

**ผลกระทบของความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคม
ต่อการรับรู้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม
THE EFFECTS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP ON THE
PERCEIVED PERFORMANCE OF SOCIAL ENTERPRISES**

พินพัสนีย์ โพธิ์น ประยงค์ มีใจชื่อ แก้วตา ผู้พัฒนาพงศ์ นรพล จินันท์เดช
Pinpatsanee Potin¹, Prayong Meechaisue², Kaewta Poopatanapong³, Norapol Chinuntdej⁴

Received October 10, 2020

Revised November 7, 2020

Accepted December 1, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคมต่อเครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคมต่อความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคมต่อนวัตกรรมกิจการเพื่อสังคม และต่อการรับรู้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม เป็นการศึกษาแบบผสมผสาน โดยข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 9 ราย ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากบุคลากรในกิจการเพื่อสังคม จำนวน 414 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ผลการวิจัยพบว่า ความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคมมีผลกระทบทางบวกต่อเครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคม ต่อความสามารถในการแข่งขันต่อนวัตกรรมกิจการเพื่อสังคม และต่อการรับรู้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับสูง ข้อเสนอแนะของงานวิจัยนี้ พบว่า ผู้ประกอบการกิจการทางสังคมแต่ละรายจะต้องมีการรวมเครือข่ายทางธุรกิจหรือสร้างเครือข่ายตลอดจนการจับคู่ทางธุรกิจกับทุกภาคส่วน เพื่อเป็นการนำบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีทักษะหลายๆ ด้าน มาทำแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ที่จะทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ส่งผลทำให้เกิดความสามารถ ในการแข่งขันและการนำองค์ความรู้ที่ได้รับเหล่านั้นมาพัฒนานวัตกรรมที่จะส่งผลให้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคมในด้านต่างๆ เพิ่มขึ้นและประสบความสำเร็จ

คำสำคัญ: ความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคม เครือข่ายธุรกิจ ความสามารถในการแข่งขัน นวัตกรรม การรับรู้ผลการดำเนินงาน

¹ Doctor of Business Administration Program, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Corresponding Author, E-mail Address: ajarnpin@gmail.com

² Assistant professor Dr., Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, E-mail Address: p.meechaisue@gmail.com

³ Associate professor Dr., Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, E-mail Address: keawta99@yahoo.com

⁴ Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, E-mail Address: norapol9@yahoo.com

Abstract

The purpose of this research was the study the effects of social entrepreneurship on cluster, competitiveness, innovation and perceived performance of social enterprise. This study used mixed methods with qualitative data through 9 in-depth interviews and 414 questionnaires for quantitative data. Data were analyzed by Structural Equation Modeling (SEM) Program. The results show that social entrepreneurship has a positive effect on cluster, competitiveness, innovation and perceived performance with high statistic significant. The finding suggest that social entrepreneurship is required to do business matching in order that their personal would gain multi-skills and experiences that would create new knowledges for competitiveness, developing innovation for successful performance.

Keywords: Social entrepreneurship, Cluster, Competitiveness, Innovation, Performance

บทนำ

“กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE)” เป็นองค์กรธุรกิจที่มีรูปแบบการใช้จุดแข็งของการบริหารจัดการในการดำเนินงานเพื่อพัฒนาสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม ตลอดจนยังมีการนำผลกำไรที่ได้รับกลับไปขยายผลทางสังคม (Reinvestment) หรือประโยชน์สาธารณะไม่ให้นำไปปันผลเพื่อประโยชน์ส่วนตัว (คณะวิจัยโครงการกิจการเพื่อสังคมน้ำดี 50 องค์กร, 2553) กิจการเพื่อสังคม เกิดขึ้นทั่วโลกทั้งในสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และเอเชีย สำหรับประเทศไทย กิจการเพื่อสังคมได้เข้ามามีบทบาทปี 2552 เพื่อเป็นทางเลือกในการดำเนินธุรกิจ ต่อมาปี 2553 รัฐบาลได้จัดตั้งสำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) ตามระเบียบกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ว่าด้วยการจัดตั้งสำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2553 และได้ยุติบทบาทลงชั่วคราวในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2559 เนื่องจากการสิ้นสุดปีงบประมาณของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) หลังจากนั้นหน่วยงานที่เข้ามาทำหน้าที่ดูแลและให้การรับรองกิจการเพื่อสังคม คือ กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ซึ่งกิจการเพื่อสังคมส่วนใหญ่มีการเติบโตสูงสุดในกลุ่มองค์กรธุรกิจและยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง (สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558; ภัทรพร แยมละออ, 2559; สฤณี อาชวานันทกุล และคนอื่นๆ, 2560)

สภาพัฒนาการของกิจการเพื่อสังคม เกิดจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เห็นความสำคัญที่จะส่งเสริมและพัฒนากิจการเพื่อสังคม ให้เกิดขึ้นในประเทศไทย แต่เนื่องจากกิจการเพื่อสังคมยังขาดการสนับสนุนในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านทรัพยากร การบริหารจัดการ ตลอดจนงบประมาณ ส่งผลให้กิจการเพื่อสังคมดำเนินไปด้วยความยากลำบาก จึงจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคม สำหรับผู้ประกอบการกิจการทางสังคมมีความต้องการเข้ามาแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนและชุมชนในสังคมดีขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการกิจการทางสังคมหลายคนและหลายองค์กร ไม่มีทุน และขาดทักษะด้านการบริหารจัดการ ตลอดจนนวัตกรรมที่ใช้เป็นเครื่องมืออันยังขาดการสนับสนุน จึงทำให้ไม่เกิดศักยภาพในการบริหารจัดการที่ดีพอ (กฤษดา เรืองอารีรัชต์, 2555; จักรรานนท์, 2559) และจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการกิจการทางสังคมของผู้วิจัย ทำให้ทราบถึงปัญหาการดำเนินการบริหารจัดการส่วนใหญ่นั้นไม่ได้มีการรวมกลุ่มกันอย่างชัดเจน และยังไม่ค่อยมีความเป็นมืออาชีพ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการบริหารงานบุคคลที่จะมาร่วมทำงานด้วยกันที่ต้องมีทักษะและความรู้ ด้านการตลาด การหาแหล่งจัดจำหน่าย การสร้างตราสินค้า ด้านการเงิน การวัดรายได้กับ

เงินที่ลงทุนไป ด้านการผลิต การจัดหาวัตถุดิบป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต การรักษาคุณภาพออกสู่ท้องตลาด ที่ได้มาตรฐานจำนวนมาก การรับมือกับสภาวะการณ์การเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ และคู่แข่งที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น อีกทั้งยังขาดความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มและไม่ได้มีการรวมกลุ่มธุรกิจกันอย่างจริงจัง ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนที่เพียงพอ ในความพยายามที่จะสร้างเครือข่ายช่วยเหลือกันในระยะยาว แต่เป็นการสนับสนุนในระยะสั้น รวมถึงข้อจำกัดการจัดสรรงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐที่จะเข้ามาสนับสนุนโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม การส่งเสริม/ คุ้มครองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐเท่าที่ควร ซึ่งจะต้องดำเนินการด้วยตนเอง ปัญหาของภาครัฐที่ไม่ได้รับการยกเว้นใดๆ เนื่องจากการจัดระเบียบส่วนใหญ่เป็นรูปของบริษัทจำกัด แม้ว่าจะดำเนินธุรกิจในส่วนของการกิจการเพื่อสังคม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการกิจการทางสังคมยังขาดตัวชี้วัดในการดำเนินงาน โดยมองเพียงแค่มิติเดียว คือ ผลกำไรและขาดทุน เป็นหลัก ทำให้การบริหารงานในกิจการเพื่อสังคมไม่เกิดความสมดุลในการดำเนินกิจการ ส่งผลทำให้ขาดสภาพคล่องทางการเงินและถูกรอบงำจากธุรกิจรายใหญ่ได้ ประกอบกับการขาดความคิดสร้างสรรค์ในการก่อให้เกิดนวัตกรรมได้ด้วยตนเองที่ทำให้มีผลการดำเนินงานดีขึ้น ดังนั้นแนวทางที่จะทำให้สภาพปัญหาหมดไปจากการดำเนินธุรกิจดังกล่าว จะต้องอาศัยการสนับสนุนหล่อหลอมจากหลายภาคส่วนจึงจะทำให้กิจการเพื่อสังคมสามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคม ต่อเครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคม ต่อความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคม และต่อนวัตกรรมกิจการเพื่อสังคม
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของเครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคม ต่อความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคม ต่อนวัตกรรมกิจการเพื่อสังคม และต่อการรับรู้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคม ต่อนวัตกรรมกิจการเพื่อสังคม และต่อการรับรู้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม
4. เพื่อศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมกิจการเพื่อสังคมต่อการรับรู้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: ความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคมมีผลกระทบทางบวกต่อเครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 2: ความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคมมีผลกระทบทางบวกต่อความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 3: ความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคมมีผลกระทบทางบวกต่อนวัตกรรมกิจการเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 4: เครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคมมีผลกระทบทางบวกต่อความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 5: เครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคมมีผลกระทบทางบวกต่อนวัตกรรมกิจการเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 6: เครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคมมีผลกระทบทางบวกต่อการรับรู้ของผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 7: ความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคมมีผลกระทบต่อนวัตกรรมกิจการเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 8: ความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคมมีผลกระทบต่อการรับรู้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 9: นวัตกรรมกิจการเพื่อสังคมมีผลกระทบต่อการรับรู้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม

ทบทวนวรรณกรรม

กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise)

กิจการเพื่อสังคม เป็นการดำเนินงานที่มีเป้าหมายเพื่อที่จะแก้ไขปัญหาของสังคม ลักษณะของการดำเนินงานจัดตั้งมาในรูปแบบ มูลนิธิ กลุ่มเอ็นจีโอ (NGO) และบริษัท ที่มีความต้องการจะช่วยสร้างงานให้กับผู้คนในสังคม สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และมีการนำกำไรที่ได้รับไปสนับสนุนการดำเนินงานของมูลนิธิหรือหน่วยงานต่างๆ ดังนั้นจุดมุ่งหมายสูงสุดในการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม ไม่ได้ต้องการทำกำไรสูงสุด (Maximize profit) แต่เป็นองค์การที่ต้องการให้เกิดประโยชน์สูงสุดกลับคืนสู่ประชาชน ชุมชน และสังคม ส่งผลให้มีกิจการเพื่อสังคมเกิดขึ้นหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นองค์การภาครัฐหรือภาคเอกชนทั้งที่แสวงหากำไรและไม่แสวงหากำไร (Non-for-profit or for-profit organizations) (Dart, 2004)

ความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคม (Social Entrepreneurship: ENTRE)

ความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคม หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ที่มีแนวคิดใหม่ๆ มีความสามารถพิเศษ ตลอดจนมีความมุ่งมั่นและมีวิสัยทัศน์พร้อมที่จะทุ่มเทในการแสวงหาโอกาสในการดำเนินงานที่จะเข้ามาขับเคลื่อนในการเปลี่ยนแปลงสังคมที่สามารถสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้น โดยมีการกำหนดเป้าหมายจากระบบที่ไม่เป็นธรรมและไม่มีความยั่งยืน ด้วยวิธีการปรับเปลี่ยนให้เป็นระบบที่มีความยั่งยืนใหม่ทั้งหมด (Roberts, & Woods, 2005; Martin, & Osberg, 2015) ซึ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและพร้อมที่จะรับมือกับการแก้ไขปัญหาทางสังคม โดยไม่เน้นการสร้างรายได้ และแสวงหาโอกาสในการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมหรือตอบสนองความต้องการของสังคม ที่เน้นการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุซึ่งภารกิจของกิจการเพื่อสังคม (Dees, 2003; Mair & Marti, 2008) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (Zahra, et al., 2008)

องค์ประกอบที่ 1 ความปรารถนาและความเป็นไปได้ (Desirability and feasibility)

ความปรารถนาและความเป็นไปได้ เปรียบเสมือนกล่องดำ (black box) ของกระบวนการตัดสินใจ (Mair, & Noboa, 2006) ที่ได้รับอิทธิพลมาจากค่านิยมส่วนบุคคลและทัศนคติ ความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถ ในการริเริ่มกิจกรรมของการเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคมทำให้เกิดผลกระทบทางสังคมที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโลก โดยผู้ประกอบการกิจการทางสังคมจะต้องมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งต่อกลุ่มเป้าหมาย

องค์ประกอบที่ 2 ทุนมนุษย์ (Human capital)

ทฤษฎีทุนมนุษย์ เป็นการนำเอาความรู้และทักษะเฉพาะบุคคลที่เป็นการขับเคลื่อนผลิตภาพและประสิทธิภาพของการพัฒนาศักยภาพของกิจกรรม (Becker, 1964; Mincer, 1974) ความสามารถของการบูรณาการช่วยให้การพัฒนากิจกรรมของผู้ประกอบการกิจการทางสังคม ซึ่งเป็นกลไกพื้นฐานทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคม โดยการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

องค์ประกอบที่ 3 ทูทางสังคม (Social capital)

ทูทางสังคม เป็นผลรวมของทรัพยากรที่เกิดขึ้นจริงหรือเสมือนจริงที่เกิดกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยอาศัยเครือข่ายที่มีความสัมพันธ์และการยอมรับระหว่างกันที่มีมากหรือน้อย (Bourdieu and Wacquant, 1997) ถือได้ว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคมประสบความสำเร็จ

เครือข่ายธุรกิจ (Cluster: CLUS)

เครือข่ายธุรกิจ เป็นตัวขับเคลื่อนที่มีศักยภาพสำหรับการพัฒนาบริษัทและวิสาหกิจหลายแห่งในการเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจโดยรอบ โดยแสดงถึงความสามารถของนวัตกรรมที่เป็นการกระตุ้นธุรกิจด้วยการสนับสนุนนวัตกรรมและการขยายข้อจำกัดของเครือข่ายธุรกิจ (UNIDO, 2013; Popkova & Tinyakova, 2013) สำหรับกรณีประเทศไทย เครือข่ายธุรกิจ จัดได้ว่าเป็นกลไกสำคัญในการที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของประเทศ ถือได้ว่า หัวใจของเครือข่ายธุรกิจ คือ การสร้างความร่วมมือบนพื้นฐานของการแข่งขันกัน จะต้องมีการกำหนดทิศทาง เป้าหมาย และกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกัน ตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ ข่าวสาร ทรัพยากรต่างๆ ระหว่างกันสามารถที่จะร่วมกันลงทุนทำการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมของเครือข่าวนั้นๆ (สำนักวิชาการสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2558)

ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness: COMPET)

ความสามารถในการแข่งขัน เป็นความสามารถที่องค์กรใดองค์กรหนึ่งมีความสามารถในการแข่งขันและมีความได้เปรียบเหนือองค์กรอื่นในตลาดหรือในอุตสาหกรรม ที่ไม่ใช่เป็นเพียงการเอาชนะคู่แข่ง องค์กรต้องมีการสร้างคุณค่าสินค้าและบริการที่ทำให้ลูกค้าอยู่กับองค์กรนานๆ ไม่ว่าจะเป็นสภาวะเศรษฐกิจแบบใด ซึ่งการที่องค์กรจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าได้รับคุณค่าที่สูงกว่าต้นทุนที่จ่ายไปนั้น จะต้องมีความแตกต่างที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง หรือมีศักยภาพมากพอที่จะสร้างความโดดเด่นได้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจะต้องมีการเชื่อมโยงกระบวนการทำงานที่ดีให้เกิดขึ้น โดยเฉพาะการสร้างคุณค่านั้นทุกฝ่ายจะต้องสร้างคุณค่าร่วมกันด้วยการหาวิธีการใหม่ที่ดีกว่า อีกทั้งการมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะการออกแบบระบบการทำงานที่ดี (Hu, 1995; มาเกรตดา, 2557)

นวัตกรรม (Innovation: INNOVAT)

นวัตกรรม เป็นการนำเสนอสิ่งใหม่ที่ดี ที่ไม่ได้เป็นเพียงในทางธุรกิจเท่านั้น แต่ยังอยู่ในบริบททางสังคม นวัตกรรมของผู้ประกอบการอยู่บนพื้นฐานของสังคมศาสตร์และเทคโนโลยี โดยผู้ประกอบการที่มีการสร้างนวัตกรรมจะส่งผลให้เกิดความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตให้กับองค์กรธุรกิจบนสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงเป็นเรื่องของกระบวนการแสวงหาการดำเนินงานของข้อมูลต่างๆ เพื่อให้เกิดการวิจัยและพัฒนาให้ธุรกิจอยู่รอดและประสบความสำเร็จ (Schermerhorn, 1999; Perez – Bushtamante, 1999) นวัตกรรม จะต้องมีการคิดอย่างรอบคอบเพื่อที่จะจัดการเกี่ยวกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจหลักของผู้ประกอบการกิจการทางสังคม ที่นวัตกรรมทำให้ธุรกิจสามารถเติบโต และยังเป็นแนวคิดหนึ่งที่มีผู้ประกอบการกิจการทางสังคมมีการพัฒนาและดำเนินการตามความคิดใหม่ๆ ที่ต้องการจะสร้างโอกาสที่จะเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม (George, et al., 2012; Doherty, et al., 2014)

ผลการดำเนินงาน (Performance: PERFORM)

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา Balanced scorecard ได้พัฒนามาจากการกรอบการวัดผลการดำเนินงานที่เรียบง่ายไปสู่การวางแผนเชิงกลยุทธ์และระบบการจัดการที่สมบูรณ์ และสามารถถูกกำหนดให้เป็นการ

วางแผนเชิงกลยุทธ์และระบบการจัดการที่ถูกใช้ในกิจกรรมทางธุรกิจบนรากฐานของวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของธุรกิจ เพื่อสร้างประสิทธิภาพในกระบวนการสื่อสารภายในและภายนอก และเพื่อตรวจสอบตลอดจนปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กรต่อเป้าหมายเชิงกลยุทธ์โดยรวม Balanced scorecard สามารถพิจารณาว่าเป็นระบบการจัดการที่ขึ้นอยู่กับแนวคิดวงจรของการบริหารจัดการ (Plan-do-check-act) (Kaplan, & Norton, 1992, 1996) นอกจากนี้ ในงานวิจัยนี้มีอีกหนึ่งตัวชี้วัดสำหรับผู้ประกอบการกิจการทางสังคมใช้คือ ผลลัพธ์ทางสังคม (Social impact) หมายถึง กระบวนการประเมินหรือการประเมินล่วงหน้าที่ผลกระทบทางสังคมมีแนวโน้มที่เกิดจากนโยบายเฉพาะหรือการพัฒนาโครงการ ผลกระทบทางสังคมนั้นรวมถึงสังคมและวัฒนธรรมต่อประชากร และยังเป็นคุณค่าทางสังคมที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กรที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและพันธกิจขององค์กร (Burdge, & Vanclay, 1996; สฤณี และภัทรพร, 2560)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

กิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย ที่ได้รับการรับรองจาก สำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) จำนวน 131 แห่ง (คณะวิจัยโครงการกิจการเพื่อสังคมน้ำดี 50 องค์กร, 2553; คณะผู้จัดทำรวมกิจการเพื่อสังคมในไทย, 2555) และ ได้รับการรับรองจาก กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จำนวน 103 แห่ง (กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ, 2562) รวมทั้งสิ้น 234 แห่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยสอบถามจากผู้บริหาร ผู้จัดการ รองผู้จัดการ และพนักงาน ของกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย จำนวน 414 คน

การสุ่มตัวอย่าง

การคำนวณปริมาณกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่าง 5% (กัลยา วาณิชขัยปัญญา, 2554) ได้จำนวนการสุ่มตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 385 คน แต่ในการเก็บข้อมูลจริง ทำการเก็บจำนวน 414 คน เนื่องจากจะทำให้ข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำและเกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามหน่วยงานภาครัฐ และ ภาคเอกชน

หน่วยงาน	จำนวนบริษัท	ขนาดตัวอย่าง (องค์กร)	จำนวนการสุ่ม (คน)
ภาครัฐ	78	8	108
ภาคเอกชน	156	16	306
รวม	234	24	414

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนวรรณกรรมตลอดจนงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการทำข้อคำถามใหม่ให้สอดคล้องกับบริบทของเรื่องที่ได้ทำการศึกษา โดยมีโครงสร้างของแบบสอบถาม คือ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2. ข้อคำถามเกี่ยวกับตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัย

ใช้ข้อคำถามที่มีการตรวจสอบรายการเป็นแบบการประมาณค่าระดับความคิดเห็น (Rating scale) จำนวน 5 ระดับ โดย 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด, 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก, 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง, 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย และ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด โดยทำการแบ่งการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. ตัวแปรภายนอก (Exogenous variable) ประกอบด้วย ความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคม

2. ตัวแปรใน (Endogenous variable) ประกอบด้วย เครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคม ความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคม นวัตกรรมกิจการเพื่อสังคม และ การรับรู้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จำนวน 5 ท่าน และทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงมาตรวจด้วยสถิติ Cronbach's Alpha Coefficient ได้ค่าเท่ากับ 0.96 จากนั้นนำเครื่องมือที่ผ่านการตรวจสอบมาแก้ไขปรับปรุง และนำไปทดลอง (Try out) จำนวน 40 คน เพื่อทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อคำถามและเป็นการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal consistency model)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ด้วยตัวแปรแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling--SEM) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 414 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 57.20 มีช่วงอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 30.40 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 54.10 มีประสบการณ์ในการทำงาน 16 ปี ขึ้นไป จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 และมีตำแหน่งเป็นพนักงาน จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของตัวแปรแต่ละปัจจัย

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นแต่ละปัจจัยในกรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ยรวม	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปรผล
ความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคม	4.22	.734	มาก
เครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคม	4.13	.767	มาก
ความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคม	4.12	.723	มาก
นวัตกรรมกิจการเพื่อสังคม	4.04	.770	มาก
ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม	4.04	.749	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นของตัวแปรมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าในช่วง 4.04 - 4.22 โดยปัจจัยตัวแปรความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคมมีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุด รองลงไปคือ

เครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคม

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแบบ “ผลกระทบของความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคมต่อการรับรู้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม” โดยแบ่งเป็นขั้นตอนดังนี้

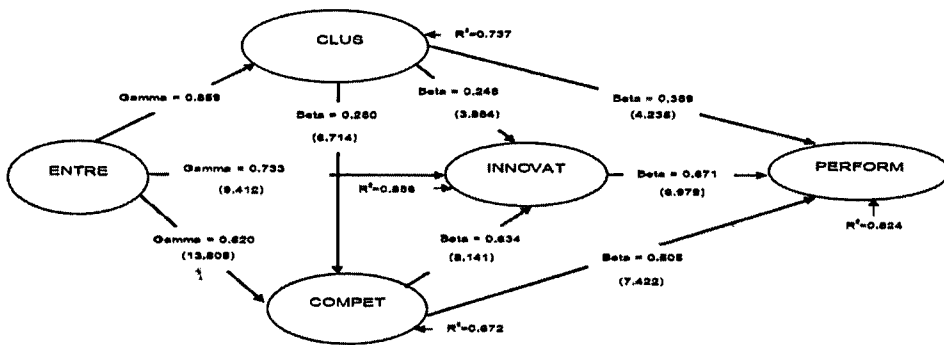
ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (CFA)

ตัวแปร	AVE	CR
ความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคม	0.540	0.912
เครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคม	0.673	0.860
ความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคม	0.658	0.851
นวัตกรรมกิจการเพื่อสังคม	0.711	0.879
ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม	0.597	0.817

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) จะต้องมีค่า ≥ 0.50 และ ค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Composite Reliability: CR) จะต้องมีค่า ≥ 0.60 เมื่อพิจารณา ค่า AVE และ ค่า CR พบว่า ตัวแปรทุกตัวในกรอบแนวคิดการวิจัยผ่านตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ ดังนั้นสรุปได้ว่า ทุกรายการข้อคำถามมีความตรงเชิงโครงสร้าง

ขั้นตอนที่ 2 การทดสอบตัวแบบตามกรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ พบว่า ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมมาจากภาคสนาม โดยการพิจารณาผลค่าสถิติ Chi-Square / df = 1.837, P-value = 0.00000, RMSEA = 0.045, CFI = 0.990, GFI = 0.862, AGFI = 0.843 และ มีค่า t-statistics ≥ 3.29 ขึ้นไป หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติมาก ถึง มากที่สุด (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554)

ผลสรุปจากปัจจัยในตัวแบบสมมติฐาน

1. เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคมส่งผลกระทบต่อตัวแปรเครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\Gamma = 0.859$ เนื่องจากเทคนิคการวิเคราะห์ทำให้ไม่มีค่า t-statistics กำกับไว้ มีการกำหนดเส้นอิทธิพลให้มีค่าเท่ากับ 1.00

2. เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรรูปแบบความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคมส่งผลกระทบต่อไปยังตัวแปรความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\text{Gamma} = 0.820$ และมีค่า $t\text{-statistics} = 13.808$

3. เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคมส่งผลกระทบต่อไปยังตัวแปรนวัตกรรมกิจการเพื่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\text{Gamma} = 0.733$ และมีค่า $t\text{-statistics} = 9.412$

4. เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรเครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคมส่งผลกระทบต่อไปยังตัวแปรความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\text{Beta} = 0.280$ และมีค่า $t\text{-statistics} = 6.714$

5. เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรเครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคมส่งผลกระทบต่อไปยังตัวแปรนวัตกรรมกิจการเพื่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\text{Beta} = 0.248$ และมีค่า $t\text{-statistics} = 3.884$

6. เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรเครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคมส่งผลกระทบต่อไปยังตัวแปรการรับรู้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\text{Beta} = 0.389$ และมีค่า $t\text{-statistics} = 4.235$

7. เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคมส่งผลกระทบต่อไปยังตัวแปรนวัตกรรมกิจการเพื่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\text{Beta} = 0.634$ และมีค่า $t\text{-statistics} = 8.141$

8. เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคมส่งผลกระทบต่อไปยังตัวแปรการรับรู้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\text{Beta} = 0.505$ และมีค่า $t\text{-statistics} = 7.422$

9. เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปรนวัตกรรมกิจการเพื่อสังคมส่งผลกระทบต่อไปยังตัวแปรการรับรู้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง $\text{Beta} = 0.671$ และมีค่า $t\text{-statistics} = 6.979$

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารกิจการเพื่อสังคม 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 เจ้าของธุรกิจ กลุ่มที่ 2 ผู้บริหารระดับสูง ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการบริษัท และกลุ่มที่ 3 ผู้บริหารระดับกลาง ตำแหน่ง ผู้จัดการ ซึ่งประเด็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมกิจการเพื่อสังคม และ นวัตกรรมกิจการเพื่อสังคมส่งต่อการรับรู้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม ผลการวิจัยพบว่า ทั้ง 3 กลุ่มมีความเห็นสอดคล้องในทิศทางเดียวกันว่า การดำเนินธุรกิจกิจการเพื่อสังคมนั้น ผู้ประกอบการกิจการทางสังคมจะต้องมีแรงบันดาลใจที่จะดำเนินธุรกิจโดยนำความรู้ความสามารถมาเชื่อมโยงและบูรณาการการทำงานที่จะสร้างสรรค์แนวคิดในการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นจากการร่วมมือกันในทุกภาคส่วนที่มีการนำองค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับจากการร่วมเครือข่ายมาพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าผ่านบุคลากรที่มีทักษะและกระบวนการดำเนินงานภายในองค์กรที่ดีที่นำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันที่จะทำให้อุตสาหกรรมเพื่อสังคมประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ นวัตกรรมกิจการเพื่อสังคมยังส่งผลต่อการรับรู้ผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม โดยรับรู้จากความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์อันจะส่งผลให้ผลประกอบการขององค์กรดีขึ้น มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงขึ้น และสามารถขยายสาขาเพิ่มมากขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมีความสอดคล้องกันในแต่ละตัวแปรดังต่อไปนี้

ความเป็นผู้ประกอบการกิจการทางสังคมนั้น ผู้ประกอบการกิจการทางสังคมควรมีการสร้างเครือข่ายในการทำธุรกิจหรือจับคู่ทางธุรกิจ (Business matching) กับภาครัฐและภาคเอกชนในการช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมที่เป็นรูปธรรม ตลอดจนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Martin, & Osberg, 2015; Roberts, & Woods, 2005 การสร้างความสามารถในการแข่งขันนั้น จำเป็นจะต้องมีทักษะความชำนาญหลายด้าน (Multi – skill) ที่จะประสานงานและสามารถเสริมสร้างการค้าเงินธุรกิจได้อย่างราบรื่นในทุกภาคส่วนที่สามารถสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับลูกค้าอย่างแท้จริง สอดคล้องกับ Caseiro, & Coelho, 2018; Maune, 2014 ที่จะนำองค์ความรู้มาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพราะสามารถทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ต่อการนำไปใช้ในกิจการเพื่อสังคม สอดคล้องกับ Martin, & Osberg, 2015; Crisan, & Borza, 2012

ส่วนของเครือข่ายธุรกิจกิจการเพื่อสังคมนั้น จะเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่สามารถกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ โดยแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ต่างๆ ระหว่างบุคลากรที่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ และความชำนาญ สอดคล้องกับ Hsu, et al., 2013; Soh, 2010; Zaccarelli, et al., 2008 ซึ่งเครือข่ายธุรกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น จากการศึกษาและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า สอดคล้องกับ Gomezelj, 2016; Hervas – Oliver, et al., 2015 นอกจากนี้การรวมเครือข่ายธุรกิจสามารถทำให้รับรู้ถึงผลการดำเนินงานในแต่ละปีแล้วนำมาเปรียบเทียบ ซึ่งส่วนต่างของผลการดำเนินงานที่สูงขึ้น จะสามารถนำไปช่วยเหลือ และสนับสนุนทุกภาคส่วนของกิจการเพื่อสังคมให้ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับ Danso, et al., 2016

ส่วนของความสามารถในการแข่งขันกิจการเพื่อสังคม นั้น ทักษะความรู้ความสามารถของบุคลากรภายในองค์กรสามารถทำให้เกิดทักษะความคิดในเชิงนวัตกรรม ซึ่งได้จากการทำการวิจัยและพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพ มาตรฐาน และการสร้างมูลค่าที่สูงขึ้น สอดคล้องกับ Srivastava, et al., 2017; Raymond, et al., 2014 ควรจัดให้มีการให้ความรู้ การฝึกอบรมเสริมสร้างทักษะใหม่ๆ แก่ผู้ประกอบการกิจการทางสังคม อันจะสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวผลิตภัณฑ์ รวมถึงสามารถส่งผลให้ผลประกอบการหรือผลการดำเนินงานเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย สอดคล้องกับ Lechner, & Gudmundsson, 2014

สำหรับในส่วนของนวัตกรรมกิจการเพื่อสังคม ควรมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการกิจการทางสังคมใช้นวัตกรรม สร้างสิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น เพราะนวัตกรรมถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญกับกิจการเพื่อสังคม อันจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่งแล้ว ยังส่งผลต่อการรับรู้ผลการดำเนินงานและการเติบโตขององค์กร ตลอดจนผลลัพธ์ทางสังคม สอดคล้องกับ Walker, et al., 2015

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะด้านการนำไปประยุกต์ใช้

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการกิจการทางสังคมแต่ละราย จะต้องมีการรวมเครือข่ายหรือสร้างเครือข่าย ตลอดจนการจับคู่ทางธุรกิจกับทุกภาคส่วน เพราะเป็นการนำบุคลากรที่มีทักษะหลายด้านมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันทั้งด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล (Soft skill) ที่ปัจจุบันมีความสำคัญมากกว่าทักษะด้านเทคนิค (Hard skill) ซึ่งเป็นสิ่งที่จะช่วยให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน ทำ

ให้ผู้ประกอบการกิจการทางสังคมมีความเข้าใจและนำองค์ความรู้ผสมผสานกับข้อค้นพบจากงานวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมต่างๆ ให้เกิดกับกิจการเพื่อสังคม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการกิจการทางสังคมต้องเห็นความสำคัญว่า นวัตกรรมถือว่าเป็นจุดสำคัญ (Key point) ที่ทำให้กิจการเพื่อสังคมสามารถดำเนินการแข่งขันในตลาดได้ เพราะ ผู้ประกอบการกิจการทางสังคมทั่วโลกส่วนใหญ่ใช้นวัตกรรมในการทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มาตรฐาน รวมถึงยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ เพิ่มขึ้น อันจะส่งผลให้ผลการดำเนินงานในด้านต่างๆ ของกิจการเพื่อสังคมประสบความสำเร็จ และเกิดความยั่งยืนได้ในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า ประการแรก ผู้ประกอบการกิจการทางสังคมควรมี การวางแผนเชิงกลยุทธ์ประจำปีโดยเฉพาะการรวมเครือข่ายธุรกิจในแต่ละประเภท ซึ่งทำให้เกิดการพึ่งพาและ ร่วมมือซึ่งกันและกันที่เป็นรูปธรรมและเกิดความเข้มแข็ง ประการที่สอง ควรมีการลงนามทำความร่วมมือกับ มหาวิทยาลัยในการส่งเสริมองค์ความรู้และการพัฒนาทักษะของบุคลากรภายในองค์กรกิจการเพื่อสังคม เพื่อให้ สามารถปรับเปลี่ยนได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ประการที่สาม ควรมีการร่วมมือทำวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการให้มีรูปแบบที่แตกต่างเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า อันจะส่งเสริมให้มี องค์กรมียอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนทำให้ทราบว่า ผู้ประกอบการกิจการ ทางสังคมจะให้ความสำคัญกับการรวมเครือข่ายธุรกิจและการสร้างนวัตกรรม ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญใน การดำเนินกิจการเพื่อสังคมที่จะส่งผลให้ประสบความสำเร็จและเกิดความยั่งยืน ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไป ควร มุ่งเน้นศึกษาเรื่อง "การสร้างเครือข่ายธุรกิจและนวัตกรรมที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของกิจการเพื่อสังคม"

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ. (2562). ประกาศสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม แห่งชาติ เรื่องทะเบียนรายชื่อกิจการเพื่อสังคมที่ได้รับการอนุมัติ. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2562, จาก http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/view_pmnews.php?newsbuzz_id=2401
- กฤษฎา เรืองอารีรัตน์. (2555). สารจากผู้จัดการกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพแห่งชาติ SE Catalog รวมกิจการเพื่อสังคมในไทย. กรุงเทพฯ: บริษัท แอคมิ พรินติ้ง จำกัด.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- คณะผู้จัดทำรวมกิจการเพื่อสังคมในไทย. (2555). SE Catalog รวมกิจการเพื่อสังคมในไทย. กรุงเทพฯ: บริษัท ซิลซิล แคปปิตัล จำกัด.
- คณะวิจัยโครงการเพื่อสังคมหน้าดี 50 องค์กร. (2553). กิจการเพื่อสังคมหน้าดี 50 องค์กร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ กรุงเทพฯธุรกิจ.
- จักรธรานนท์, ส. (2559). The Ashoka Globalizer: กระบวนการและเครื่องมือที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการสังคม ขยายผลกระทบทางสังคม. ค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2562, จาก <http://www.scaling-impact.com/the-ashoka-globalizer/>
- ภัทรพร แยมละออ. (2559). ทำความเข้าใจกับ 8 ประเด็น สับสน เรื่องกิจการเพื่อสังคม. ค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2562, จาก <http://www.salforest.com/blog/8-issues-se>
- มาเกรตตา, โจแอน. (2557). หลักคิดเรื่องกลยุทธ์และการแข่งขัน (ณัฐยา สันตะการผล, แปล). กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็กสเปอร์เน็ท จำกัด.

- สภาพปฏิรูปแห่งชาติ. (2558). *วาระปฏิรูปพิเศษ 1: วิสาหกิจเพื่อสังคม*. กรุงเทพฯ: สำนักการพิมพ์สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สถณี อาชวานันทกุล และคนอื่นๆ. (2560). *โครงการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านการประเมินผลสัมฤทธิ์ทางสังคมสำหรับกิจการเพื่อสังคม และจัดทำกรณีศึกษานำร่อง* (รายงานฉบับสมบูรณ์). ค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2562, จาก <http://www.salforest.com/knowledge/se-research>
- สถณี อาชวานันทกุล และภัทราพร แยมละออ. (2560). *คู่มือการประเมินผลสัมฤทธิ์ทางสังคมและผลตอบแทนจากสังคมจากการลงทุน*. กรุงเทพฯ: บริษัท ภาพพิมพ์จำกัด.
- สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2558). *คลังคดี: การรวมกลุ่มเพื่อการแข่งขัน* (เอกสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ กรุงเทพฯ). ค้นเมื่อ 15 เมษายน 2561, จาก http://library2.parliament.go.th/ejournal/content_af/2558/dec2558-3.pdf
- Becker, G.S. (1964). *Human Capital*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Bourdieu, p. , & Wacquant, L. (1997). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago, IL and London: University of Chicago Press.
- Burdge, R. J., & Vanclay, F. (1996). Social Impact Assessment: A contribution to the state of the art series. *Impact Assessment*, 14(1), 59-86.
- Caseiro, N., & Coelho, A. (2018). Business Intelligence and Competitiveness: The mediating role of Entrepreneurial orientation. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 28 (2), 213-216.
- Catalina, M. C., & Borza, A. (2012). Social Entrepreneurship and Corporate Social Responsibilities. *International Business Research*, 5 (2), 106-113.
- Danso, A., Adomako, S., Damoah, J. O., & Uddin, M. (2016). Risk-Taking Propensity, Managerial Network Ties and Firm Performance in an Emerging Economy. *The Journal of Entrepreneurship*, 25 (2), 155-183.
- Dart, R. (2004). The Legitimacy of Social Enterprise. *Nonprofit Management and Leadership*, 14 (4), 411-424.
- Dees, G. J. (2003). New definitions of Social Entrepreneurship: Free eye exams and wheelchair drivers. Knowledge@Wharton Newsletter, Retrieved from <https://knowledge.wharton.upenn.edu/article/new-definitions-of-social-entrepreneurship-free-eye-exams-and-wheelchair-drivers/>
- Doherty, B., Haugh, H., & Lyon, F. (2014). Social Enterprises as Hybrid Organizations: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 16 (4), 417-436.
- George, G., McGahan, A. M., & Prabhu, J. (2012). Innovation for Inclusive Growth: Towards a theoretical framework and a research agenda. *Journal of Management Studies*, 49(4), 661-683.
- Gomezelj, D. O. (2016). A Systematic Review of Research on Innovation in Hospitality and Tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(3), 516-558.
- Hervas-Oliver, J. L., Gonzalez, G., Coja, p., & Sempere-Ripoll, F. (2015). Cluster and Industrial Districts: Where is the literature going?, Identifying Emerging Sub-Field of Research. *European Planning Studies*, 23(9), 1827-1872.
- Hsu, M. S., Lai, Y. L., & Lin, F. J. (2013). Effects of Industry Clusters on Company Competitiveness: Special economic zones in Taiwan. *Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies*, 16(3), 1-28.

- Hu, Y. S. (1995,Summer). The International Transferability of The Firm's Advantages. *California Management Review*, 37(4), 73-88.
- Kaplan, R. S. , & Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard - Measures that Drive Performance. *In Harvard Business Review*, 70(1), 70-79.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Strategic Learning & The Balanced Scorecard. *Strategy & Leadership*, 24(5), 18-24.
- Lechner, C., & Gudmundsson, S. V. (2014). Enterprenurial Orientation,Firm Strategy and Small Firm Performance. *International Small Business Journal*, 32(1), 36-60.
- Mair, J., & Noboa,E. (2006). *Social Entrepreneurship: How Intentions To Create A Social Enterprise Get Formed*,in Miar 1, J., Robinson, J., & Hockerts, K. (Eds.). *Social Entrepreneurship*, 203-214.
- Mair,J, & Marti,I. (2008). Social Entrepreneurship Research: A source of explanation,prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Martin, R. L, & Osberg, S. R. (2015). Two Keys to Sustainable Social Enterprise. *Harvard Business Review*, 93(5), 213-226.
- Maune, A. (2014). Competitive Intelligence and Firm Competitiveness: An overview. *Corporate Ownership and Control*, 11(1), 533-542.
- Mincer, J. (1974). *Schooling,Experience and Earnings*. New York,NY: Columbia University Press.
- Perez-Bustamante, G. (1999). Knowledge Management in Agile Innovative Organizations. *Journal of Knowledge Management*, 3(1), 6-17.
- Popkova, E. G, & Tingakova V. I. (2013). New Quality of Economic Growth at the Present Stage of Development of the World Economy. *World Applied Science Journal*, 24(5), 617-622..
- Raymond, L., St-Pierre, J., Uwizeyemungu,S, & Le Dinh,T. (2014). Internationalization Capabilities of Smes: A comparative study of the manufacturing and industrial service sectors. *Journal of International Entrepreneurship*, 12(3), 230-253.
- Roberts,D, & Woods, C. (2005). *Changing The World on a Shoestring: The concept of social entrepreneurship*. London: Palgrave.
- Schermerhorn,J. R. (1999). *Management* (5th ed.). John Wiley and Sons: New York.
- Soh, p. H. (2010). *Network Patterns and Competitive Advantage Before the Emergence of a Dominant Design*.
- Srivastava, S., Sultan, A., & Chashti, N. (2017). Influence of Innovation Competence on Firm Level Competitiveness: An exploratory study. *Asia Pacific Journal of Innovation and entrepreneurship*, 11(1), 63-75.
- UNIDO. (2013). *The UNIDO Approach to Cluster Development: Key principles and project experiences for inclusive growth*. United Nation Industrial Development Organization.
- Walker, R. M., Chen, J., & Aravind, D. (2015). Management Innovation and Firm Performance: An integration of research findings. *European Management Journal*, 33(5), 407-422.
- Zaccarelli, S. B.,Tellias, R.,Siqueira,J. P. L,Boaventura,J. M. G., & Donaire, D. (2008). *Cluster e Redes de Negócios: Uma nova visão para a gestão dos negócios*. São Paulo: Atlas.
- Zahra, S. A.,Rawhouser,H. N.,Bhawe, N.,Neubaum, D. O, & Hayton,J. C. (2008). Globalization of Social Entrepreneurship Opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(2), 117-131.