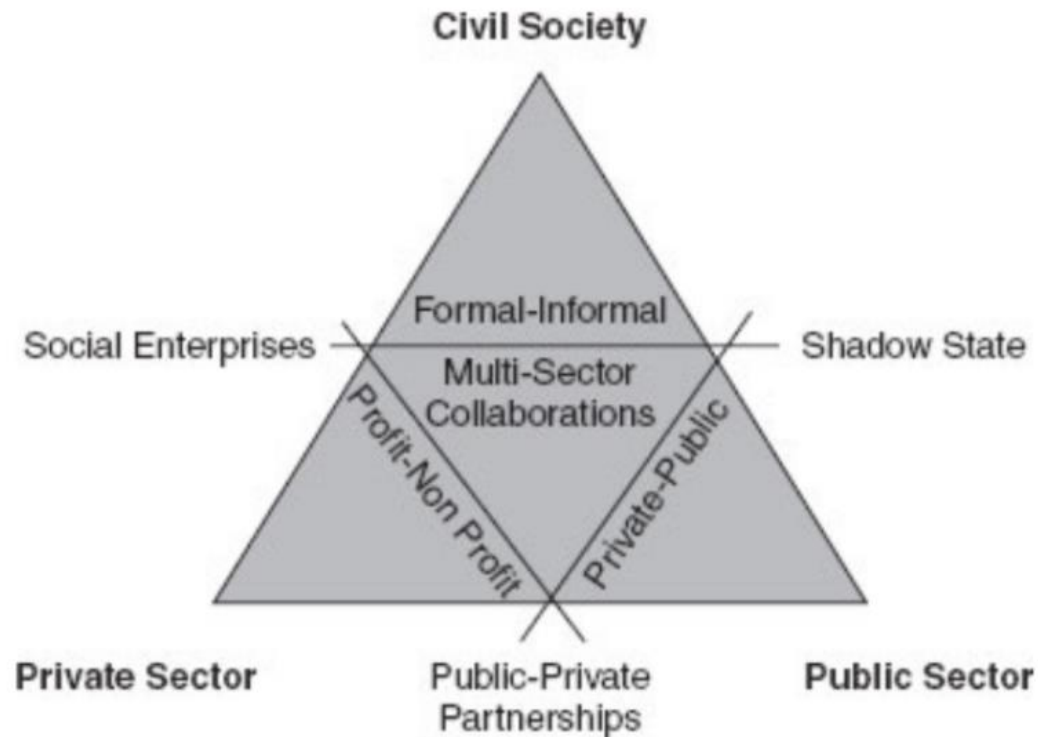


โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ
การสร้างกระบวนการทัศน์ใหม่ของนักพัฒนา-ประชาสังคม
ด้วยกระบวนการนวัตกรรมสังคม



ความจำกัด/ตีบตันของงานพัฒนา-ประชาสังคม



การเปลี่ยนยุคสมัยจากศตวรรษที่ 20 ไปสู่ 21 เป็นการส่งต่อของยุคสมัยของการจัดการองค์กรที่ผสมผสานกับกระบวนการใหม่ ๆ ให้เป็นยุคเริ่มต้นของ Social Enterprises, Shadow State, PPP

ยิ่งไปกว่านั้นในภาคธุรกิจยังมีการทำงานในรูปแบบใหม่เกิดขึ้นอย่างมากตาม new infrastructure ที่เป็นเครือข่ายของอินเทอร์เน็ต และระบบดิจิทัล

ธุรกิจรูปร่างใหม่ > สังคมรูปร่างใหม่

NETFLIX

ไม่เฉพาะเพียงแค่ Blockbuster ที่ก้าวตามโลก ไม่ทัน ยังรวมความไปถึง Hollywood และการปรับตัวของผู้สร้าง

ในขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสใหม่ของ new player



ไม่เฉพาะเพียงแค่โรงแรมที่ต้องสูญเสียตลาดที่พากไป แต่ยังรวมความไปถึงห่วงโซ่อื่นๆ ก็กระทบตามไป

ในขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสใหม่ของ new player ที่นำเอาห้องพัก บ้าน คอนโด มาบริการ-สร้างรายได้ใหม่

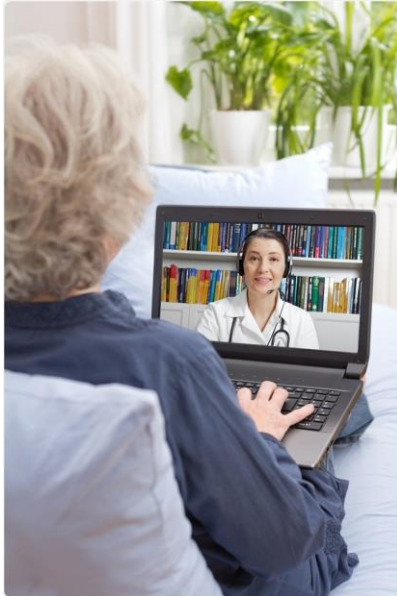


ดิจิทัล-แพลตฟอร์มสำหรับบริการเครื่องจักรกลการเกษตร ธุรกิจที่สร้างทางเลือกใหม่ให้กับคนที่ไม่เคยได้รับโอกาสมาก่อน

ในขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสใหม่ของผู้ผลิต/จำหน่ายรถแทรกเตอร์ วัสดุ ส่งเสริมการเกษตร ธนาคาร เข้ามาร่วมกิจการในพื้นที่ใหม่นี้ด้วยกัน

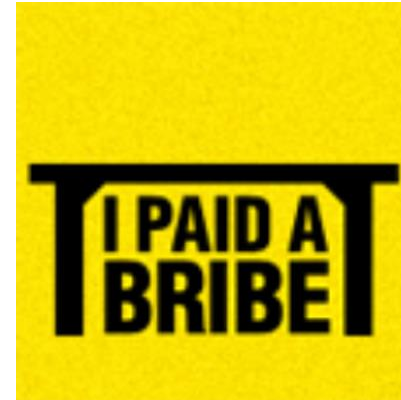
ธุรกิจรูปแบบใหม่ > สังคมรูปแบบใหม่

Telemedicine



khosla ventures

กิจการระดมทุนเพื่อ
การลงทุนใหม่ ๆ ที่
สนับสนุนกิจการเพื่อ
สังคม



ความจำเป็นที่ NPOs ต้องปรับเพราะโลกเปลี่ยน

ความก้าวหน้าของ Internet & Digital ได้สร้างบทบาทและบริการใหม่ ๆ ของผลิตภัณฑ์ บริการ และรูปแบบของการจัดตั้งองค์กร

และนำเอาสิ่งเหล่านั้นมาประกอบเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาสังคม เช่น Hello Tractor, I Paid A Bribe, Fondue

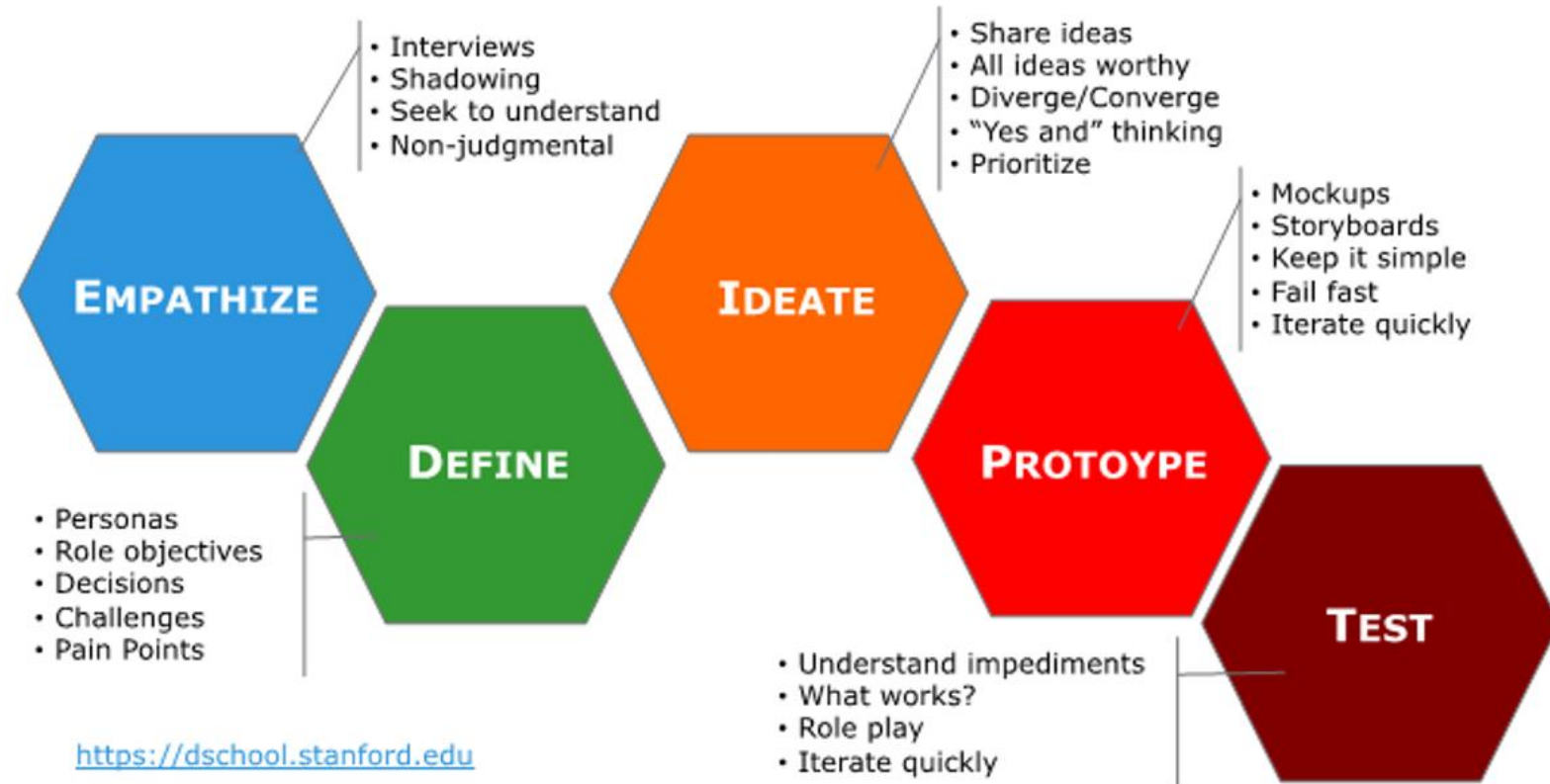


NPOs ทั้งในบทบาทขององค์กร และขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม (หรือเครือข่าย) กลับ “จมอยู่ในบริบทเดิมของการเรียกร้องต่อรัฐ และเอกชนรับผิดชอบแก้ไข”

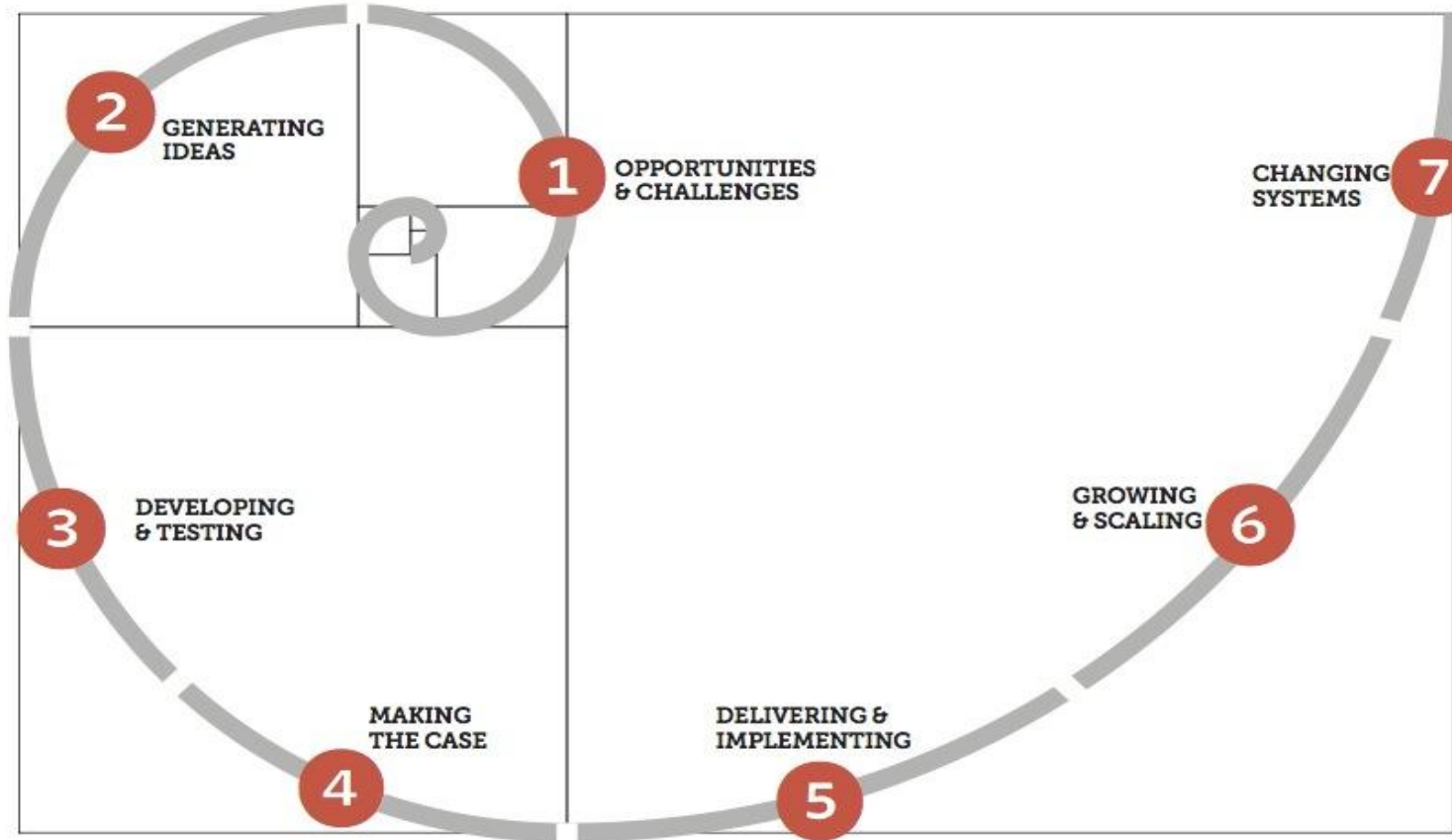
ไม่ลงมือทำเรื่องเหล่านั้นด้วยตัวเอง หรือเมื่อมีองค์กรให้บริหาร/ ดำเนินการ ก็ไปทำงานตามครรลองของ “ข้าราชการ” (กลายเป็นระบบรัฐราชการเพิ่มเติมเข้าไปอีก)

Solutions

Stanford d.school Design Thinking Process



The Innovation Spiral, The Process of Social Innovation



Invention, innovation Stages

Geoff Mulgan

The Process of Social Innovation

Every truth passes through three stages. First, it is ridiculed. Second, it is violently opposed. Third, it is accepted as being self-evident.

—Arthur Schopenhauer

Much of what we now take for granted in social life began as radical innovation. A century ago, few believed that ordinary people could be trusted to drive cars at high speed, the idea of a national health service freely available was seen as absurdly utopian, the concept of “kindergarten” was still considered revolutionary, and only one country had given women the vote. Yet in the interim, these and many other social innovations have progressed from the margins to the mainstream.

During some periods in recent history, civil society provided most of the impetus for social innovation (see box, facing page). The great wave of industrialization and urbanization in the nineteenth century was accompanied by an extraordinary

April 01 2006

The Process of Social Innovation

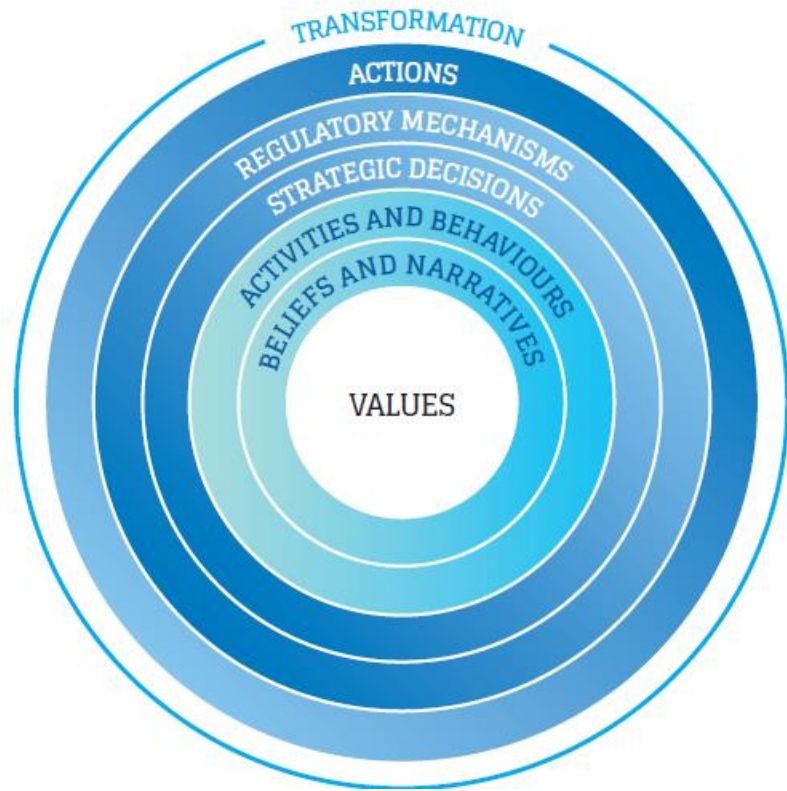
Geoff Mulgan

[> Author and Article Information](#)

Innovations: Technology, Governance, Globalization (2006) 1 (2): 145–162.

<https://doi.org/10.1162/itgg.2006.1.2.145>

Values - Transformation



Gorka Espiau

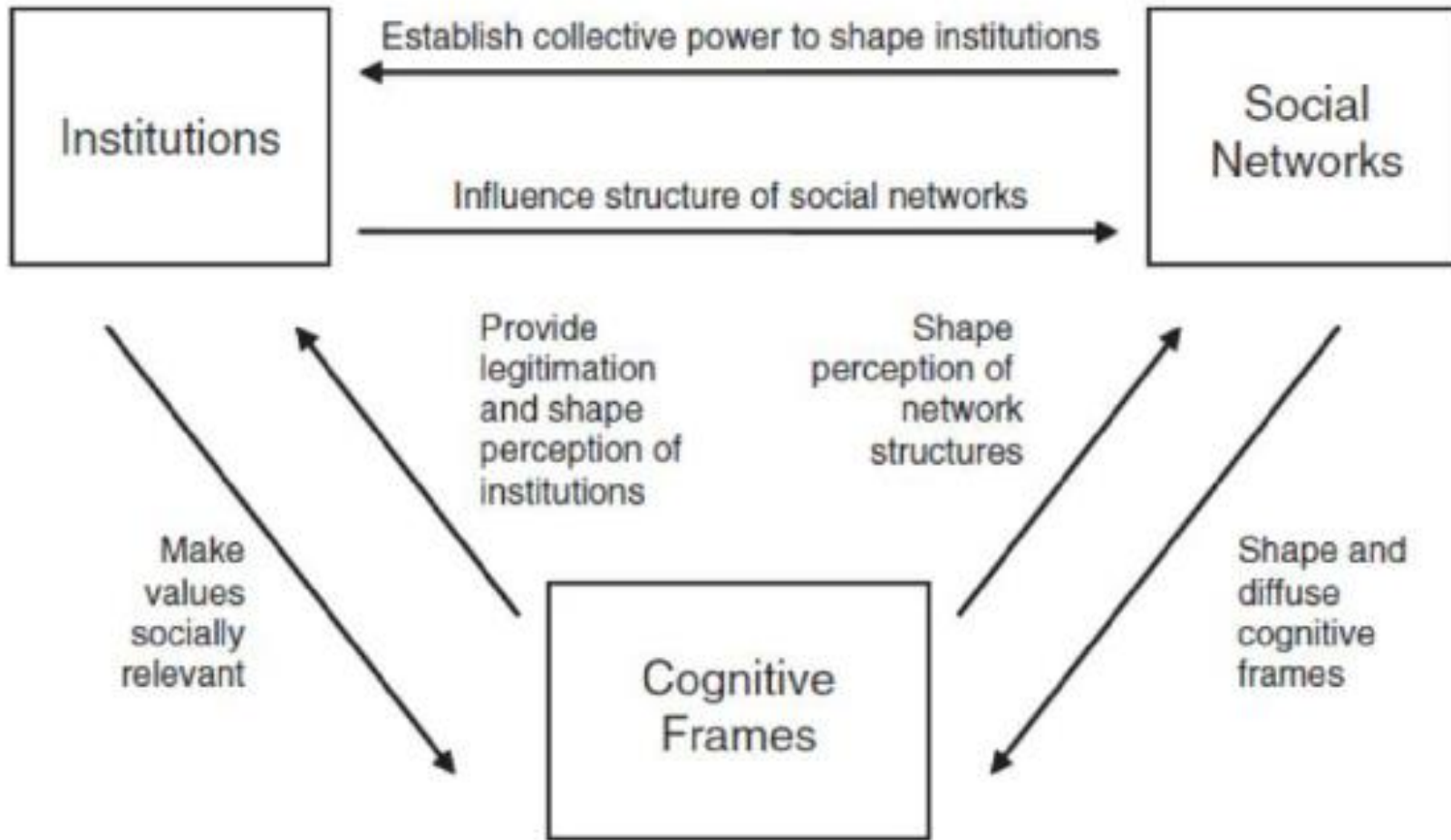
Waves of transformation

Our theory of change

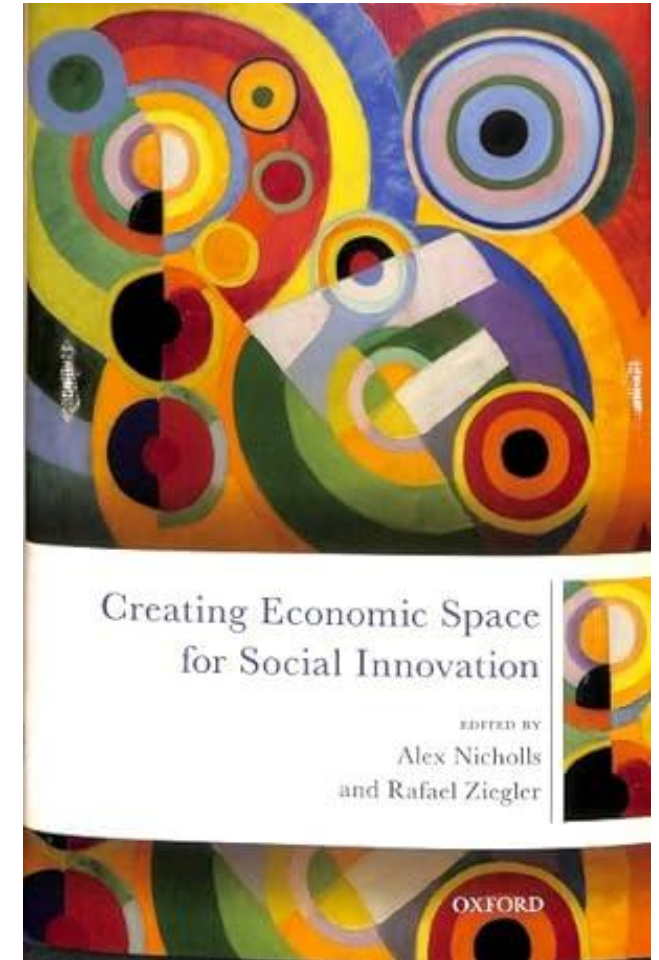


A city-region movement consists of many waves in different neighbourhoods: interconnected and pushing in the same direction.

Source: Agirre Lehendakaria Center.



Beckert's Social Grid












The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Key Partners 	Key Activities 	Value Propositions 	Customer Relationships 	Customer Segments 
	Key Resources 		Channels 	
Cost Structure 			Revenue Streams 	



This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

DESIGNED BY: Strategyzer AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

 **Strategyzer**
strategyzer.com

THE SOCIAL BUSINESS MODEL CANVAS

BASED ON FRAMEWORK OF YOUNGFOUNDATION AND BUSINESS MODEL CANVAS

Social venture:

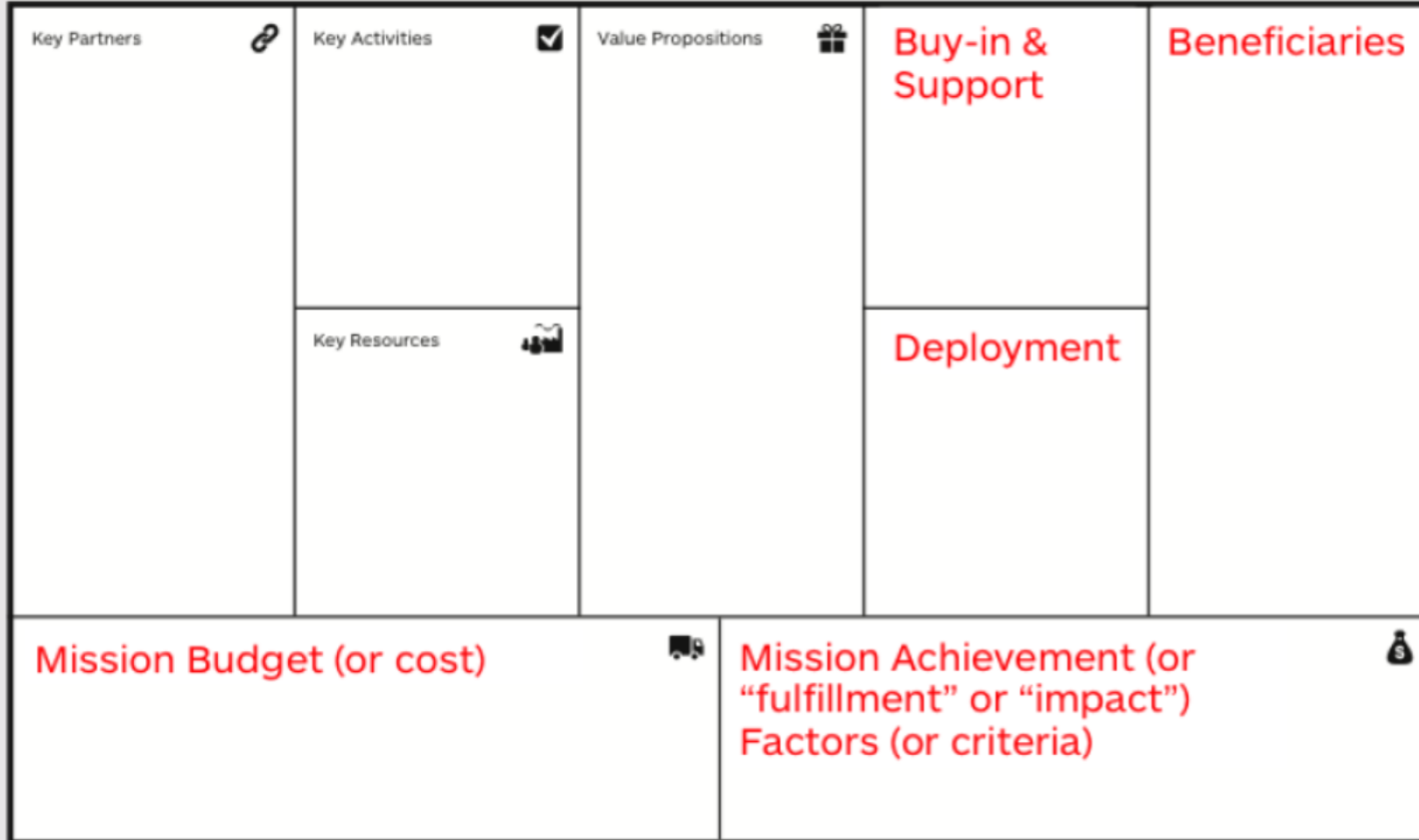
IMPLEMENTATION		SOCIAL VALUE PROPOSITION	MARKET	
 PARTNERS Who helps you to deliver your activities? 8	 DELIVERY What activities do you do? What resources do you own? 7	 What difference are you making? 4	 CUSTOMER SEGMENTS How do you work with people who buy your product/service? Who are the people that benefit? 1	 MACRO ECONOMIC ENVIRONMENT What are the economic, social and technological changes taking place that affect your market now and in the future? 2
 SALES + MARKETING What is your sales and marketing plan? How do you reach your customers? 6		 What social impact measures do you use? 5	 COMPETITORS Who else plays in your space? Why are you different? 3	
FINANCE				
 COST OF DELIVERY 10		 SURPLUS Where do you intend to reinvest this? 11	 REVENUE 9	

The Broker

Young Foundation

Mission Model Canvas

Mission (or “problem”)
Description



Steve Blank



DESIGNED BY: Business Model Foundry GmbH, Switzerland
www.businessmodelgeneration.com



Training Agenda

Day 1	NPOs and digital society situation and trends Case studies of new ways around the world	Your project and plan nowadays What's your challenge? [with design thinking]
Day 2	Social Business Model Canvas or Mission Model Canvas	The next step commitment

Target

- NPOs จำนวน 60 องค์กร
- จัดอบรม 3 รุ่น ๆ ละ 20 คน/องค์กร
- จัดแบ่งรุ่น ไปตามลักษณะงาน
 - งานการผลิต-เศรษฐกิจ
 - งานบริการ – สวัสดิการ
 - งานคุณภาพชีวิตเมือง
- หลังอบรมแล้ว ติดตามผลการทำงานให้สร้างสรรคงานพัฒนาร่วมกัน

บทบาทของ Sponsorship

เจ้าของโครงการ
ร่วมกับสถาบันวิจัย
เพื่อการพัฒนา
นวัตกรรมสังคม

นำ case studies
มาร่วมกิจกรรมความรู้
ระหว่างอบรรม

ร่วมพัฒนางาน
โครงการสร้างสรรค์
หลังอบรรม

Expected Results for Sponsorship

Brands

Informercial

NPOs
Engagement