ คือ (1) การผลิตสินค้าและหรือการแปรรูปสินค้า (2) การรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่มคนในท้องถิ่นทั้งในทางการค้าและการพิจารณาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

เนื้อหาความตระหนัก คือ (1) การเห็นคุณค่าของสินค้าท้องถิ่นที่สามารถเปลี่ยนเป็นมูลค่าได้ (2) การแบ่งปันผลประโยชน์ของชุมชน

2) ระยะเวลาขอคุ้มครองสิทธิ

เนื้อหาความรู้ คือ (1) ความรู้กฎหมาย กฎระเบียบการขึ้นทะเบียน (2) เรื่องราวและคุณลักษณะสินค้า (3) การกำหนดมาตรฐานสินค้า ความเชื่อมโยงกับพื้นที่ และขอบเขตพื้นที่ในการผลิต

เนื้อหาทักษะทั้งที่เกี่ยวกับสินค้าและเกี่ยวกับคน คือ (1) ความสามารถในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานเพื่อการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (2) การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานรัฐ

เนื้อหาความตระหนักเพิ่มขึ้นในการจัดสรรผลประโยชน์ให้คนในชุมชนและให้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3) ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ

เนื้อหาความรู้ คือ การรักษามาตรฐานและคุณภาพสินค้า การใช้และบทกำหนดโทษตามกฎหมาย การปกป้องสิทธิเมื่อมีการกระทำผิดกฎหมาย

เนื้อหาทักษะการบริหารจัดการสิทธิประโยชน์ในการบริหารจัดการชุมชน

เนื้อหาความตระหนัก คือ (1) ผู้ผลิตต้องได้รับการคุ้มครองและป้องกันการประกอบการที่ไม่เป็นธรรม (2) การทำหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสินค้า ต่อชุมชน และต่อทรัพยากรธรรมชาติ

1.1.1.2 วิธีการเรียนรู้

1) ระยะเวลาสร้างสรรค์ เป็นการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น การปฏิบัติตามกันมา หากเป็นสินค้าใหม่จะใช้วิธีการศึกษาดูงาน การเรียนรู้จากต้นแบบ เป็นต้น

2) ระยะเวลาขอคุ้มครองสิทธิ ปรึกษาผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ สอบถามเจ้าหน้าที่ เรียนรู้ร่วมกับนักวิชาการ การทดลอง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้

3) ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ การทำตามแบบอย่าง การปฏิบัติงานร่วมกัน และการกำหนดบทลงโทษ

1.1.1.3 แหล่งการเรียนรู้

1) **ระยะการสร้างสรรค์** พื้นที่แหล่งทรัพยากรในชุมชน พื้นที่การผลิตสินค้า ต้นแบบ บ้านผู้รู้ ศูนย์การเรียนรู้ชุมชน สถาบันการศึกษา ตลอดจนการศึกษาดูงาน ผู้นำชุมชน ต้นแบบ

2) **ระยะการขอคุ้มครองสิทธิ** การเรียนรู้เพิ่มเติมจากภายนอกชุมชน

3) **ระยะการใช้ประโยชน์และการเฝ้าระวังสิทธิ** แหล่งชุมชนที่ได้รับการดำเนินการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้ว ตลอดจนเครือข่ายตลาดผู้บริโภคสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1.1.1.4 การเปรียบเทียบพื้นที่เทียบเคียงที่มีสินค้าประเภทเดียวกันที่ไม่สามารถเข้าถึงการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้อย่างสมบูรณ์ ชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีเนื้อหาการเรียนรู้ วิธีการเรียนรู้ และแหล่งการเรียนรู้ที่ครบถ้วน ตลอดจนเนื้อหาความรู้ทางด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านความตระหนัก เนื่องจากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็น สิทธิของคนในชุมชน แม้จะมีความแตกต่างในลักษณะของภูมิศาสตร์ก็ตาม ดังนั้น การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในพื้นที่เทียบเคียงจะต้องมีเนื้อหาการเรียนรู้ครอบคลุมทั้งด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านความตระหนัก จึงจะสามารถขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้

1.1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

1.1.2.1 โครงสร้างของชุมชน

1) **ระยะการสร้างสรรค์** คนในชุมชนมีการรวมกลุ่มความร่วมมือเป็นรูปของกลุ่ม มีกฎ แนวทางเพื่อการทำงานและประโยชน์ของกลุ่ม และทรัพยากร ได้แก่ ผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้าน เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ ความรู้เรื่องทรัพยากรธรรมชาติ ความรู้เรื่องการผลิตสินค้าของชุมชน

2) **ระยะการขอคุ้มครองสิทธิ** หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พาณิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด ให้การสนับสนุนและร่วมดำเนินการกับชุมชน มีกฎระเบียบเป็นไปตามกฎหมายกำหนด มีหลักเกณฑ์และคู่มือปฏิบัติงานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ งบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ในการดำเนินการ ผู้นำชุมชน ผู้รู้ นักวิชาการ

3) **ระยะการใช้ประโยชน์และการเฝ้าระวังสิทธิ** เป็นระยะการใช้สิทธิซึ่งเป็นการปฏิบัติตามคู่มือการปฏิบัติงานอย่างเคร่งครัด และเฝ้าระวังสิทธิจากบุคคลอื่นที่แอบอ้างหรือใช้สิทธิโดยมิชอบ

1.1.2.2 ผู้กระทำการ

1) **ระยะเวลาสร้างสรรค์** คนในชุมชนที่เห็นคุณค่าและมูลค่าของสินค้าจากทรัพยากรของชุมชน และนำไปชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลง เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐ นักวิชาการจากมหาวิทยาลัย

2) **ระยะเวลาขอคุ้มครองสิทธิ** เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องต่างๆ ในการให้ความรู้ ดำเนินการ และสนับสนุนการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คนในชุมชนที่เรียนรู้ร่วมกันเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

3) **ระยะเวลาใช้ประโยชน์และการเฝ้าระวังสิทธิ** กลุ่มผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนจากสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หน่วยงานรัฐประสานการดำเนินการกับชุมชน ให้เป็นไปตามกฎหมายและคู่มือการดำเนินการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1.1.2.3 ปฏิสัมพันธ์

1) **ระยะเวลาสร้างสรรค์** ปฏิสัมพันธ์แบบผู้ให้และผู้รับ เมื่อคนในชุมชนแสดงพื้นที่ของตนจากการผลิตสินค้าที่มีอัตลักษณ์ ภาครัฐจึงเข้ามาเพื่อให้ความรู้และแนะนำเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2) **ระยะเวลาขอคุ้มครองสิทธิ** ปฏิสัมพันธ์แบบความร่วมมือ เมื่อมีการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงเป็นการเปิดพื้นที่ให้คนในชุมชนและภาครัฐร่วมมือและประสานงานเพื่อการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

3) **ระยะเวลาใช้ประโยชน์และการเฝ้าระวังสิทธิ** ปฏิสัมพันธ์แบบมีแบบแผนเป็นทางการ เมื่อคนในชุมชนและหน่วยงานรัฐดำเนินงานตามหลักการและกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1.2 การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

1.2.1 การเรียนรู้ของชุมชน

1.2.1.1 เนื้อหาการเรียนรู้ สามารถจำแนกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ จำแนกตามระยะเวลาจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และจำแนกตามลักษณะทุนชุมชน

1.2.1.1.1 เนื้อหาความรู้ จำแนกตามระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

3 ระยะ

- 1) ระยะการสร้างสรรค์ ได้แก่ การเรียนรู้การรวมกลุ่มความร่วมมือของผู้ผลิตในชุมชนที่เห็นคุณค่าของสินค้าท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์และตระหนักถึงคุณค่าทรัพยากรของชุมชน
- 2) ระยะการขอคุ้มครองสิทธิ ได้แก่ การเรียนรู้ด้านเศรษฐกิจและการจัดการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชน
- 3) ระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ ได้แก่ การเรียนรู้การจัดการสิทธิประโยชน์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชน

1.2.1.1.2 เนื้อหาความรู้ จำแนกตามลักษณะทุนชุมชน

- 1) ชุมชนที่มีลักษณะความเด่นด้านสังคม เป็นชุมชนที่ให้คุณค่าการเรียนรู้ทางสังคมหรือมีทุนทางสังคมเด่นกว่าด้านอื่น จึงควรเรียนรู้เสริมเพิ่มจากเนื้อหาความรู้ด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม
- 2) ชุมชนที่มีลักษณะความเด่นด้านเศรษฐกิจ เป็นชุมชนที่มีการเรียนรู้ด้านเศรษฐกิจหรือมีทุนทางเศรษฐกิจเด่นกว่าด้านอื่น จึงควรเรียนรู้เสริมเพิ่มจากเนื้อหาความรู้ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม
- 3) ชุมชนที่มีลักษณะความเด่นด้านสิ่งแวดล้อม เป็นชุมชนที่มีการเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อมหรือมีทุนทางสิ่งแวดล้อมเด่นกว่าด้านอื่น จึงควรเรียนรู้เสริมเพิ่มจากเนื้อหาความรู้ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ

1.2.1.2 วิธีการเรียนรู้

- 1) ระยะการสร้างสรรค์ ได้แก่ การรวมกลุ่มในกิจกรรม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การถ่ายทอดภูมิปัญญาความรู้ และการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนจากรุ่นสู่รุ่น
- 2) ระยะการขอคุ้มครองสิทธิ ได้แก่ การอบรม การให้ความรู้ และจากผู้รู้ในชุมชน
- 3) ระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ ได้แก่ การทำตามแบบอย่างผู้นำในชุมชน การศึกษาดูงานจากชุมชนต้นแบบที่มีการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1.2.1.3 ฐาน/แหล่งเรียนรู้

1) ระยะเวลาสร้างสรรค์ พื้นที่ผลิตสินค้า แหล่งทรัพยากรของชุมชน ศูนย์การเรียนรู้ สถาบันอุดมศึกษา งานประเพณีเทศกาล การออกร้านที่ งานแสดงสินค้า/การประชุมสัมมนา ระดับประเทศ ชุมชนต้นแบบในท้องถิ่นอื่น

2) ระยะเวลาขอกู้มรดกสิทธิ หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องที่ให้ข้อมูลและเสนอแนะ

3) ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ สถานที่ฝึกอบรมของชุมชน ชุมชนที่ประสบความสำเร็จ การฝึกอบรมและการปฏิบัติการ

1.2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน

1.2.2.1 โครงสร้างของชุมชนที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน จำแนกเป็น 2 แบบ ได้แก่ จำแนกตามระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และจำแนกตามมิติของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

1.2.2.1.1 โครงสร้างของชุมชนที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน จำแนกตามระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ดังนี้

1) การเรียนรู้ของชุมชนในระยะเวลาสร้างสรรค์ เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มของคนในชุมชน และสร้างความร่วมมือในรูปของกลุ่ม โดยมีกฎและแนวทาง เพื่อดำเนินงานและประโยชน์ของกลุ่ม

2) การเรียนรู้ของชุมชนในระยะเวลาขอกู้มรดกสิทธิ เกิดขึ้นจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พาณิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด โดยมีกฎระเบียบตามกฎหมายกำหนด รวมทั้งหลักเกณฑ์ตามเงื่อนไข และคู่มือปฏิบัติงานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อดำเนินการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชน

3) การเรียนรู้ของชุมชนในระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ เกิดขึ้นจากกลุ่มความร่วมมือโดยให้ความสำคัญเรื่องสิทธิชุมชนตามหลักการและคู่มือการปฏิบัติงานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีคู่มือการปฏิบัติงานและเงื่อนไขการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อให้ชุมชนดำเนินการตาม

1.2.2.1.2 โครงสร้างของชุมชนที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน จำแนกตาม มิติของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักของความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อสังคม ดังนี้

1) การเรียนรู้ของชุมชนตามมิติสังคม ได้แก่ การเรียนรู้ของชุมชนในกระบวนการ สร้างเครือข่ายสังคม การเชื่อมโยงการดำเนินการกับหน่วยงานอื่นๆ ทั้งหน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานเอกชน

2) การเรียนรู้ของชุมชนตามมิติเศรษฐกิจ ได้แก่ การเรียนรู้ของชุมชนในการ ยกย่องการจำหน่ายสินค้าเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจแบบบูรณาการโดยเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้ากับ สถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก ซึ่งเป็นการนำวิถีความเป็นชุมชนท้องถิ่นในภาพรวมมาเป็นหลักในการ พัฒนาเศรษฐกิจทั่วทั้งท้องถิ่น

3) การเรียนรู้ของชุมชนตามมิติสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การเรียนรู้ของชุมชนในที่ให้ ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมในการผลิตสินค้า ซึ่งมีการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานสินค้า และการ รักษาสภาพทางธรรมชาติเพื่อให้มีวัตถุดิบในการผลิตสินค้าต่อไป

1.2.2.2 ผู้จัดการเรียนรู้ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ

1.2.2.2.1 ผู้จัดการเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ หน่วยงานรัฐจากหน่วยงานต่างๆ สถาบันการศึกษา กลุ่มเกษตรกรที่เกี่ยวข้องที่มีความรู้ ความชำนาญ ในกฎหมายและกระบวนการดำเนินการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และสนับสนุนการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์

1.2.2.2.2 ผู้จัดการเรียนรู้เกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ได้แก่ ชุมชน ผู้นำชุมชน กลุ่มเกษตรกร นักวิชาการในมหาวิทยาลัย กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน

1.2.2.3 ผู้กระทำการที่เป็นคนในชุมชนกระทำการเป็นหลัก

1) ระยะเวลาสร้างสรรค์ คนในชุมชนที่ผู้ตระหนักรู้ปัญหา เห็นคุณค่า และมูลค่าของสินค้าจากทรัพยากรของชุมชน และต้องการนำให้ชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลง

2) ระยะเวลาขอคุ้มครองสิทธิ เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐจากหน่วยงานต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องที่มีความรู้ ความชำนาญในกฎหมายและกระบวนการดำเนินการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

3) ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียใน ชุมชนที่ตระหนักรู้ถึงคุณค่าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตระหนักถึงการใช้และปกป้องสิทธิในสินค้าสิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1.2.2.4 ผู้กระทำการที่เป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมกระทำการเป็นหลัก

1) ระยะเวลาสร้างสรรค์ ผู้นำชุมชนที่ตระหนักรู้ปัญหา เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐที่เห็นคุณค่าและมูลค่าของสินค้าจากทรัพยากรของชุมชน และต้องการนำให้ชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลง

2) ระยะเวลาขอกู้มรดกสิทธิ องค์การธุรกิจเพื่อสังคม ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐจากหน่วยงานต่างๆ

3) ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ องค์การธุรกิจเพื่อสังคม ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐจากหน่วยงานต่างๆ ที่ตระหนักรู้ถึงคุณค่าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1.2.2.5 ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้ จำแนกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1.2.2.5.1 ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้ในแต่ละระยะของการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1) ระยะเวลาสร้างสรรค์ ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้จะมีลักษณะแนวตั้งในลักษณะผู้ให้และผู้รับ

2) ระยะเวลาขอกู้มรดกสิทธิ ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้จะมีลักษณะแนวราบในลักษณะความร่วมมือ

3) ระยะเวลาใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้จะมีลักษณะแนวราบในลักษณะการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์

1.2.2.5.2 ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้ตามมิติของการเป็นองค์การธุรกิจเพื่อสังคมเป็นหลัก

1) ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมมิติทางสังคม แบบแนวตั้งในลักษณะผู้ให้และผู้รับ ระหว่างผู้นำชุมชนหรือองค์การธุรกิจเพื่อสังคมกับหน่วยงานรัฐ

2) ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมมิติทางสิ่งแวดล้อม แบบแนวราบในลักษณะความร่วมมือในการประสานงานขององค์การธุรกิจเพื่อสังคมกับหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องในการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

3) ปฏิสัมพันธ์ในการจัดการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมมิติทางเศรษฐกิจ แบบแนวราบในลักษณะเชิงธุรกิจ สำหรับชุมชนที่ไม่มีทุนชุมชนหรือประสบการณ์ในการเรียนรู้ร่วม การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงอาจหาหน่วยงานหรือองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมมาดำเนินการแทนชุมชน ซึ่งต้องใช้หลักการประกอบการเพื่อสังคม

1.3.3 เงื่อนไขในการจัดการเรียนรู้ ฐานการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นเงื่อนไขสำคัญของการจัดการเรียนรู้และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชน ขณะที่ชุมชนที่ไม่มีการมีส่วนร่วมหรือการร่วมมือเป็นทุนเดิมอาจไม่สามารถบริหารจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วยชุมชนเอง การใช้รูปแบบ

การบริหารจัดการแบบมีอาชีพ จึงเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับชุมชนที่ไม่มีประสบการณ์ในการจัดการ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ นอกจากนั้น ผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง เป็นอีกเงื่อนไขหนึ่งของการจัดการเรียนรู้

2. อภิปรายผล

2.1 ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแรงบันดาลใจ

แนวทางของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช มีขั้นตอนหลักคือ “การพึ่งตนเอง” หมายถึง การพยายามกระทำการต่างๆ ที่อยู่ในความสามารถที่ตนเองกระทำได้ก่อน และ “อยู่ได้อย่างพอเพียง” หมายถึง การดำเนินชีวิตตามหลักทางสายกลาง อยู่อย่างสมดุล ไม่ให้รู้สึกขาดแคลนจนต้องเบียดเบียนตนเอง หรือดำเนินชีวิตอย่างเกินพอดีจนต้องเบียดเบียนผู้อื่นหรือเบียดเบียนสิ่งแวดล้อม (สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ, 2551) จากการนำแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติใช้ทำให้เกิดการตระหนักรู้และการเปลี่ยนแปลง เมื่อการประกอบอาชีพตามกระแสหลายอย่าง เช่น การปลูกอ้อย ปลูกมันสำปะหลัง นอกจากจะไม่ทำให้ร่ำรวยตามที่คาดหวังแต่กลับกลายเป็นการก่อหนี้สินและการพึ่งพาคนภายนอกชุมชน คนในชุมชนจึงหันกลับมาพึ่งตนเอง โดยการใช้ทรัพยากรและความรู้ภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นตนมาสร้างอาชีพสร้างรายได้ แสดงให้เห็นได้จาก ชุมชนหมากเม่าสกลนคร ที่ได้นำหมากเม่าผลไม้ท้องถิ่นเดิมที่คนไม่เห็นคุณค่าหรือราคาในการจำหน่ายมาแปรรูปเป็นน้ำหมากเม่าจำหน่ายได้ การเพาะปลูกหรือการผลิตสินค้าจากทรัพยากรและสภาพแวดล้อมในชุมชนจึงเป็นที่มาของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อาจไม่เกิดขึ้นถ้าคนในชุมชนไม่หันกลับมาให้ความสำคัญกับสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งนอกจากจะเป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน จนสามารถพึ่งพาตนเองได้แล้ว แนวทางของเศรษฐกิจพอเพียงยังเป็นการส่งเสริมการจัดการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน โดยในส่วนของกระบวนการ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นการรับประกันคุณภาพมาตรฐานสินค้า เพื่อปกป้องสิทธิของชุมชนและผู้บริโภค โดยใช้เงื่อนไขกฎหมายมากำหนดควบคุมการผลิตทั้งกระบวนการตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบ ฤดูกาล และพื้นที่การผลิต ตลอดจนความรู้ภูมิปัญญาที่ใช้ในการผลิตสินค้าอันก่อให้เกิดอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของสินค้าที่ควรค่าแก่การคุ้มครองสิทธิ ด้วยเงื่อนไขการผลิตนี้เอง ส่งผลให้สินค้าสิ่งบ่งชี้ ที่เป็นที่ต้องการทางการตลาดมีราคาสูง ขณะที่ปริมาณการผลิตจำกัด จึงพบปัญหาการแอบอ้างใช้สิทธิหรือการนำสินค้าจากแหล่งอื่นมาปะปนให้เข้าใจผิดเพื่อให้หลงซื้อสินค้านั้นโดยส่วนหนึ่งกระทำโดยคนในพื้นที่แหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้านั้นเอง สาเหตุนี้เนื่องจากต้องการเพิ่มปริมาณสินค้าเพื่อเพิ่มผลตอบแทนในการจำหน่าย ซึ่งเป็นการกระทำที่ผิดและมีโทษตามกฎหมาย อย่างไรก็ตาม สินค้าสิ่งบ่งชี้ ส่วนใหญ่ของประเทศไทยเป็น

ผลผลิตทางการเกษตรที่ราคาจำหน่ายไม่สูงนัก มูลค่าค่าเสียหายจึงอาจไม่คุ้มค่าในการดำเนินคดี การดำเนินคดีในการอ้างสิทธิหรือลบล้างเพื่อจำหน่ายสินค้าสิ่งบ่งชี้จึงถูกละเลย อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาพบว่า ชุมชนที่ยึดถือหลักความพอเพียงมีความรู้ ความเข้าใจในลักษณะความสัมพันธ์ของสินค้าและทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งภูมิศาสตร์นั้น ซึ่งการเพิ่มปริมาณการผลิตอาจกระทบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ และส่งผลกระทบต่อคุณภาพมาตรฐานสินค้า ซึ่งจะทำให้ชื่อเสียงของสินค้าสิ่งบ่งชี้ของชุมชนขาดความน่าเชื่อถือไป จากผลการศึกษาพบว่า ชุมชนส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงครามยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงในการดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพ การพัฒนาคุณภาพส้มโอที่ปลูกไว้ข้างบ้านจนกลายเป็นส้มโอสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้งนี้ ด้วยความตระหนักถึงความพอเพียง แม้ส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงครามจะมีชื่อเสียงและเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ คนในชุมชนยังดำเนินชีวิตตามหลักการพอเพียง จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สามารถรักษาชื่อเสียงของส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงครามไว้ได้

2.2 ความพร้อมของภาครัฐและสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่เป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความรู้การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

กรมทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหน่วยงานที่เป็นกลไกภาครัฐมีหน้าที่ในการให้ความรู้เรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับชุมชน ตลอดจนการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชน อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติพบว่า จำนวนอัตรากำลังเจ้าหน้าที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาที่มีหน้าที่ดูแลโดยตรงไม่เพียงพอในการดำเนินการเชิงปริมาณ ซึ่งในเชิงคุณภาพก็ไม่สามารถให้ความรู้กับชุมชนที่มีสินค้าที่มีศักยภาพได้อย่างครอบคลุม (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2559) ทั้งนี้ การเพิ่มอัตราเจ้าหน้าที่ของรัฐอาจไม่ได้เป็นคำตอบสุดท้ายในประเด็นนี้ เนื่องจากอาจยังไม่สามารถรองรับจำนวนชุมชนที่มีมากเช่นกัน ดังนั้น การสร้างภาคีความร่วมมือโดยเฉพาะความร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาในท้องถิ่นจะเป็นโอกาสในการลดปัญหาความขาดแคลนเจ้าหน้าที่โดยเฉพาะในภารกิจเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

แนวทางในการสร้างความร่วมมืออาจทำได้โดยการสนับสนุนทุนวิจัยให้กับสถาบันอุดมศึกษาเพื่อสร้างองค์ความรู้ระดับชุมชนโดยเฉพาะองค์ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรที่มีอยู่ท้องถิ่น และสนับสนุนให้ชุมชนมีองค์กรชุมชนเกี่ยวกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อประสานความร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานพัฒนาอื่นๆ ทั้งนี้ องค์กรชุมชนจะมีความสำคัญมาในเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เนื่องจากเป็นคนในพื้นที่โดยตรง โดยแนวทางจัดการในรูปแบบของความร่วมมือกับ สถาบันอุดมศึกษาโดยเฉพาะที่มีความเกี่ยวข้องกับสินค้าท้องถิ่นต้องมีความรู้แบบบูรณาการ เช่น ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด เพื่อสร้างให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน นอกจากนี้ การเป็นสถาบันอุดมศึกษาในท้องถิ่นจะมีความใกล้ชิดกับชุมชนสามารถศึกษาวิจัยท้องถิ่นและตอบสนองความต้องการ และสร้างเสริมกระบวนการเรียนรู้หรือการทำวิจัยของชุมชนท้องถิ่นได้ ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ วิทยา จันทร์แดง และ จํานงค์ อติวัฒน์สิทธิ (2557) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมแบบไตรภาคี ได้แก่ การมีส่วนร่วมขององค์กรภาคีเครือข่ายในการบริหารจัดการชุมชน โดยมี 1) องค์กรในชุมชน ซึ่งเป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมตัว รวมกลุ่ม สมาชิกในชุมชนดำเนินกิจกรรม เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ประสานพลังองค์กรในชุมชน จัดระบบความรู้ ความสัมพันธ์ และระบบข้อมูลในชุมชน ภายใต้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) องค์กรภาครัฐที่มีบทบาท ในการหนุนเสริมด้านกระบวนการคิด กระบวนการเรียนรู้ และเป็นพันธมิตรที่พัฒนาเคียงข้างกับชุมชน และ 3) องค์กรภาคีสับสนุน ซึ่งเป็นองค์กรที่นอกเหนือจากสององค์กรข้างต้น โดยเป็นองค์กรจากภายนอกชุมชน

2.3 ผู้นำชุมชนที่มีคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ผู้นำชุมชนถือว่าเป็นผู้ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาชุมชน โดยผู้นำชุมชนที่ดีมีคุณลักษณะไม่แตกต่างจากผู้นำทั่วไป เช่น เป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ ชอบแสวงหาความรู้ มีคุณธรรม เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน มีความมุ่งมั่นในการทำงาน อย่างไรก็ตาม สำหรับผู้นำชุมชนที่จะสามารถจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชนได้ จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในแนวทางความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการประกอบการ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม (Dee, 1998) โดยแนวทางเหล่านี้เป็นเป้าประสงค์หลักของการประกอบการภายใต้ชื่อของสินค้าของชุมชน สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นตราสินค้าของชุมชนที่ผู้นำชุมชนจะต้องร่วมบริหารจัดการเพื่อผลประโยชน์ของชุมชน ในด้านการประกอบการเป็นเรื่องของการแสวงหาผลกำไรจากการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่ โดยผู้นำชุมชนจะต้องเห็นคุณค่าและโอกาสของทรัพยากรในท้องถิ่นที่สามารถเพิ่มคุณค่าและมูลค่าได้เมื่อสินค้านั้นได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อย่างไรก็ตาม การหาผลกำไรนั้นจะต้องคำนึงถึงความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทางการประกอบธุรกิจกับผลประโยชน์ของชุมชนด้วย ในประเด็นนี้ เป็นส่วนที่แตกต่างจากการประกอบการโดยทั่วไปที่ผู้นำชุมชนไม่ควรละเลย ด้านสังคมหรือคนในชุมชน ผู้นำชุมชนจะต้องเห็น

โอกาสในการใช้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในการแก้ไขปัญหาของคนในชุมชน เช่น ความยากจน การไม่มีงานทำ การอพยพออกนอกพื้นที่ โดยผู้นำชุมชนสร้างความตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่นที่คนในชุมชนสามารถการผลิตสินค้าได้จากความรู้ภูมิปัญญาของตนเอง และด้านสิ่งแวดล้อม ผู้นำชุมชนต้องตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นต้นกำเนิดของแหล่งภูมิศาสตร์ โดยการสร้างจิตสำนึกให้คนในชุมชนร่วมกันรักษาดูแลแหล่งภูมิศาสตร์ในการผลิตสินค้าต่อไป ดังนั้น ผู้นำของชุมชนจึงมีความสำคัญในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ถ้าชุมชนมีผู้นำที่ดีมีความรู้ความเข้าใจในความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมก็สามารถทำให้ชุมชนสามารถดำเนินการพัฒนาการเรียนรู้ตามแนวทางการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และนำไปสู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมต่อไป

2.4 กิจกรรมเชิงประเพณีวัฒนธรรมเชื่อมโยงกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชนก่อให้เกิดกิจกรรมเชิงประเพณีวัฒนธรรมเชื่อมโยงกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จากการเรียนรู้ที่อยู่ภายใต้ระบบความสัมพันธ์ของชุมชนใน 3 ระบบที่สำคัญ คือ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ในการทำงานร่วมกันในสังคม การรวมกลุ่มความร่วมมือ การควบคุมทางสังคม การใช้และรักษาทรัพยากรธรรมชาติร่วมกัน และการแบ่งปันผลประโยชน์ เช่น การรวมกลุ่ม ชมรม และวิสาหกิจชุมชนของผู้ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การร่วมมือของคนในชุมชนกับสถาบันการศึกษาเพื่อศึกษาวิจัยคุณลักษณะพิเศษของสินค้า 2) ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ในด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ การผลิต/แปรรูปสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมถึงกิจกรรมอื่นๆ ทางเศรษฐกิจ เช่น การที่ชุมชนต่างๆ กลับมามองธรรมชาติรอบตัวแล้วเรียนรู้ที่จะนำปลูกหรือแปรรูปเป็นสินค้าท้องถิ่น รวมกับความพิเศษเฉพาะของสินค้าเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในการจำหน่าย 3) ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ ช่วยให้เกิดการเรียนรู้สิ่งที่เป็นคุณค่าความเชื่อ ประเพณี และพิธีกรรม เช่น การไหว้เจ้าด้วยส้มโอ พิธีทำขวัญกาแพ เพื่อสร้างความผูกพันระหว่างคนกับพืชผลทางการเกษตร ที่เป็นประโยชน์ทั้งการบริโภคและการประกอบอาชีพ ทั้งนี้ ความเชื่อ ประเพณีต่างๆ สามารถสร้างความรู้สึกผูกพันให้เคารพต่อธรรมชาติ ให้กับทุกคนกับคน คนกับธรรมชาติ และคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติได้ในกิจกรรมเดียว จึงเห็นได้ว่า กิจกรรมการเรียนรู้ที่อยู่ภายใต้ระบบความสัมพันธ์ของชุมชนต่างๆ ในชุมชน โดยเฉพาะกิจกรรมเชิงประเพณีวัฒนธรรมที่สามารถเชื่อมโยงกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวรรณี สุนทรวิโรจน์ และกาญจนา สุขาบูรณ์ (2556) เรื่อง การศึกษาสภาพปัญหาสิ่งแวดล้อมในเขตตำบลสามัคคี: ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประชาชนในตำบลสามัคคี โดยศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมและการบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาจากการมีส่วนร่วม

ร่วมในกิจกรรมด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาแม่น้ำลำคลอง การเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาแหล่งน้ำเนื่องในวันสำคัญ และการเข้าร่วมประชุมกับคณะกรรมการหมู่บ้านหรือกลุ่มองค์กรต่างๆ ในชุมชนเพื่อเสนอข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะและวิธีการในการพัฒนาแหล่งน้ำ และเมื่อพิจารณาการบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในกิจกรรมด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การปลูกพืชแบบขั้นบันได การใช้ปุ๋ยหมักที่ผสมเอง การกำจัดวัชพืชโดยวิธีธรรมชาติ การกำจัดวัชพืชโดยใช้สารเคมี การปลูกพืชคลุมดิน การปลูกหญ้าแฝก การปลูกพืชตระกูลถั่ว พบว่าการบำรุงรักษามีอิทธิพลต่อการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเช่นกัน ทั้งนี้ แนวทางการแก้ไขปัญหาหน่วยงานของรัฐ โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้เข้าใจความหมายและความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างจิตสำนึกให้ประชาชนรู้จักรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ร่วมกัน จะต้องมีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน

2.5 ความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนในแต่ละระยะของการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

การเรียนรู้ในแต่ละระยะของการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ชุมชนต้องการความรู้ที่แตกต่างกัน โดยในระยะเวลาการสร้างสรรค์ ให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มความร่วมมือของคนในชุมชน ได้แก่ ผู้ปลูก ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าของชุมชน ความรู้และทักษะเกี่ยวกับสินค้าจากทรัพยากรของชุมชน และการตระหนักถึงคุณค่าทรัพยากรของชุมชน เช่น การรับขวัญแม่กาแพ เพื่อให้ตระหนักถึงคุณค่ากาแพทั้งในทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิต ระยะการขอกู้มครองสิทธิ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเศรษฐกิจ และการจัดการสินค้าสิ่งบ่งชี้ ของชุมชน ระยะการใช้ประโยชน์และเฝ้าระวังสิทธิ ให้ความสำคัญกับการจัดการสิทธิประโยชน์ของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ เช่น ทางกฎหมาย ทางมาตรฐานสินค้า ความแตกต่างในแต่ละระยะ ชุมชนจึงต้องมีการเรียนรู้เพิ่มเติม เพื่อให้สามารถจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในแต่ละระยะได้ หากจะกล่าวถึงหนทางที่ชุมชนจะรับมือกับการเรียนรู้ในแต่ละระยะที่เปลี่ยนแปลงนี้ได้ ชุมชนต้องมีการเตรียมความพร้อมของตนเองให้ตื่นตัว และพร้อมที่จะรับความรู้ใหม่ๆ ได้เสมอ โดยหนทางนั้น คือ ชุมชนแห่งการเรียนรู้ ชุมชนจะต้องเปิดเวทีให้เกิดการเรียนรู้ทั้งจากฐานรากความรู้ ภูมิปัญญา ประเพณีท้องถิ่นของตนเองมาประสานกับความรู้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และข่าวสารของโลกสมัยใหม่จากภายนอกโดยการปรับประยุกต์ใช้อย่างกลมกลืนระหว่างความรู้ใหม่กับความรู้เก่า ซึ่งแต่ละชุมชนแสดงให้เห็นว่า การผสมผสานความรู้ดั้งเดิมสามารถประสานกับความรู้ใหม่ๆ ได้โดยชุมชนหมากเฒ่าสกลนครใช้ความรู้ภูมิปัญญาเดิมเกี่ยวกับสรรพคุณของหมากเฒ่าที่ดับพิษไข้ แก้กษะหายน้ำ นำมาสร้างคุณค่าให้กับการผลิตน้ำหมากเฒ่าเป็นเครื่องดื่มพร้อมดื่มบรรจุขวด ชุมชนได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในการคิดค้นวิธีการ

บรรจขวดเพื่อให้เก็บไว้ได้นานโดยไม่ใส่สารกันเสีย หรือผลิตไวน์ที่มีสรรพคุณไม่ด้อยกว่าไวน์องุ่นแดงของต่างประเทศด้วยกรรมวิธีที่ปรับประยุกต์กับพื้นความรู้เดิมของชุมชน รวมทั้ง การจัดประชาคมเพื่อการเสนอและรับฟังความคิดเห็นต่างๆ ร่วมกัน สำหรับชุมชนกาแพดงมะไฟได้ปรับประยุกต์การปลูกกาแพซึ่งเป็นพืชในพื้นที่สูงกว่าระดับน้ำทะเล 700 เมตรขึ้นไปมาปลูกที่ 400-700 เมตรเหนือระดับน้ำทะเลต้องใช้กลวิธีในการดูแลและเก็บเกี่ยวแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆ โดยเป็นการประยุกต์ความรู้การเพาะปลูกพืชอื่นๆ ในพื้นที่มาใช้ในการปลูกกาแพอย่างเหมาะสม เช่น การใช้ระบบน้ำหยด การทำสาวต้นกาแพ ตลอดจนการลองผิดลองถูกการคั่วและชงกาแพแบบต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตของชุมชน ตำบลโคกโคเฒ่า อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ของ เอกชัย พุ่มดวง (2557) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ในการพัฒนากลยุทธ์ในการจัดการความรู้ของกลุ่มอาชีพตำบลโคกโคเฒ่าได้ใช้กระบวนการกลุ่มในการค้นหาปัญหาของกลุ่มอาชีพและการหาแนวทางแก้ปัญหา โดยได้ดำเนินการ คือ มีการใช้กระบวนการคิดร่วมกันของชุมชน คนในชุมชนได้ร่วมกันค้นหาสาเหตุเรียนรู้ปัญหาร่วมกัน วิธีการและแนวทางแก้ไข โดยเฉพาะวิธีการดำเนินชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง นอกจากนี้มีการใช้เวทีประชาคม เป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนกระบวนการในชุมชนทุกคนมีส่วนร่วมในการเสนอปัญหา/แนวทางการแก้ไขปัญหา และเรื่องอื่น ๆ ของชุมชน โดยมีกลไกสำคัญคือ การที่มีผู้นำชุมชนและผู้นำกลุ่มอาชีพที่มีความเข้มแข็งทำให้ได้กลยุทธ์ในการพัฒนาชุมชน ทั้งนี้ชุมชนจึงควรนำแนวคิดการจัดการความรู้มาปรับใช้ด้วยการให้คนในชุมชนสร้างความรู้และร่วมเรียนรู้ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติ เพื่อแก้ไขปัญหา โดยมีการดำเนินการร่วมกันขององค์กร กลุ่มชุมชน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อสร้างและประยุกต์ใช้ความรู้ การสืบค้นและจัดเก็บความรู้ประสบการณ์ของบุคคลที่นำมาสร้างเป็นความรู้หรือนวัตกรรมที่สามารถนำไปเผยแพร่จะเป็นการต่อยอดความรู้ อันจะนำไปสู่การเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

2.6 รูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเป็นแบบองค์รวม

รูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเป็นแบบองค์รวม ไม่แยกส่วนเพราะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมส่งเสริมการเรียนรู้ที่เป็นการบูรณาการเนื้อหาการเรียนรู้อัน และกระบวนการเรียนรู้ภายใต้โครงสร้างสังคมและปฏิสัมพันธ์ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างกับปฏิสัมพันธ์ ได้แก่ วิถีชีวิตที่ให้ความสำคัญกับการใช้และรักษาธรรมชาติ ขณะเดียวกันชุมชนยังให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทางสังคม และความเป็นเจ้าของ ซึ่งรูปแบบการเรียนรู้ในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่อยู่ภายใต้โครงสร้างสังคมที่ต้องการพึ่งพาตนเองจากพืชพันธุ์ธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะจากแหล่งภูมิศาสตร์ในท้องถิ่น การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทำให้ชุมชนได้เรียนรู้ผ่านเงื่อนไขและแนวปฏิบัติในกระบวนการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตั้งแต่แหล่งภูมิศาสตร์ของวัตถุดิบหรือพื้นที่เพาะปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว

การแปรรูป ตลอดจนการจำหน่าย ในด้านการบริหารจัดการให้ความสำคัญกับสิทธิของชุมชน จากการรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการเรียนรู้ของชุมชน การร่วมกันเสนอความคิดเห็น และการเป็นเจ้าของร่วมกันของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์แบบองค์รวมทั้งในแง่ของความรู้และการปฏิบัติ ตลอดจนการประสานงานกับหน่วยงานต่อๆที่เกี่ยวข้องมาทำงานร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับหลักของการเรียนรู้แบบองค์รวม ได้แก่ การรวมคน การร่วมวางเป้าหมาย การร่วมทำ การร่วมสรุปบทเรียน และการร่วมรับผลกระทบ (ประทีป วีระพัฒนนิรันดร์, 2542) ทั้งนี้ การเรียนรู้ต้องยังประโยชน์และความสุขให้ชุมชนอย่างเป็นธรรมและถ่วงน้ำหนัก

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

3.1.1 ชุมชนควรรื้อฟื้นประเพณีวัฒนธรรมของชุมชนที่เชื่อมโยงกับการรักษาสิ่งแวดล้อม และควรเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ตลอดจนการสร้างความเป็นเจ้าของของทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้คนในชุมชนได้สืบสานประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามที่ยึดเหนี่ยวคนในสังคม

3.1.2 ชุมชนควรจัดตั้งกลุ่มการเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชน และการประกอบการเพื่อสังคม หรือการกำหนดบทบาทกลุ่มคนในชุมชนเพื่อให้เข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ และกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการทำงานร่วมกันแบบประชารัฐได้

3.1.3 ชุมชนควรจัดการเรียนรู้ของชุมชนแบบบูรณาการการเรียนรู้ต่างๆ เข้าด้วยกัน ไม่ควรแยกส่วนโดยให้ความสำคัญกับเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสภาพแวดล้อมแบบองค์รวม

3.1.4 ผู้นำชุมชนทั้งผู้นำที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการจะต้องเป็นผู้นำทางความคิด และทางการปฏิบัติเพื่อชี้แนวทางในการดำเนินการที่ให้ชุมชนปฏิบัติได้จริง ทั้งนี้ ควรขยายกลุ่มผู้นำเป็นคนในชุมชนรุ่นใหม่ที่มีความรู้สมัยใหม่ที่เปิดกว้างมาสืบสานต่อ โดยจะต้องเปิดพื้นที่ให้คนรุ่นใหม่ในชุมชนได้เข้าร่วมในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชนซึ่งอาจเป็นลักษณะการทำงานร่วมกันกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น เช่น เป็นนักวิจัยท้องถิ่น

3.1.5 ผู้ประกอบการในชุมชนควรศึกษาแนวทางการพัฒนาต่างๆ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ด้วยความเข้าใจและน้อมนำมาปฏิบัติเพื่อจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งในแง่การประกอบการจะช่วยส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมด้วย

3.1.6 หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่และส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องใช้แนวทางการพัฒนา ตามแนวทางการพัฒนาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ที่ว่า “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” โดยเข้าใจในข้อมูลของชุมชน เช่น อะไรคือรากฐานของปัญหา มีทุนทางสังคม

หรือทุนทางทรัพยากรอะไรบ้าง เข้าถึงเป็นเรื่องของการสื่อสารกับคนในชุมชนเพื่อให้มีการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน และพัฒนาเป็นเรื่องของการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ซึ่งอาจใช้รูปแบบการพัฒนาแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือการดูงาน เนื่องจากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างคนในพื้นที่ การผลิตสินค้าในพื้นที่ และวิธีการประกอบอาชีพของคนในชุมชน

3.1.7 กรมทรัพย์สินทางปัญญาและหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ควรสร้างกระบวนการความร่วมมือในบริหารจัดการแบบไตรภาคี โดยหน่วยงานภาครัฐสนับสนุนทุนวิจัยแก่สถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่ สถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่และองค์กรชุมชนร่วมทำวิจัยท้องถิ่นสร้างองค์ความรู้กลับไปสู่หน่วยงานภาครัฐเพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินการด้านนโยบายต่อไป

3.1.8 พาณิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด และหน่วยงานรัฐในพื้นที่อื่นๆ เป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดกับชุมชนที่สามารถเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการให้ความรู้กับชุมชนได้ โดยภาครัฐส่วนกลางควรแสดงบทบาทของพี่เลี้ยงที่ดูแลให้คำแนะนำกับหน่วยงานในพื้นที่เพื่อการให้ความรู้และแนวทางการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างถูกต้อง

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ประสบความสำเร็จของประเทศอื่นที่มีบริบททางทรัพยากรธรรมชาติและปัญหาในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติคล้ายกับประเทศไทย เช่น สาธารณรัฐอินเดีย สาธารณรัฐฟิลิปปินส์

3.2.2 ควรศึกษาการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่นำไปสู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมโดยใช้แนวทางการพัฒนาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช เนื่องจากเป็นแนวทางที่เน้นการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม



รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2552). **ความรู้เบื้องต้นในการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา.**

กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ไทยอักษร.

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2543). **ความรู้เบื้องต้นด้านทรัพย์สินทางปัญญา.** กรุงเทพฯ:อักษรไทย.

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2553). **รายงานประจำปี 2553.** กรุงเทพฯ:กรมทรัพย์สินทางปัญญา

กระทรวงพาณิชย์.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2550). **เปิดหลักสูตรใหม่ “ผู้ประกอบการเพื่อสังคม”.**[ออนไลน์],

แหล่งที่มา: <http://www.kriengsak.com/index.php?components>. [22 เมษายน

2550].

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. (2550). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ**

สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554). กรุงเทพฯ: เศรษฐกิจ.

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. (2552). **วารสารสำนักยุทธศาสตร์**

และประเมินผล. 2 ที่ 3 (สิงหาคม-กันยายน 2552): 12.

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. (2554). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ**

สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559). [ออนไลน์], แหล่งที่มา:

<http://www.nesdb.go.th/Portals/0/news/plan/p11/plan11.pdf>; 7 มกราคม 2554.

จักรกฤษณ์ ควรพจน์ และ นันทน อินทนนท์. (2550). **หน่วยที่ 1 แนวคิดและวิวัฒนาการของการ**

คุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา. ในเอกสารการสอนชุดวิชากฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา

หน่วยที่ 1-8, นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

จักรกฤษณ์ ควรพจน์ และคณะ. (2548). **“ความตกลงพหุภาคีขององค์การการค้าโลกกับผลกระทบ**

ต่อฐานทรัพยากร”, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, กรุงเทพมหานคร.

จักรกฤษณ์ ควรพจน์. (2541). **กฎหมายระหว่างประเทศว่าด้วยลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และเครื่องหมาย**

การค้า บทที่ 19. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม.

จักรกฤษณ์ ควรพจน์. (2545). **คำอธิบายกฎหมายระหว่างประเทศว่าด้วยลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และ**

เครื่องหมายการค้า (พิมพ์ครั้งที่สาม) กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม

จำนงค์ แรกพิณิจ. (2545). **ศักยภาพการวิจัยของประชาชน. แผนแม่บทชุมชน ประชาพิสัยและ**

พัฒนา. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ภูมิปัญญาไทย.

- เจริญ คัมภีร์ภาพ. (2546). <http://www.reocities.com/midarticle/newpage6.html> posted July 2546 เข้าถึงเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2555.
- ชัยยุทธ ชันธปราบ. (2545). การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้โลกาภิวัตน์ จะเป็นไปได้หรือไม่. ในสุริชัย หวันแก้ว (บรรณาธิการ). **การพัฒนาที่ยั่งยืนในกระแสโลกาภิวัตน์กับทิศทางการประเทศไทย**. กรุงเทพฯ : ศูนย์ศึกษาการพัฒนาสังคม คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2542). **วาทกรรมการพัฒนา : อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณะ และความเป็นอื่น**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิภาษา.
- ทับทิม วงศ์ประยูร และพรทิพย์ คำพอ. (2545). **สังคมกับเศรษฐกิจ**. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- นโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, สำนักงาน. **กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม**. (2551). **นโยบาย มาตรการและแผนการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ความหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2551-2555**. กรุงเทพฯ: สำนักความหลากหลายทางชีวภาพ.
- นันทน อินทนนท์. (2547). กฎหมายคุ้มครองพันธุ์พืช: แนวคิดและบทวิเคราะห์. ในนันทน อินทนนท์ (บรรณาธิการ), **ทรัพย์สินทางปัญญาในยุคโลกาภิวัตน์**, กรุงเทพฯ: จีรัช การพิมพ์.
- นันทน์ภัส ทรัพย์โชคชนกุล และคณะ. (2557). **วารสารวิชาการ Veridian E-Journalฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม - สิงหาคม 2557**.
- นิตนา ฐานิตชนกร. (2553). การประกอบการเพื่อสังคม: นวัตกรรมทางสังคมของผู้ประกอบการยุคใหม่. **Executive Journal**. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ต.ค.-ธ.ค. 2012. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นิธิ เอี้ยวศรีวงศ์. คนธรรมดา. (2536). **สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น** ขอนแก่น: สถาบันวิจัยและพัฒนา.
- ปภาศรี บัวสุวรรณค์. (2550). “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication) แนวทางการคุ้มครองตามกฎหมายยุโรป-อาเซียน และไทย. (ตอนที่ 1)” **วารสารร่วมไทรทอง**. ปีที่ 17 ฉบับที่ 1 (ม.ค.-มิ.ย. 2550) หน้า 31-36. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.
- ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2543). **นิเวศเศรษฐศาสตร์และนิเวศการเมือง**. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2538). **สิ่งแวดล้อมและการพัฒนา**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2539). **เศรษฐศาสตร์สีเขียวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ปรีดา ยังสุขสถาพร. (2551). **ทรัพย์สินทางปัญญานำรู้และวิธีการประเมินมูลค่า**. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กรุงเทพฯ: แอ๊ปเปิ้ล พรีนติ้งกรุ๊ป.
- ปารีชาติ วลัยเสถียร และคณะ. (2543). **กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ปารีชาติ วลัยเสถียร และคณะ. (2546). **กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา**. โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส.).
- ปารีชาติ วลัยเสถียร. (2549). **กระบวนการเรียนรู้และการจัดการความรู้ชุมชน**. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานสนับสนุนกองทุนวิจัย.
- ปารินุช บริสุทธิ์ศรี. (2553). **การคุ้มครองภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับยาพื้นบ้านภายใต้ความตกลงทริปส์**. นิติศาสตรมหาบัณฑิต, สาขากฎหมายระหว่างประเทศ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พนัส ทศนิยานนท์. (2544). **มุมมองด้านกฎหมายเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน ในกระบวนการด้านสิ่งแวดล้อม ในธรรมชาติ การมีส่วนร่วมของประชาชนและกระบวนการทางด้านสิ่งแวดล้อม**. กรุงเทพฯ: สารธาร.
- พสุ เดชะรินทร์. (2552). **ผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneur)**. กรุงเทพฯธุรกิจ. วันที่ 13 มกราคม 2552.
- มณูญ มุกข์ประดิษฐ์. (2555). **ภูมิสังคมกับแนวพระราชดำริ**. ค้นวันที่ 22 ตุลาคม 2555 จาก <http://www.haii.or.th/wiki84/index.php/ภูมิสังคมกับแนวพระราชดำริ>
- มิชิตา จำปาเทศ รอดสุทธิ. (2549). **ผู้ประกอบการทางสังคม. ประชาชาติธุรกิจ 23 กุมภาพันธ์ 2549**.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- วิฑูรย์ เลื่อนจำรูญ. (2553). **โลกาภิวัตน์กับการจัดการความหลากหลายทางชีวภาพ**. กรุงเทพฯ: เคล็ดไทย.
- วิทยา จันท์แดง และ จำนงค์ อติวัฒนสิทธิ์. (2014). **สักทอง : วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (The Golden Teak : Humanity and Social Science)**.
- วิสุทธิ ไปไม้. (2548). **ความหลากหลายทางชีวภาพ วัฒนธรรม และสังคมไทย**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.
- ศิรยา เลหาเพียงศักดิ์ และรังสรรค์ ธนะพรพันธ์. (2548). **”สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical indication)”**, โครงการ WTO Watch, กรุงเทพมหานคร.

- สมชาย รัตน์ชื่อสกุล และทิพย์สุรางค์ วาทีตต์พันธ์. (2552). **โครงการปัญหาการถ่ายทอดเทคโนโลยี ภายใต้อนุสัญญาว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ**. ชุดโครงการพัฒนาความรู้และ ยุทธศาสตร์ด้านความตกลงพหุภาคีด้านสิ่งแวดล้อมและยุทธศาสตร์ลดโลกร้อน สนับสนุนโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สมชาย รัตน์ชื่อสกุล. (2550). **ระบบทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อการคุ้มครองทรัพยากรพันธุกรรมพืช**. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ พัทธ์ผจง วัฒนสินธุ์ อัจฉรา จันทร์ฉาย และประกอบ คูปรัตน์. (2554). ความสามารถในการจัดการความรู้กับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่มี นวัตกรรมในประเทศไทย. **วารสารพัฒนาบริหารศาสตร์** 51 ฉ.1(2554). กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.
- สฤณี อาชวานันทกุล. (2550). “**ผู้ประกอบการเพื่อสังคม-สู่กระบวนทัศน์แห่งการร่วมมือกัน**”. ค้น เมื่อ 22 เมษายน 2553 จาก <http://www.onopen.com/2007>.
- สฤณี อาชวานันทกุล. (2551). **นายธนาคารเพื่อคนจน**. มุฮัมหมัด ยูनुส แปลโดยสฤณี อาชวานันทกุล กรุงเทพฯ: มติชน.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2547). **ทฤษฎีสังคมวิทยา เนื้อหาและแนวทางการใช้ประโยชน์เบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สากล จริยวิทยานนท์. (2553). การประกอบการทางสังคม: หลักการและแนวคิดเพื่อการพัฒนาสังคม. **วารสารพัฒนาสังคม**, สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์. 12 ฉ 1(2553) p. 45-68.
- สิริลักษณ์ ยิ้มประสาพร. (2548). **กระบวนทัศน์ใหม่กับการเรียนรู้ของชุมชน**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.
- สีบพงษ์ พงษ์สวัสดิ์. (2553). สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับผู้ประกอบการ. **FEU Academic Review**. 4 ฉ1(มิ.ย.-พ.ย.2553). มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น เชียงใหม่.
- สุพจน์ แสงเงิน และคณะ. (2546). **กระบวนกรเรียนรู้ของชุมชนในการพัฒนาความเข้มแข็งของ ชุมชน: ศึกษากรณีชุมชนแผ่นดินทองดอยรัฐดี**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2553). **ทฤษฎีสังคมวิทยา**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: วี. พรินท์.
- สุริชัย หวันแก้ว. (2545). **การพัฒนาที่ยั่งยืนในกระแสโลกาภิวัตน์กับทิศทางการประเทศไทย**. กรุงเทพฯ :ศูนย์ศึกษาการพัฒนาสังคม คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี พงศ์พิศ. ฐานคิด. (2532). **จากแผนแม่บทสู่วิสาหกิจชุมชน**. กรุงเทพฯ: ภูมิปัญญาไทย.
- อนรรักษ์ ปัญญาวัฒน์. (2535). **ทฤษฎีและปฏิบัติเรื่อง การศึกษาและการพัฒนาชุมชน**. เชียงใหม่: ภาควิชาส่งเสริมการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อารี พันธุ์มณี. (2543). **การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์สู่ความเป็นเลิศ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

อาศิรา พนาราม. **BE Magazine** นิตยสารเพื่อสังคมต่อสู่ความยากไร้ด้วยการให้อาชีพ. ค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2553, จาก <http://www.tcdcconnect.com/content/blog/?p=5264>.

อำนาจ ธรรมนิช. (2549). **ผู้ประกอบการ entrepreneur**. กรุงเทพฯ: มาเธอร์ บอส แพคเกจจิ้ง. อวรรณโณ., บวรศักดิ์. (2544). การมีส่วนร่วมในกระบวนการด้านสิ่งแวดล้อม: เทคนิคและวิธีการที่เหมาะสมในบริบทสังคมวัฒนธรรมไทย. ใน **ธรรมภิบาล การมีส่วนร่วมของประชาชนและกระบวนการทางด้านสิ่งแวดล้อม** หน้า 43-49 กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

ภาษาอังกฤษ

Albrecht Conrad. (1996). “**The Protection of Geographical Indications in the TRIPS Agreement**”, 86 Trade Mark Report, 1996, pp.11-46.

Alex Nicholl. (2006). **Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change**. Oxford: Oxford University Press, UK.

Alvord, S. H., Brown, L. D. and Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and social transformation: An exploratory study. **Journal of Applied Behavioral Science**, 40(3), 260-282,.

Ashoka : Innovators for the Public. (n.d.). **ผู้ประกอบการสังคมคือ?** Retrieved April 22, 2010, from http://thailand.ashoka.org/social_entrepreneur.

Bacq, S. and Janessen, F. (2008). Social entrepreneurship as a practice to a legitimate field of research : Literature review and classification. In **European Summer University Conference on Entrepreneurship**. Norway: Bodo.

Banks, J. (1972). **The sociology of social movements**. London : McMillan.

Barendsen, L. and Gardner, H. (2004). Is the social entrepreneur a new type of leader?. **Leader to leader**, 34, 43-50.

Bird, B. J. (1989). **Entrepreneurial behavior**. London: Scott, Foresman.

Blakeney, M., Trade, . (1996). **Related Aspects of Intellectual Property Rights: A Concise Guide to the TRIPS Agreement**, Sweet & Maxwell, London, 1996, p. 71.

Bornstein, D. (2004). **How to change the world : Social entrepreneurs and the power of new ideas**. New York: Oxford University Press.

- Borrini Feyerabend, et al. (2004). *Sharing Power: Learning by Doing in Co-management of Natural Resources throughout the World*. Tehran: IIED and IUNC/CEESP/CMWG:69.
- Boschee, J. (1998). **Merging mission and money: A board member's guide to social entrepreneurship**. Washington, D.C.: The National Center for Nonprofit Boards.
- Boschee, Jerr and McClurg, Jim. (2003). **Towards a Better Understanding of Social Entrepreneurship: Some Important Distinctions**. working paper from the Social Enterprise Alliance.
- Bowman, M and C. Redgwell. (1999). **International Law and the Conservation of Biological Diversity**, Kluwer Law, London.
- Brooks, A. C. (2009). **Social entrepreneurship : A modern approach to social venture creation**. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Brophy, D. J. and Shulman, J. M,. (1992). A finance perspective on entrepreneurial research. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 16(3), 61-71.
- Cornish, W. and J. Phillips. (1982). **"The Economic Function of Trade Marks: An Analysis with Special Reference to Developing Countries"**, [1982] 13 IIC 41-64 at 43.
- David Bornstein and Susan Davis. (2010). **Social Entrepreneurship : What Everyone Needs to Know**. Oxford University Press: USA.
- Dees, J. G. (1998). **Social enterprise : Private initiatives for the common good**. Harvard Business Review, 76(Jan.-Feb.), 54-58.
- Dees, J. G. . (2001). **The meaning of social entrepreneurship**. 2001. Retrieved May 3, 2010, from http://www.caseatduke.org/document/dees_seadef.pdf.
- Dees, J. Gregory. (1998.). **The meaning of social entrepreneurship**. Stanford's Graduate School of Business and an Entrepreneur-In-Residence with the Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Dupont, F. (2003,). **Economic Benefits of GIs**, A Paper Presented at the EU-China WTO Seminar, Beijing, October 2003, p.20.
- Economides, N. (1988). "The Economics of Trademarks", **Trademark Reporter**, Vol. 78, 1988, p.523.

- Haugh, H. . (2005). **The role of social enterprise in regional development.**
International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 2(4), 346-357.
- Hong Kong Council of Social Service. (2006.). **Social Enterprise: a hybrid of business operation and social service to achieve public good.** Backg2006.round Paper on the Current Situation of Social Enterprise in HK.
- Industry, **Department of Trade and.** **A Strategy for Success.** UK.
- Kuratko, D. F. and Hodgetts, R. M. . (2001). **Entrepreneurship : A contemporary approach.** Texas: Harcourt.
- Laing, S., EU on GIs: Free Trade or Protectionism?, . (2003). **Trade Law Centre for Southern Africa - Trade Briefs,** available at :
<http://www.tralac.org/scripts/content.php?id=1999>.
- Landes, W.M and and R.A. Posner. (1997). “Trademark Law: An Economic Perspective”, **Journal of Law and Economics**, Vol.30 No.2, 1997, pp. 265-309.
- Lbery, B. and M. Kneafsey (1999). “Niche Markets and Regional Specialty Food Products in Europe: towards a Research Agenda”, **Environment and Planning**, Vol. 31 No.12, 1999, p.2207.
- Moran, K. . (1993). Rural space as intellectual property”, **Political Geography**, Vol. 12(3), May, 1993, pp.263-277.
- Morris, M. H. (1998). **Entrepreneurial intensity: Sustainable advantages for individuals, organizations, and societies.** Westport, CT.: Quorum Books.
- Park Kajanapaibul. (2011). **Legal Entity for Social Enterprise.** The Degree of Master of Laws (English program). Thammasat University. .
- Roger L. Martin & Sally Osberg. (2007.). **Social Entrepreneurship: The Case for Definition.** Stanford Social Innovation Review, Spring
- Saxenian, A. (2000). **Silicon Valley’s new immigrant entrepreneurs.** California: Center for Comparative Immigration Studies.
- Sen, A. (1999). **Development as Freedom,** Alfred A. Knof, Inc., London.
- Shaver, K. G. and Scott, L.R.,. (1991). Person, process, choice : The psychology of new venture creation. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 16 (2), 23-45.
- Smith, David. (2006). **Exploring Innovation.** Berkshire: McGraw-Hill Education.

- Thompson, J., Alvy, G. and Lees, A. (2000). **Social Entrepreneurship - A new look at the people and the potential.** *Management Decision*, 38(5/6), 328-338.
- Van de Hen, A. H. (1993). The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8(3), 211-230.
- Vesper, K. (1980). **New venture strategies.** Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- WIPO. (2001). Introduction to Geographical Indications and Recent International Developments at WIPO. **Paper presented at the Symposium on the International Protection of Geographical Indications**, WIPO/GEO/MVD/01/1, Montevideo, 28-29 November 2001.





ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่ง
ป่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม สำหรับชุมชนที่มีการจัดการ
สิ่งป่งชี้ทางภูมิศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบสัมภาษณ์

การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม สำหรับชุมชนที่มีการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

๕๖-----๕๗

วันที่สัมภาษณ์..... เวลา..... สถานที่

.....

ผู้ให้สัมภาษณ์..... ตำแหน่ง/หน้าที่ทางสังคม

.....

เพศ อายุปี อาชีพ

.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

1. ท่านและคนในชุมชนรู้จักสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้อย่างไร
2. สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชนท่านมีที่มาอย่างไร (เหตุใดจึงเลือก ใครเป็นผู้เลือก)
3. อะไรคือเหตุผลสำคัญที่ชุมชนของท่านและคนในชุมชนขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (เช่น ป้องกันการอ้างชื่อจากคนอื่น การเพิ่มมูลค่าของสินค้า ประโยชน์ทางธุรกิจ การรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะแหล่งภูมิศาสตร์)

**ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถ
จัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (ในแต่ละระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้
ทางภูมิศาสตร์)**

1. ท่านและคนในชุมชนมีการจัดการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างไร มีรูปแบบดำเนินงานอย่างไร (เช่น กลุ่ม สหกรณ์ ชมรม วิสาหกิจชุมชน)
2. ในการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชนมีบุคคล/หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอะไรบ้าง และมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนอย่างไร
3. ท่านคิดว่า ปัจจัยอะไร และอย่างไร ที่สร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชุมชน (ด้านโครงสร้าง ผู้นำ ความสัมพันธ์)

**ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทาง
ภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (ในแต่ระยะการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์)**

1. ท่านและคนในชุมชนได้เรียนรู้เรื่องอะไรบ้างเกี่ยวกับการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม
2. ท่านและคนในชุมชนมีวิธีการเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม อย่างไร
3. ท่านและคนในชุมชนมีฐาน/แหล่งเรียนรู้อะไรเกี่ยวกับการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม



ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่ง
บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม สำหรับชุมชนที่ไม่มีการจัดการ
สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบสัมภาษณ์

การนำเสนอรูปแบบการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม สำหรับชุมชนที่ไม่มีการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

๕๖-----๕๗

วันที่สัมภาษณ์..... เวลา..... สถานที่

.....

ผู้ให้สัมภาษณ์..... ตำแหน่ง/หน้าที่ทางสังคม

.....

เพศ อายุปี อาชีพ

.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

1. ท่านและคนในชุมชนรู้จักสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือไม่ อย่างไร
2. ท่านและคนในชุมชนทราบหรือไม่ว่า ชุมชนข้างเคียงของท่านมีสินค้าประเภทเดียวกับของชุมชน
ท่านเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีความคิดเห็นอย่างไร

**ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถ
จัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม**

1. ท่านและคนในชุมชนมีการจัดการสินค้าประเภทเดียวกับชุมชนข้างเคียงที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
อย่างไร มีรูปแบบดำเนินงานอย่างไร (เช่น กลุ่ม สหกรณ์ ชมรม วิสาหกิจชุมชน)
2. หากท่านและคนในชุมชนต้องการจะมีสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จะต้องมีบุคคล/หน่วยงานที่
เกี่ยวข้องอะไรบ้าง และมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนอย่างไร
3. ท่านคิดว่า ปัจจัยอะไร และอย่างไร ที่สร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของ
ชุมชน (ด้านโครงสร้าง ผู้นำ ความสัมพันธ์)

**ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทาง
ภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมหากชุมชนต้องการจะมีสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์**

1. ท่านและคนในชุมชนจะต้องเรียนรู้เรื่องอะไรบ้างเกี่ยวกับการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่ง
บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม
2. ท่านและคนในชุมชนจะต้องมีวิธีการเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้
ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม อย่างไร
3. ท่านและคนในชุมชนจะต้องมีฐาน/แหล่งเรียนรู้อะไรบ้างเกี่ยวกับการสร้างเสริมความสามารถ
จัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

ภาคผนวก ค
แบบสังเกตปัจจัยและความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถ
จัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบบันทึกการสังเกต

ปัจจัยและความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อเสริมสร้างความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทาง

ภูมิศาสตร์

สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม

๘๐-----๐๘

วันที่สัมภาษณ์..... เวลา..... สถานที่

.....

ผู้ให้สัมภาษณ์..... ตำแหน่ง/หน้าที่ทางสังคม

.....

เพศ อายุปี อาชีพ

.....

สิ่งที่สังเกต	บันทึกการสังเกต
<p>1. การกระทำ (Acts)</p> <p>คือ การใช้ชีวิตประจำวัน การกระทำ พฤติกรรมต่าง ๆ ของคนในชุมชนเกี่ยวกับการสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของชุมชน</p>	
<p>2. แบบแผนการกระทำ (Activities)</p> <p>คือ การกระทำ พฤติกรรมที่เป็นกระบวนการมีขั้นตอนและมีลักษณะต่อเนื่องจนเป็นแบบแผน ซึ่งชี้ให้เห็นถึงสถานภาพ บทบาท และหน้าที่ของคนในชุมชนเกี่ยวข้องกับปัจจัยและความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม</p>	
<p>3. ความหมาย (Meaning)</p> <p>คือ การให้ความหมายแก่การกระทำหรือแบบแผนการพฤติกรรมในการกระทำ หรือแบบแผนการกระทำ</p>	
<p>4. ความสัมพันธ์ (Relationship)</p>	

สิ่งที่สังเกต	บันทึกการสังเกต
<p>คือ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำชุมชน ระหว่างคน ในชุมชน และความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับบุคคล/ หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริม ความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของชุมชน</p>	
<p>5. การมีส่วนร่วมในกิจกรรม (Participation) คือ การที่คนในชุมชนให้ความร่วมมือและยินยอมเป็น ส่วนประกอบของโครงสร้างสังคมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ การสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม</p>	
<p>6. สภาพสังคม (Setting) คือ สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ของ ชุมชน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล วัฒนธรรม ความ เชื่อ วิถีชีวิต การควบคุมพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ สร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคมของ ชุมชน</p>	

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาววิรัชญา จงพิพัฒน์สุข

เกิดเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2516 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานครฯ

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2530

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท Master of Science in Administration, Central Michigan University, USA, 1999

ได้เข้าศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชานโยบาย การจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อ พ.ศ. 2553 โดยได้รับทุน 90 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กองทุนรัชดาภิเษกสมโภช

ปัจจุบันรับราชการ กระทรวงศึกษาธิการ กรุงเทพมหานคร



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY