



ไทยโพสต์

Thail Post
Circulation: 850,000
Ad Rate: 1,200

Section: First Section/สังคม

วันที่: ศุกร์ 27 กุมภาพันธ์ 2569

ปีที่: 30 **ฉบับที่:** 10694

Col.Inch: 55.49 **Ad Value:** 66,588

หัวข้อข่าว: โมเดลผู้ประกอบการทางสังคม มุ่งแก้ปัญหาสุขภาพ

หน้า: 9(ล่างขวา)

PRValue (x3): 199,764

ศิลปิน: ชาว-ดำ

โมเดลผู้ประกอบการทางสังคม มุ่งแก้ปัญหาสุขภาพ

ปัจจุบันผู้ประกอบการทางสังคมมีบทบาทสำคัญแก้ไขปัญหาของสังคม มีการพัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ปัญหาสังคมอย่างตรงจุดมากขึ้น การส่งเสริมและบ่มเพาะผู้ประกอบการทางสังคมให้มีความแข็งแกร่งเป็นส่วนหนึ่งส่งเสริมสุขภาพของประเทศไทย ถือเป็นกลไกสำคัญยกระดับระบบสุขภาพและคุณภาพชีวิตของคนไทย เหตุนี้สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ร่วมกับวิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยพะเยา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จัดงาน "Learn Show Grow Connect : เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้โครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการทางสังคม" ที่หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร เพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายการทำงานของคุณสมบัติบ่มเพาะผู้



สสส. เปิดตัวที่ "Learn Show Grow Connect"



นวัตกรรมเพื่อคนพิการ BLIND HELP



นพ.พงศ์เทพ วงศ์วัชรไพบูลย์

ดร.ศัญญาณี ธีรวิมล รองคณบดีฝ่ายบริหารและวางแผน วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มธ. กล่าวว่า เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้โครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการทางสังคมครั้งนี้ชวนผู้ประกอบการทางสังคมที่โดดเด่น สามารถยืนอยู่ได้ด้วยตนเอง ประกอบธุรกิจโดยไม่ขาดทุน แต่ยังคิดขีดเรื่องความรู้ สถานที่ประกอบการ งบประมาณ การเข้าสู่ตลาดภายในงานมีหลากหลายภาคส่วน รวมถึงนักลงทุนคาดหวังให้เกิดการต่อยอดและเชื่อมโยงทรัพยากร ขณะนี้ศูนย์บ่มเพาะฯ แต่ละศูนย์เชื่อมโยงกันแล้ว แต่ผู้ประกอบการทางสังคมยังไม่เชื่อมโยง งานครั้งนี้ได้เห็น

ผู้ประกอบการทางสังคม ผู้การร่วมแก้ไขปัญหสุขภาพไทยอย่างยั่งยืน ภายในงานเผยแพร่ผลงานและเชื่อมโยงผู้ประกอบการทางสังคมเข้าสู่ตลาด เพิ่มกลยุทธ์เจาะตลาดสร้างรายได้ทางธุรกิจ

นพ.พงศ์เทพ วงศ์วัชรไพบูลย์ ผู้จัดการกองทุน สสส. กล่าวว่า เวที Learn Show Grow Connect สร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการทางสังคมกับผู้ประกอบการทางสังคม ทั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจเพื่อสังคม ที่ปรึกษา และภาคีเครือข่าย ซึ่งประกอบกิจการโดยไม่ได้แสวงหาผลกำไรในรูปแบบบริษัท แต่พัฒนาธุรกิจเต็มเต็มซึ่งสังคมขาดหายไป ตลอดจนคนในชุมชน คนรุ่นใหม่ ซึ่งต้องการพัฒนาบ้านเกิดรวมกลุ่มทำธุรกิจใหม่ชุมชน และประโยชน์กลับคืนสู่ชุมชน เป้าหมายเพื่อสร้างสังคมที่ดีขึ้น ไม่ใช่เพียงชุมชนอยู่รอด ซึ่งหน่วยงานภาครัฐทำโดยลำพังไม่ไหว รัฐบาลไม่สามารถกระจายโอกาสการเข้าถึงบริการสาธารณสุข เทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการเหลื่อมล้ำทางสังคม ซึ่งผู้ประกอบการสังคมตอบโจทย์นี้ ทั้งนี้ ต้องส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกัน มีโมเดลธุรกิจสังคมต้นแบบ อยากเห็นสังคมไทยรับมีความท้าทายในอนาคตด้วยนวัตกรรมและความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

"สสส.สนับสนุนศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการทางสังคม 6 แห่ง ในมหาวิทยาลัยต่างๆ ชวนอาจารย์ นักวิชาการในมหาวิทยาลัยที่มีอุดมการณ์เข้ามาบ่มเพาะบ่มเพาะให้แก่อผู้ประกอบการทางสังคม ผู้ประกอบการรุ่นใหม่พัฒนานวัตกรรม เชื่อมโยงกับสังคม เครือข่ายความร่วมมือทั้งในระดับประเทศและสากล เพิ่มมุมมองทางเศรษฐกิจ ปัจจุบันได้ส่งเสริมและบ่มเพาะผู้ประกอบการทางสังคม 48 กิจการ พัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ๆ ที่ช่วยแก้ปัญหาสังคมที่ซับซ้อนได้ สสส.มุ่งเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมพัฒนานวัตกรรม สร้างให้เกิดผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืน ซึ่งมีผู้ได้รับประโยชน์ 2,000 คนทั่วประเทศ ช่วยให้กลุ่มคนพิการมีงานทำ ผู้สูงอายุมีรายได้และมีสุขภาพดีขึ้น หนุนเกษตรกรเข้าสู่การทำเกษตรอินทรีย์ลดรายจ่ายด้านสารเคมีและสร้างรายได้เพิ่มขึ้น กลุ่มสตรีในจังหวัดที่ประสบปัญหาความรุนแรงได้รับการช่วยเหลือเยียวยา เด็กมีพื้นที่ปลอดภัยและพื้นที่เรียนรู้ช่วยส่งเสริมทักษะชีวิต เกิดพัฒนาการที่ดีเหมาะสมตามช่วงวัย" นพ.พงศ์เทพ กล่าว

ผู้ประกอบการทำงานร่วมกัน เช่น ผนวกรวมผลิตภัณฑ์ บรรจุกินที่ ห่วงโซ่อุปทานเกิดขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการสังคมแข็งแรงขึ้น อีกทั้งเชื่อมต่อกับความรู้กับหน่วยงาน ปี 2569 จะขยายศูนย์บ่มเพาะฯ ให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศมากขึ้นบนแนวคิดเดียวกัน

"ปัจจุบันผู้ประกอบการทางสังคมส่วนใหญ่ดำเนินกิจการธุรกิจแก้ปัญหาด้านเกษตรกรรม ผู้สูงอายุ ผู้มีรายได้น้อย จนประสบความสำเร็จเกิดผลลัพธ์ทางสังคมและสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรม แต่วิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อแก้ไขปัญหของคนที่พิการ กลุ่มเปราะบาง กลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มความหลากหลายทางเพศ LGBTQ หรือแรงงานข้ามชาติ ยังไม่ค่อยมีการพูดถึง ในเวทีนี้เปิดมุมมองเพื่อพัฒนาโมเดลธุรกิจเพื่อสังคมประเด็นเหล่านี้ อีกประการผู้ประกอบการที่ผ่านการอบรม เจ้าของบริษัทเป็นประชากรกลุ่มเฉพาะด้วยตนเอง สร้างศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์กลับมาพร้อมกับการทำธุรกิจ ชาวานา ที่ผ่านการอบรมความรู้ พัฒนาศักยภาพ สุวีสาหกิจเพื่อสังคมที่ฟรีเมียม นอกจากนี้ พบผู้ประกอบการเพื่อสังคมจำนวนหนึ่งอดีตเคยทำงานในระบบทุนนิยม แต่กลับออกมาทำธุรกิจเพื่อสังคม หากพลังแบบนี้มีมากขึ้นจะเปลี่ยนแปลงสังคม ลดความเหลื่อมล้ำ" ดร.ศัญญาณี กล่าว

ด้านนายอนุรักษ์ ปฐมลิขิตกาญจน์ ประธานผู้จัดการ บริษัท การวิจัยนวัตกรรมเพื่อคนพิการ จำกัด กล่าวว่า ตนเป็นผู้พิการทางการมองเห็น จัดตั้งบริษัท วิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อพัฒนานวัตกรรมและยกระดับศักยภาพคนพิการในตลาดแรงงาน รวมถึงสนับสนุนการเข้าถึงบริการด้านสุขภาพของคนตาบอด เน้นด้านสุขภาพ สุขภาวะเป็นสิ่งสำคัญ ปัจจุบันพัฒนาแอปพลิเคชัน BLIND HELP เป็นตัวช่วยอ่านฉลากยา ระบบนี้ช่วยอ่านข้อมูลยาให้ถูกต้อง แม่นยำ ที่สำคัญมีเมนูฉุกเฉิน เข้าถึงความช่วยเหลือได้ทันที มีเซทบทบทให้คำปรึกษาสุขภาพเบื้องต้นอย่างรวดเร็วแล้วก็รวบรวมข้อมูลสุขภาพที่จำเป็นและน่าสนใจสำหรับคนพิการด้วย นอกจากนี้ ผู้หญิงตาบอดเผชิญปัญหาคุกคามทางเพศทางกายและวาจา แอปฯ นี้ มีเอไอเซทบทบท ให้คำปรึกษาเรื่องสุขภาพทางเพศ มีเบอร์โทรฉุกเฉินเฉพาะด้าน คนตาบอดทดลองใช้แอปฯ มากกว่า 100 คน โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ผลตอบรับเชิงบวก และเตรียมเปิดให้บริการ BLIND HELP บนเว็บไซต์ เพื่อเป็นช่องทางเอื้อประโยชน์ให้กับกลุ่มคนหลากหลายมากขึ้น



กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 100,000
Ad Rate: 833

Section: First Section/พิเศษ

วันที่: ศุกร์ 27 กุมภาพันธ์ 2569

ปีที่: 39

ฉบับที่: 13108

หน้า: 6(กลาง)

Col.Inch: 72.43 Ad Value: 60,334.19 PRValue (x3): 181,002.57 ศิลป: ชาว-ดำ

คอลัมน์: Now and Beyond: ด้านมืดของ Brand Community บทเรียนจากชุมชน...

กรุงเทพธุรกิจ
Now and Beyond
ดร.ณัฐกมล อุ่นวรวงศ์
Thammasat Business School
nuttakon@tbs.tu.ac.th

ด้านมืดของ Brand Community บทเรียนจากชุมชนออนไลน์



ในยุคที่โซเชียลมีเดียกลายเป็นพื้นที่หลักที่แบรนด์ใช้สื่อสารกับผู้บริโภค ชุมชนแบรนด์

ออนไลน์ (Online Brand Community) อาทิเพจหรือกลุ่มของแบรนด์บนโซเชียลมีเดียจึงไม่ได้เป็นเพียงช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าอีกต่อไป แต่กลายเป็นสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์ที่สร้างความผูกพันระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภค พลังการบอกต่อ และกองทัพผู้สนับสนุนแบรนด์อย่างแท้จริง

ในประเทศไทย เราเห็นตัวอย่างชัดเจนจากคอมมูนิตี้นี้มากมาย เช่น กลุ่มผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้า กลุ่มแก๊งค์ กลุ่มสกินแคร์ กลุ่มสินค้าแฟชั่น ไปจนถึงกลุ่มแฟนคลับศิลปินที่สามารถขับเคลื่อนกระแสและการตัดสินใจซื้อได้จริง คอมมูนิตี้นี้เหล่านี้ไม่ใช่เพียงพื้นที่แลกเปลี่ยนข้อมูล แต่เป็นพื้นที่ของการแสดงตัวตน อารมณ์ ความรู้สึกเป็นเจ้าของ และการยอมรับทางสังคม

แต่ยิ่งคอมมูนิตี้นี้มีพลังมากเท่าไร ความเสี่ยงก็ยิ่งสูงขึ้นเท่านั้น เพราะเมื่อพื้นที่นี้กลายเป็น “พื้นที่ของอัตลักษณ์” ความเห็นที่แตกต่างจึงถูกมองว่าเป็นภัยและนำไปสู่พฤติกรรมกลั่นแกล้งทางออนไลน์ (Cyberbullying) อันได้แก่การโจมตีผู้อื่นด้วยถ้อยคำรุนแรง ด่าทอ กลั่นแกล้ง คุกคาม เหยียดหยาม หรือรุมประณามในที่สาธารณะ

พฤติกรรมดังกล่าวไม่ได้เกิดจากอารมณ์ชั่ววูบของผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว แต่อาจเกิดจากการที่ผู้บริโภคผู้ก่อตั้งลักษณะของตนเข้ากับแบรนด์หรือคอมมูนิตี้นี้ของแบรนด์อย่างลึกซึ้ง จนมองความเห็นที่แตกต่างเป็นการคุกคามตนเองหรือกลุ่ม ประกอบกับลักษณะเฉพาะของสภาพแวดล้อมออนไลน์ที่มีผลต่อการลดแรงยับยั้งทางสังคมทำให้ผู้คนกล้าแสดงออกด้วยการใช้ถ้อยคำรุนแรงอย่างไม่ยั้งคิดมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีคนบางกลุ่มที่



เข้ามาโจมตีผู้อื่นเพียงเพื่อความสนุกหรือสะใจ

● เมื่อ Cyberbullying กลายเป็นความเสี่ยงทางธุรกิจ

งานวิจัยโดย Ounvorawong et al. (2022) ที่ตีพิมพ์ในวารสาร International Journal of Electronic Commerce ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า การกลั่นแกล้งกันในกลุ่มชุมชนแบรนด์ไม่ได้กระทบแค่ความรู้สึกของผู้ถูกกระทำ แต่กระทบผลลัพธ์ทางธุรกิจโดยตรง ผลวิจัยชี้ว่า ผู้บริโภคที่ตกเป็นเหยื่อมีแนวโน้มบอกต่อเชิงลบเกี่ยวกับแบรนด์ลดลง ความพึงพอใจต่อชุมชนแบรนด์ลดลง และไม่ยอมติดตามหรือมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนแบรนด์อีกในอนาคต แม้ว่าผลกระทบนี้อาจไม่เกิดขึ้นในรูปแบบของการเลิกซื้อสินค้าในทันที แต่จะค่อยๆ ป้อนทำลายความผูกพันในระยะยาว เพราะเมื่อผู้บริโภครู้สึกว่ “พื้นที่ของแบรนด์ไม่ปลอดภัย” ความไม่ไว้วางใจต่อแบรนด์ก็สั้นคลอน และในโลกที่ผู้บริโภคมีทางเลือกมากมาย การสูญเสียความไว้วางใจคือหนึ่งในความเสี่ยงที่แพงที่สุด

ดังนั้น Cyberbullying ภายในคอมมูนิตี้นี้จึงไม่ได้สร้างแค่บาดแผลทางจิตใจให้กับผู้ถูกกระทำ แต่ยังสร้างการถอนตัวทางพฤติกรรมอีกด้วย ผู้บริโภคอาจยังใช้สินค้าอยู่แต่หยุดการมีส่วนร่วม พูดถึง สนับสนุน ปกป้อง และเป็นกระบอกเสียงให้แบรนด์ เมื่อเสียง

ที่เคยเป็นพลังบวกหายไป บรรยากาศในคอมมูนิตี้นี้ก็อาจถูกครอบงำด้วยเสียงที่เต็มไปด้วยพลังลบแทนทำให้คอมมูนิตี้นี้ที่ควรเป็นเครื่องขยายพลังของแบรนด์กลับกลายเป็นแรงฉุดโดยที่แบรนด์อาจไม่รู้ตัว

● วัฒนธรรมการหลีกเลี่ยงปัญหา = ความเสี่ยงเงียบในสังคมไทย

อีกประเด็นที่สำคัญคือบทบาทของบุคคลที่สามหรือผู้เห็นเหตุการณ์ งานวิจัยพบว่า ในกรณีที่มีการกลั่นแกล้งกันมีความรุนแรง “การนิ่งเฉย” สามารถสร้างผลกระทบเชิงลบได้มากที่สุด แะยิ่งกว่าการถูกซ้ำเติมเสียอีก เพราะการนิ่งเฉยจะถูกตีความว่าเป็นการยอมรับโดยปริยาย ซึ่งสิ่งที่น่ากังวลที่สุดคือแบรนด์ผู้ซึ่งเป็นเสมือนศูนย์กลางของคอมมูนิตี้นี้มักมองว่าการกลั่นแกล้งกันที่เกิดขึ้นเป็นเรื่องของผู้บริโภคด้วยกันเอง จึงเลือกที่จะนิ่งเฉยหรือไม่เข้าไปยุ่ง

แม้ว่าในบริบทสังคมไทยที่ให้ความสำคัญกับการคล้อยตามและการหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง การไม่เข้าไปยุ่งอาจดูเป็นเรื่องปกติ แต่ในความเป็นจริง ความเงียบกลับส่งสัญญาณที่ทรงพลังว่า “ไม่มีใครยืนอยู่ข้างคุณ” และเมื่อผู้บริโภครู้สึกโดดเดี่ยวในพื้นที่ของแบรนด์ ความสัมพันธ์กับแบรนด์ก็เริ่มสั้นคลอน

● มากกว่าการตลาด คือ การกำหนดบรรทัดฐานของสังคม

วันนี้ คอมมูนิตี้นี้ของแบรนด์จึงไม่ใช่เพียงพื้นที่การตลาด แต่เป็นพื้นที่สาธารณะ



กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 100,000
Ad Rate: 833

Section: First Section/ทัศนนะ

วันที่: ศุกร์ 27 กุมภาพันธ์ 2569

ปีที่: 39

ฉบับที่: 13108

หน้า: 6(กลาง)

Col.Inch: 72.43 Ad Value: 60,334.19 PRValue (x3): 181,002.57 คลิป: ชาว-ดำ

คอลัมน์: Now and Beyond: ด้านมืดของ Brand Community บทเรียนจากชุมชน...

ที่สะท้อนคุณค่า จริยธรรม และจุดยืนขององค์กร ดังนั้น บทบาทของแบรนด์จึงไม่ใช่แค่การเป็นศูนย์กลางของคอมมูนิตี แต่เป็น “ผู้ดูแลพื้นที่สาธารณะ” ที่มีบทบาทในการกำหนดบรรทัดฐานของการอยู่ร่วมกันในชุมชนออนไลน์ การจัดการหรือไม่จัดการกับ Cyberbullying ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ของตนเองจึงสะท้อนจุดยืนทางจริยธรรมขององค์กรโดยตรง

แบรนด์ที่ปล่อยผ่านอาจถูกมองว่า “เลือกข้าง” โดยไม่รู้ตัว ในขณะที่เดียวกันแบรนด์ที่ลุกขึ้นมาปกป้องสมาชิกและกำหนดกติกา กำลังสร้างทุนทางสังคมที่ยั่งยืน โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่ผู้บริโภคคาดหวังให้แบรนด์มีจริยธรรม อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับเรื่อง ESG มากขึ้น ดังนั้น การจัดการพื้นที่ออนไลน์จึงไม่ใช่แค่เรื่องการตลาด แต่คือส่วนหนึ่งของความรับผิดชอบต่อสังคม และการกำหนดมาตรฐานการอยู่ร่วมกันในสังคมดิจิทัล

● อนาคตของ Brand Community คือ “พื้นที่ปลอดภัย”

ในอนาคต การแข่งขันของแบรนด์อาจไม่ได้วัดว่าใครมีจำนวนสมาชิกในคอมมูนิตีมากกว่ากัน แต่คือใครสามารถสร้างชุมชนที่ปลอดภัย น่ายุ และมีความสำคัญสำหรับคนในชุมชนได้มากกว่ากัน คอมมูนิตีที่ใหญ่แต่มีความเป็นพิษก็อาจทำลายแบรนด์ได้ ขณะที่คอมมูนิตีที่ปลอดภัยและมีความสำคัญจะช่วยสร้างความผูกพันระหว่างผู้บริโภคและแบรนด์ที่คู่แข่งเลียนแบบได้ยาก เมื่อผู้บริโภครู้สึกว่ “ที่นี่คือพื้นที่ปลอดภัยของพวกเรา” แบรนด์จะไม่ได้เพียงแค่อยอดขาย แต่ได้ความไว้วางใจระยะยาวอีกด้วย

ในโลกดิจิทัลที่เสียงของผู้บริโภคสามารถถูกขยายและแพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว การสร้างพื้นที่ปลอดภัยให้กับเหล่ากองทัพผู้สนับสนุนแบรนด์อย่างแท้จริงอาจกลายเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันที่สำคัญที่สุดของแบรนด์



กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 100,000
Ad Rate: 833

Section: First Section/พิเศษ

วันที่: ศุกร์ 27 กุมภาพันธ์ 2569

ปีที่: 39

ฉบับที่: 13108

หน้า: 7(ซ้าย)

Col.Inch: 86.88 Ad Value: 72,371.04 PRValue (x3): 217,113.12

ศิลปิน: ชาว-ดำ

หัวข้อข่าว: บทความพิเศษ: เราต้องยกเครื่อง เครื่องมือ SROI

เราต้องยกเครื่อง เครื่องมือ SROI



กรุงเทพธุรกิจ บทความพิเศษ

● ผศ.วิสรณ์ วิสารทกุล

วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

หากผมได้มีโอกาสไปพูดที่ไหนเกี่ยวกับ SROI ผมมักเริ่มต้นด้วยการบอกว่า “ผมไม่สนับสนุนให้ทำ SROI แต่หากจะจ้างให้ทำก็รับทำ” ให้ได้ เสมอ.....

ในแวดวงนโยบายสาธารณะและการให้ทุนวิจัยของไทยในปัจจุบัน แหล่งทุนอย่าง สกสว. หรือววน. คำว่า SROI (Social Return on Investment) หรือ “ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน” ได้กลายเป็น “คาถาคักดีลิตี” ที่ทุกโครงการวิจัยต้องมีติดไว้ในข้อเสนอโครงการ เพื่อยืนยันว่าเงินงบประมาณทุกบาทที่ลงไปนั้นมีความ “คุ้มค่า” และเมื่อโครงการวิจัยจบลง ยังมีการเลือกโครงการขึ้นมทุนเพื่อจ้างประเมินผล SROI อีกครั้ง โดยคาดหวังว่าจะได้ ตัวเลขค่าหนึ่งออกมา เพื่อยืนยันความคุ้มค่าของงบวิจัย ซึ่งตัวเลขที่ทุกคนอยากเห็น คือตัวเลขที่มากกว่า 1 เช่น เลข 2 ซึ่งก็จะตีความกันได้ว่าทำกำไรทางสังคม 2 บาทจากการลงทุนวิจัย

ทุก 1 บาท

นอกจากนี้ หากเรามองข้ามตัวเลขที่สวยหรูเหล่านี้ไปสู่วิธีการที่เป็นจริงในพื้นที่ เราอาจพบสิ่งที่ย้อนแย้งจนน่าตกใจ เช่น โครงการแก้ปัญหาความยากจนหรือยกระดับคุณภาพชีวิตบางแห่ง รายงานค่า SROI สูงลิ่ว แต่เมื่อมองกลับไปในพื้นที่จริงกลับพบว่า โครงสร้างของความยากจนพื้นที่แทบไม่เปลี่ยนแปลงไป

สิ่งนี้สะท้อนว่า ปัญหาไม่ได้อยู่ที่การ “คำนวณผิด” แต่คือ การใช้เครื่องมือที่ผิด บทบาท SROI ถูกดึงมาใช้เป็นเครื่องมือยืนยันความสำเร็จย้อนหลัง มากกว่าจะเป็นเครื่องมือเรียนรู้เพื่อปรับปรุงนโยบาย สิ่งนี้สะท้อนว่าเครื่องมือ SROI ที่ใช้อยู่ในปัจจุบันกำลังเผชิญกับวิกฤติความน่าเชื่อถือและ “ปัญหาทางเทคนิค” ที่ไม่ค่อยถูกพูดถึงเท่าไรนัก

Daniel Fujiwara นักเศรษฐศาสตร์

ผู้ทรงอิทธิพลในการพัฒนากรอบการประเมินผลของรัฐบาลอังกฤษ ได้ชี้ให้เห็นถึงจุดอ่อนเชิงโครงสร้างของ SROI ผ่านเอกสาร “The Seven Principle Problems of SROI” ซึ่งมีสิ่งสำคัญที่ควรตระหนัก ดังนี้

1. SROI ขาดบรรทัดฐานที่ชัดเจน โดยกระบวนการมักให้ผู้มีส่วนได้เสีย กำหนด “นิยาม” คุณค่าเอาเอง โดยไม่มีรากฐานทางเศรษฐศาสตร์สวัสดิการเพื่อตรวจสอบ ทำให้ตัวเลขที่ออกมาเปรียบเทียบกันไม่ได้และขาดความเป็นกลาง

2. เครื่องมือที่นิยมใช้อย่าง “ความเต็มใจจะจ่าย” (Willingness to Pay) มีอคติเรื่องความรวย (Wealth Bias) ซึ่งผูกติดกับฐานะทางการเงิน ตัวอย่างเช่น หากโครงการสร้างสวนสาธารณะ คนรวยยอมจ่ายเงินเพื่อเข้าถึง 100 บาท แต่คนจนที่มีความ



พึงพอใจเท่ากันกลับมีกำลังจ่ายเพียง 5 บาท การประเมิน SROI โดยทั่วไปจะให้ความสำคัญ

กับความต้องการของคนรวยมากกว่าเนื่องจากทำให้ประโยชน์ของสวนสาธารณะสูงขึ้นมาก

3. การบันทึกตัวเลขให้ดูดีเกินจริง สูทการ



กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 100,000
Ad Rate: 833

Section: First Section/ทัศนะ

วันที่: ศุกร์ 27 กุมภาพันธ์ 2569

ปีที่: 39

ฉบับที่: 13108

หน้า: 7(ซ้าย)

Col.Inch: 86.88 Ad Value: 72,371.04 PRValue (x3): 217,113.12

ศิลปิน: ชาว-ดำ

หัวข้อข่าว: บทความพิเศษ: เราต้องยกเครื่อง เครื่องมือ SROI

คำนวณมักมีอคติในการจัดการผลกระทบเชิงลบ (Negative Impact) ซึ่งมักถูกละเลยหรือลดทอนความสำคัญลงเพื่อให้อัตราส่วนสุดท้ายออกมาดู “คุ้มค่า” ที่สุด

4.ขาดคำอธิบายถึงความเป็นเหตุเป็นผล

การประเมินมักอาศัยการ “คาดเดา” หรือความรู้สึกของผู้มีส่วนได้เสียแทนที่จะใช้กลุ่มควบคุมทางสถิติ ทำให้ยากต่อการพิสูจน์ว่า ความเปลี่ยนแปลงนั้นเกิดจากโครงการจริงๆ หรือเกิดจากปัจจัยภายนอก

สอดคล้องกับงานเขียนของ กฤษณะ โชติรัตนกมล และ วีรบูรณ์ วิสารทสกุล (2569) ซึ่งพบว่า การนำ SROI มาใช้ในหลายกรณีกลายเป็นเรื่องของ “Business Washing” หรือการสร้างภาพลักษณ์ให้ดูเหมือนเป็นมืออาชีพเชิงธุรกิจมากกว่าการมุ่งปรับปรุงโครงการ

และปัญหาที่พบบ่อยๆ คือ “ปฏิกิริยาตอบสนองต่อการถูกประเมิน” (Reactivity) เมื่อหน่วยงานรับทราบว่าต้องถูกวัดผลด้วยตัวเลข SROI พวกเขาจะเริ่มปรับพฤติกรรมเพื่อมุ่งไปที่ “การทำให้ตัวเลขดูดี” แทนที่จะแก้ปัญหาจริงๆ เกิดการเบี่ยงเบนเป้าหมาย (Goal Displacement) เช่น แทนที่งานประเมินจะไปให้น้ำหนัก คุณภาพของการรักษาของแพทย์ กลับมุ่งเน้นที่จำนวนผู้ป่วยที่ตรวจได้ในแต่ละวันเพื่อให้สอดคล้องกับตัวชี้วัดที่ผู้ให้ทุนกำหนด และอาจคำนวณเป็นมูลค่าได้ง่ายกว่า ซึ่งท้ายที่สุด สิ่งนี้จะนำไปสู่ภาวะ “Mission Drift” หรือการที่พันธกิจเดิมของโครงการถูกกลืนหายไปเหลือเพียงการวิ่งตามตัวเลขเพื่อความพึงพอใจของแหล่งทุน

เพื่อให้การประเมินมีผลตอบแทนทางสังคมมีความถูกต้องและนำผลประเมินไปใช้ประโยชน์ได้จริง รัฐบาลอังกฤษได้มีการปรับปรุงเครื่องมือนี้เพื่อแก้ไขจุดอ่อนต่างๆ ดังในเอกสาร National Social Value Standard (SVS) 2024 ซึ่งเป็นแนวทางที่น่าสนใจ อาทิ

- กำหนดนิยามคุณค่าให้ชัดเจน ในเอกสารดังกล่าวกำหนดว่า “คุณค่าทางสังคม”

คือผลรวมของความกินดีอยู่ดี (Wellbeing) ของบุคคลทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยอิงทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สวัสดิการ ไม่ใช่ความรู้สึกส่วนตัว

- ใช้การปรับน้ำหนักตามรายได้

(Distributional Weighting) มีการปรับน้ำหนักให้เงิน 1 บาทที่เกิดประโยชน์แก่ “คนจน” มีค่าความสำคัญสูงกว่าเงิน 1 บาทที่เกิดแก่ “คนรวย” เพื่อลดอคติทางเศรษฐกิจ

- มาตรฐาน WELLBY

เปลี่ยนจากเครื่องมือความเต็มใจจะจ่าย (WTP) มาใช้ระเบียบวิธี Wellbeing Valuation โดยกำหนดค่ามาตรฐานในการประเมินความพึงพอใจในชีวิต (เช่น WELLBY) เพื่อให้การวัดผลมีมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ

- การหักลบอคติ (Optimism Bias)

มีข้อกำหนดให้หักลบค่าความลำเอียงจากการมองโลกแง่ดีเกินไปออกอย่างน้อย 4.2% ในทุกตัวชี้วัด เพื่อความระมัดระวังตามหลักการความถูกต้อง เป็นต้น

ในมุมมองของผู้เขียนเห็นว่าในทศวรรษที่ผ่านมาหน่วยงานต่างๆ ใช้เครื่องมือประเมิน SROI กันไปตามใจหายของตัวเอง โดยไม่ได้ตระหนักถึงจุดอ่อนของเครื่องมือ จนถึงขนาดสำนักงบประมาณก็มีคำถาม SROI กับหน่วยงานต่างๆ อยู่เนืองๆ หากเครื่องมือนี้ยังเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับสังคมไทยก็น่าจะถึงเวลาที่แหล่งทุนวิจัยและหน่วยงานนโยบายควรจะต้องสนับสนุนให้มีการวิจัยเพื่อทบทวนและพัฒนาเครื่องมือนี้ให้มีมาตรฐานที่ดีขึ้นกว่าเดิม

เพื่อให้ผลประเมินมีคุณค่าทั้งในเชิงมูลค่าของผลตอบแทนทางสังคม และความรู้ที่ช่วยอธิบายให้ได้ว่าการเปลี่ยนแปลงและคุณค่าทางสังคมที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นความยากจนที่หายไป หรือคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นนั้น “เกิดขึ้น” ได้อย่างไร และจะทำอย่างไรให้ยั่งยืน โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลังเพียงเพราะคนเหล่านั้นไม่มีอำนาจชื่อในระบบเศรษฐกิจ



มติชน สุดสัปดาห์

Matichon Weekend
Circulation: 500,000
Ad Rate: 353

Section: First Section/-

วันที่: ศุกร์ 27 กุมภาพันธ์ - พฤหัสบดี 5 มีนาคม 2569

ปีที่: 46 ฉบับที่: 2376 หน้า: 83(กลาง)

Col.Inch: 96.48 Ad Value: 34,057.44 PRValue (x3): 102,172.32

ศิลปิน: ชาว-ดำ

คอลัมน์: Agora: เจ้าพ่อและจักรกลทางการเมือง

เจ้าพ่อและจักรกลทางการเมือง

Agora



กฤตภาส ศักดิ์ชูวานนท์
วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
www.facebook.com/bintokrit

ช่วงนี้นอกจากจะเป็นเวลาที่พรรคการเมืองต่างๆ กำลังเจรจาต่อรองเพื่อจัดตั้งรัฐบาลให้ลุล่วงแล้ว

ในหลักสูตรปรัชญา การเมือง และเศรษฐศาสตร์ (PPE) ที่ศูนย์สาปง วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ก็ยังคงเป็นช่วงเวลาสำคัญของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ที่ต้องเข้าสู่การฝึกงานทางวิจัยครั้งแรกในชีวิตผ่านกระบวนการทำภาคนิพนธ์ของแต่ละคนอีกด้วย

และเนื่องจากเพิ่งผ่านพ้นการเลือกตั้งใหญ่มาได้ไม่นานจึงมีนักศึกษาหลายคนเสนอหัวข้อเกี่ยวกับผลการเลือกตั้ง 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569 โดยมีอยู่ 3 คนที่ต้องการวิเคราะห์ปัจจัยอันส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของคะแนนเสียงของพรรคการเมืองใหญ่ 3 พรรค ได้แก่ พรรคภูมิใจไทย พรรคประชาชน และพรรคเพื่อไทย

แต่หลังจากที่ผมสนทนากับพวกเขาไปได้สักพักก็พบว่านักศึกษายังขาดความรู้ความเข้าใจแนวคิดทางรัฐศาสตร์หลายเรื่อง

โดยเฉพาะอย่างยิ่งคำว่า “ระบบอุปถัมภ์” ซึ่งแม้จะถูกเอ่ยถึงอย่างบ่อยครั้งทางสื่อมวลชนและโซเชียลมีเดียต่างๆ ก็ตาม ทว่า คำจำกัดความที่วงวิชาการศึกษาวิจัยกับความหมายที่มักพบเห็นอยู่ในชีวิตประจำวันกลับต่างกันอยู่พอสมควร อันส่งผลอย่างยิ่งต่อโลกทัศน์และมุมมองที่มีต่อพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชน

พอดิคิดว่าต้องแนะนำหนังสือที่ควรอ่านให้กับนักศึกษาเหล่านี้ไปศึกษาก่อนทำวิจัยของตัวเองแล้ว

จึงคิดว่าจะมีประโยชน์มากขึ้นถ้าจะหยิบยกบางส่วนมาเล่าสู่กันฟังให้กับผู้อ่านในมติชนสุดสัปดาห์ด้วย

หนังสือเล่มแรกที่ผมแนะนำเพื่อทำความเข้าใจเรื่องนี้ก็คือเรื่อง “หีบบัตรกับบุญคุณ การเมืองการเลือกตั้งและการเปลี่ยนแปลงเครือข่ายอุปถัมภ์” ของ รศ.ดร.เวียงรัฐ เนติโพธิ์ ซึ่งออกมตั้งแต่ปี พ.ศ.2558 สมัยที่ยังคงเป็นผู้ช่วยศาสตราจารย์อยู่

หนังสือเล่มนี้พัฒนามาจากงานวิจัยเรื่อง “พลวัตของการเมืองในระบอบการเลือกตั้งและผลต่อความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์ในท้องถิ่นไทย” อันเป็นส่วนหนึ่งของโครงการงานวิจัยชุด “ทบทวนภูมิทัศน์การเมืองไทย”

โดยงานวิจัยชิ้นนี้นอกจากอธิบายให้เห็นถึงความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์ในการเมืองไทยที่มีความซับซ้อนและมีพลวัตไปตามยุคสมัยมากกว่าที่คนทั่วไปเข้าใจแล้ว

ยังได้ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางการเมืองในรูปแบบอื่นที่มีความใกล้เคียงหรืออาจเรียกได้ว่าเป็นความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์ประเภทหนึ่งอีกด้วย เช่น จักรกลการเมือง (Machine Politics) และระบบเจ้าพ่อ (Atomized Godfather) ซึ่งบทความนี้จะหยิบยก 2 คำนี้มาอธิบายก่อน ส่วนคำว่าระบบอุปถัมภ์จะขอยกไว้ในตอนถัดไป

คำว่า “จักรกลการเมือง” นั้น เวียงรัฐให้คำจำกัดความเอาไว้โดยกล่าวว่า “จักรกลการเมืองหรือบางครั้งก็เรียกว่าการเมืองระบบ bossism คือระบบการบริหารจัดการฐานคะแนนเสียง เพื่อ



เป้าหมายให้พรรคการเมืองเป็นที่นิยมและได้รับการเลือกตั้งมากที่สุด เป็นคำที่ใช้ศึกษาการเมืองระดับนคร (urban politics) ในสหรัฐอเมริกา ในช่วงกลางศตวรรษที่ 19 ถึงครึ่งแรกของศตวรรษที่ 20 โดยใช้อธิบายวิธีการจัดตั้งฐานคะแนนเสียงโดยมีสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน และในแต่ละเครือข่ายจะมีผู้นำหรือ boss ควบคุมแก่นำระดับรองๆ จนไปถึงผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ความสัมพันธ์ภายในเครือข่ายจากระดับบนลงล่าง ผูกพันด้วยการตอบแทนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน ตั้งแต่ระดับนักการเมืองที่มีผลตอบแทนเป็นงบประมาณ การให้สัมปทานธุรกิจ ระดับหัวคะแนน และนักการเมืองท้องถิ่นในระดับรองๆ ก็ตอบแทนกันด้วยตำแหน่งงานต่างๆ และท้ายที่สุดก็ให้ผลประโยชน์เป็นรูปสิ่งของเงิน และความช่วยเหลือต่อคนระดับล่างโดยมีคำสัญญาเชิงนโยบายของพรรคเป็นปัจจัยในการช่วยเหลือด้วย จากล่างขึ้นบนก็เป็นการตอบแทนด้วยคะแนนเสียง (Vote)”

จะเห็นได้ว่าแม้จักรกลการเมืองจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกาก็ตาม แต่ก็มิได้มีลักษณะบางประการที่คล้ายคลึงกับสิ่ง



มติชน สุดสัปดาห์

Matichon Weekend
Circulation: 500,000
Ad Rate: 353

Section: First Section/-

วันที่: ศุกร์ 27 กุมภาพันธ์ - พฤหัสบดี 5 มีนาคม 2569

ปีที่: 46 ฉบับที่: 2376 หน้า: 83(กลาง)

Col.Inch: 96.48 Ad Value: 34,057.44 PRValue (x3): 102,172.32

ศิลปิน: ชาว-ดำ

คอลัมน์: Agora: เจ้าพ่อและจักรกลทางการเมือง

ที่เกิดขึ้นในการเมืองอยู่ไม่น้อย

โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองและหัวคะแนน ตลอดจนความเชื่อมโยงที่มีต่อประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

จุดที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งของจักรกลการเมืองคือสามารถเลื่อนชั้นหรือยกระดับฐานะภายในเครือข่ายได้จากล่างไปสู่บนตามที่เวียงรัฐได้อธิบายไว้ว่า

“การเมืองแบบนี้เกี่ยวพันอยู่กับการเมืองของชาติพันธุ์ คนกลุ่มน้อย และการแข่งขันทางผลประโยชน์ของธุรกิจ ที่ไม่ชอบธรรม โครงสร้างแบบจักรกลนี้สร้างเสถียรภาพให้กับพรรคการเมือง ในระยะเวลาหนึ่ง แต่ภายในเครือข่ายเองก็เกิดความเคลื่อนไหว (mobility) กล่าวคือหัวคะแนนระดับล่างสามารถเลื่อนชั้นไปเป็นนักการเมืองท้องถิ่น และเลื่อนไปจนถึงการเป็น boss หรือผู้นำของจักรกลดังมีผู้นำจำนวนหนึ่งเติบโตมาจากการเป็นหัวคะแนนการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ พร้อมๆ กับการเปลี่ยนผ่านจากชนชั้นล่างไปสู่ชนชั้นกลาง จากประชาชนชายขอบไปเป็นพลเมืองเต็มตัว ได้ทำให้จักรกลการเมืองค่อยๆ หมดความสำคัญไป”

คว่าจักรกลการเมืองนั้นแตกต่างกับผู้มีอิทธิพลทางการเมืองในเขตพื้นที่หนึ่งซึ่งผู้คนมักมองว่ามีอำนาจและมีแบบ

มานักเลงมาเฟีย ซึ่งเวียงรัฐได้แยกลักษณะเช่นนี้ออกมาต่างหากเรียกว่า “ระบบเจ้าพ่อ” ตามที่ได้ขยายความไว้ในหนังสือว่า

“ระบบเจ้าพ่อเป็นรูปแบบการเมืองที่ผู้เขียนให้ทัศนะที่สนใจศึกษามาอย่างต่อเนื่องในบริบทของการเมืองไทย เราได้เห็นปรากฏการณ์ของเจ้าพ่อกับอำนาจทางการเมืองอย่างชัดเจนในปลายทศวรรษที่ 80 และมันคงในช่วงของการพัฒนาเศรษฐกิจในทศวรรษที่ 90 ระบบเจ้าพ่อคือเครือข่ายทางสังคมและการเมืองที่เชื่อมโยงอยู่รอบๆ เจ้าพ่อหรือผู้มีอิทธิพล ซึ่งเป็นบุคคลที่มิชอบธรรม มีอำนาจที่ไม่เป็นทางการ ครอบคลุมพื้นที่ในระดับจังหวัดหรือภูมิภาค มักจะเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ไม่ชอบธรรม ภายในเครือข่ายมีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน ในหลายรูปแบบ มีทั้งการตอบแทนทางธุรกิจซึ่งมักจะไม่ชอบธรรม การจัดสรรผลประโยชน์กัน การปกป้องกันและกันจากการใช้อำนาจรัฐ และการอุปถัมภ์ประชาชนในระดับรากหญ้า”

สิ่งที่แตกต่างกันระหว่างจักรกลการเมืองกับระบบเจ้าพ่ออย่างชัดเจนก็คือ

- (1) ลักษณะของการรวมกลุ่มเป็นองค์กรซึ่งระบบเจ้าพ่อไม่ได้มีการจัดองค์กรที่ชัดเจนและเป็นทางการแบบที่จักรกลการเมืองเป็น
- (2) โอกาสในการเลื่อนสถานะของคนที่อยู่ในเครือข่ายความสัมพันธ์นี้ กล่าวคือในระบบเจ้าพ่อนั้น ลูกน้องและบริวารของเจ้า

พ่อจะเป็นผู้ตามไปตลอด หากต้องการขึ้นเป็นใหญ่แทนก็เห็นแต่จะมีทางเดียวคือฆ่าคนเก่าเพื่อขึ้นไปเป็นใหญ่แทนเท่านั้น

และ (3) ระบบเจ้าพ่อเป็นไปเพื่อตอบสนองต่อผลประโยชน์ของเจ้าพ่อและเครือข่าย ไม่ใช่เพื่อประชาชนหรือพรรคประชาชนแม้ได้ประโยชน์อยู่ด้วยก็จริงแต่ก็เป็นการได้ประโยชน์ร่วมกับเครือข่ายของเจ้าพ่อ ดังที่เวียงรัฐได้บรรยายไว้ว่า

“ระบบเจ้าพ่อมีลักษณะที่เป็นระบบพวกพ้อง ซึ่งต่างจากระบบจักรกลที่มีลักษณะเป็นรูปแบบกลุ่มองค์กรที่ชัดเจน ลักษณะสำคัญของความสัมพันธ์ภายในเครือข่ายของระบบเจ้าพ่อคือไม่ค่อยมีการเลื่อนสถานะทางลำดับชั้น ลูกน้องในระดับรองๆ ไม่สามารถเลื่อนชั้นหรือตั้งตัวแข่งขันทางบารมีได้ นอกจากวิธีเดียวคือสังหารเจ้าพ่อที่อยู่เหนือกว่า ระบบเจ้าพ่อจึงแยกไม่ออกจากความรุนแรง การเข้าไปเกี่ยวข้องกับการเมืองจึงเป็นไปเพื่อรักษาผลประโยชน์ของเจ้าพ่อและเครือข่าย (ซึ่งรวมทั้งประชาชนระดับรากหญ้าที่ได้ประโยชน์ด้วย) มากกว่าผลประโยชน์ของพรรคการเมือง หรือไม่ได้มีทิศทางที่สร้างนโยบายทางการเมืองเพื่อผลประโยชน์ของคะแนนเสียงในระยะยาวของพรรคใดพรรคหนึ่ง”

อ่านต่อฉบับหน้า •



arsanews.com

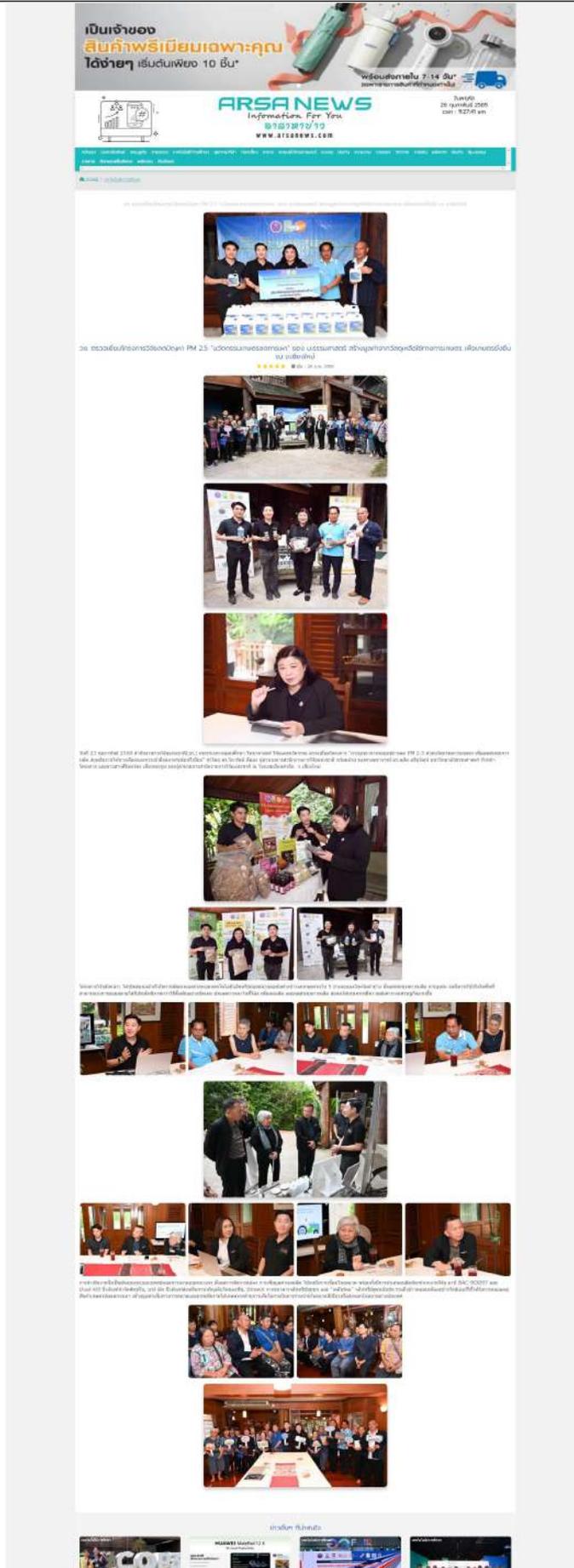
Rating: ★★★★★

บันทึกไฟล์เมื่อ: พฤหัสบดี 26 กุมภาพันธ์ 2569 เวลา 11:28

Site Value: 5,000

PRValue (x3) 15,000

หัวข้อข่าว: วช. ตรวจเยี่ยมโครงการวิจัยลดปัญหา PM 2.5 "นวัตกรรมเกษตรลดการเผา" ของ ม.ธรรมศาสตร์
สร้างมูลค่าจากวัสดุ...





facebook.com

Rating: ★★★★★

บันทึกไฟล์เมื่อ: พฤหัสบดี 26 กุมภาพันธ์ 2569 เวลา 14:11

Site Value: 20,000

PRValue (x3) 60,000

หัวข้อข่าว: นักวิชาการ มธ. ชื่นชม บทบาท "สีหศักดิ์" บนเวที UNHRC ชี้ เปลี่ยน "กัมพูชา" จากเหยื่อ ผู้ผู้ไม่เคารพ...

facebook

0637242868

Log in

Forgotten account?

Ringsiderการเมือง's post

Ringsiderการเมือง
2h · 🌐

นักวิชาการ มธ. ชื่นชม บทบาท "สีหศักดิ์" บนเวที UNHRC ชี้ เปลี่ยน "กัมพูชา" จากเหยื่อ ผู้ผู้ไม่เคารพกติกา

เมื่อวันที่ 25 ก.พ. รศ.ดร.ศุภมาส ปวีณาภรณ์ นามสกุลนามสกุลมีนามสกุล และนางประจักษ์สาชาณเมืองศรีวงศ์ลง
 หมายไว้ศึกษา บทบาทของสีหศักดิ์ ให้ความสำคัญกับเขาของ นาย สีหศักดิ์ พงศแก้ว รัฐมนตรีว่าการ
 กระทรวงการต่างประเทศ ระหว่างเข้าร่วมการประชุมคณะมนตรีสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UNHRC) ณ นคร
 เจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ว่า

- การดำเนินบทบาททางทูตของสีหศักดิ์ว่าทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- กลยุทธ์ทางการทูตของไทยในปัจจุบันนี้ เป็นการฉายภาพไปประชาคมโลกเห็นว่า การที่กัมพูชาเป็นสมาชิกถาวรใน
 ในเวทีระหว่างประเทศนั้นผู้กระาน กลับทำให้กัมพูชาถูกมองว่าไม่เคารพกระบวนการสันติภาพ และมีแนวโน้ม
 สร้างความขัดแย้งในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศมากกว่า
- "การผ่านของคำฟ้องยังไม่เกิดขึ้นในเวทีโลกว่า กัมพูชาจะเลิกกันทางสันติภาพ หรือจะเห็นความผิด
 แต่ฝ่ายมากฟ้องและดำเนินการแล้ว โดยที่ยังไม่มีความร่วมมือกับ ไทยเลยจริงใจ มีแค่ยังมีพฤติกรรมชั่วอยู่
 เป็นระยะ ส่งผลให้การทูตเชิงรุกของกัมพูชามีข้อจำกัดมากขึ้น" รศ.ดร.ศุภมาสกล่าว
- นักวิชาการธรรมศาสตร์มีความชื่นชมบทบาทของ นาย สีหศักดิ์ พงศแก้ว กับ นายปรีก สุตน รัฐมนตรีว่าการ
 กระทรวงการต่างประเทศแสดงความร่วมมือระหว่างประเทศของกัมพูชา โดยเห็นว่า ฝ่ายไทยมีความคล่องแคล่วถึง
 ด้านการทูตและการนำเสนอประเด็นต่อประชาคมโลกมากกว่า
- ทั้งนี้ ในการประชุมเกี่ยวกับสนธิสัญญาต่อต้านการฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ที่ผ่านมาก ฝ่ายไทยเคยแสดงจุดยืนบนเวทีระหว่าง
 ประเทศอย่างชัดเจน จนทำให้ฝ่ายกัมพูชากลับมาสนใจสถานการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อ
- รศ.ดร.ศุภมาส สุภาพร ไชยวงศ์ นามสกุลสีหศักดิ์ พงศแก้ว กล่าวถึงบทบาทของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ ไทยมีแนวโน้ม
 ด้านการทูตเชิงรุกมากขึ้น และสามารถตอบโต้ข้อกล่าวหาของกัมพูชาได้อย่างคล่องตัวบนเวทีนานาชาติ.
 #Ringsiderการเมือง





ข่าวสั้น / February 27, 2026

นักวิชาการ มร. ชื่นชม บทบาท “สี่ห คักดิ์” บนเวที UNHRC ชี้ เปลี่ยน “กัมพูชา” จากเหยื่อ สู่ผู้ไม่เคารพกติกา



เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2569 **รศ.ดร.ศุลยาภา ปริชารัชช** นายกษมาคนภูมิภาคศึกษา และอาจารย์ประจำสาขา เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้ร่วมพิธีเปิดงาน **นาย สี่ห คักดิ์ พวงกุแก้ว** รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ ระหว่างเข้าร่วมการประชุมคณะมนตรีสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UNHRC) ณ นครเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ว่า

การดำเนินบทบาททางทูตของไทยถือว่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์ทางทูตของไทยใช้ในครั้งนี้ เป็นการฉายภาพให้ประชาคมโลกเห็นว่า การที่กัมพูชาเดินสายกล่าวหาไทยในเวทีระหว่างประเทศว่าเป็นผู้ถูกราน กลับทำให้กัมพูชาถูกมองว่าไม่เคารพกระบวนการสันติภาพ และมีแนวโน้มสร้างความขัดแย้งในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศมากกว่า

“การนำเสนอของไทยทำให้เกิดคำถามในเวทีโลกว่ากัมพูชาจะเลือกเส้นทางสันติภาพ หรือจะเดินหน้าความขัดแย้งในการฟ้องและการกล่าวหา โดยที่ยังไม่ให้ความร่วมมือกับไทยอย่างจริงจัง อีกทั้งยังมีพฤติกรรมยังอยู่เป็นระยะ สันติให้การทูตเชิงรุกของกัมพูชามีข้อจำกัดมากขึ้น” รศ.ดร.ศุลยาภา กล่าว

นักวิชาการธรรมศาสตร์ยังเปรียบเทียบบทบาทของ นาย สี่ห คักดิ์ พวงกุแก้ว กับ นายปรีก สุคน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศและความร่วมมือระหว่างประเทศของกัมพูชา โดยเห็นว่า ฝ่ายไทยมีความคล่องแคล่วทั้งด้านทักษะการทูตและการนำเสนอประเด็นต่อประชาคมโลกมากกว่า

ทั้งนี้ ในการประชุมเกี่ยวกับอนุสัญญาออกตรวจว่าด้วยผู้กระทำความผิดที่ผ่านมา ฝ่ายไทยเคยแสดงจุดยืนบนเวทีระหว่างประเทศอย่างชัดเจน จนทำให้ฝ่ายกัมพูชาติดอยู่ในสถานการณ์ที่ยากลำบากมาแล้ว

รศ.ดร.ศุลยาภา สรุปว่า ในช่วงที่ นายสี่ห คักดิ์ พวงกุแก้ว ดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีต่างประเทศ ไทยมีแนวโน้มดำเนินการทูตเชิงรุกมากขึ้น และสามารถตอบโต้ข้อกล่าวหาของกัมพูชาได้อย่างคล่องตัวบนเวทีนานาชาติ.



เนื้อหาที่น่าสนใจล่าสุด

มีบริการผู้ช่วย AI ที่สามารถสนทนาโต้ตอบกับคุณ ของทางเรา ซึ่งสามารถช่วยคุณได้	FR YOUR WEALTH 099-99 ลงทุนในทองคำและเงินดิจิตอลสอง	AUTOMATE AI Trader สามารถลงทุนแทนคุณและสร้างรายได้เงินดิจิทัลได้
ขอรับสิ่งที่คุณต้องการ - โดยไม่ต้องกังวลใจ เลือกสิ่งที่คุณต้องการ	ผู้หญิงแบบนี้จะสามารถหาเงินได้ ทุกวันโดยไม่ต้องทำอะไร	ลงทุนในแพลตฟอร์มใหม่ ด้วยเงินเพียงเล็กน้อย

Tags from the story
รศ.ดร.ศุลยาภา ปริชารัชช



February 27, 2026 9:30 am

Share this OpenChat link
Invite friends to this OpenChat and have them join the conversation.



เพลว สีเงิน

Line Open Chat *เพื่อช่องทางการรับข่าวสาร จากเว็บไซต์ *อ่านคอลัมน์ เพลว สีเงิน ก่อนใคร *ส่งตรงถึงมือทุกคน *เปิดกว้างเพื่อนพ้องมิตรมีชุดคุยแบบกันเอง ทุกเรื่องราา ข่าวสารบ้านเมือง สังคม ฯลฯ

ดูอาแพ้วสา
คอฟฟี่ พลัส 28

กาแฟเข้มข้นที่เข้ขอบกาแฟ
ด้วยเมล็ดกาแฟ
สารสกัดสมุนไพร
โสม ถึงเช้า
เกิดสิบลือ ยับเข็บ
สารสกัดโสมเบอร์รี่
และวิตามิน B3, 6, 12

สนใจสั่งซื้อ โทร 02-105-4170 LINE @phenotharb

ดับ!
ยังค้อยู่หรือเปล่า?
ดูแลตัวอย่างถูกวิธี
ด้วยหนังสือเล่มนี้

คู่มือดูแลตัวอย่างถูกวิธี ๓๓ เคล็ดลับ 100 0 ในมือ
ขอ Line @phenotharb

ดับ! ชีวิตยืนยาว
คลิกอ่านฟรีที่นี่