



ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน  
ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย  
Factors Affecting the Sustainable Business Capacity of Social Enterprises  
in Digital Economy of Thailand

วปุ่น จันทมัตตุการ  
Wapun Juntamuttukarn

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์  
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of  
Master of Business Administration  
Prince of Songkla University  
2567  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน  
ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย  
Factors Affecting the Sustainable Business Capacity of Social Enterprises  
in Digital Economy of Thailand

วปุน จันทมัตตุการ  
Wapun Juntamuttukarn

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์  
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of  
Master of Business Administration  
Prince of Songkla University  
2567  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์      ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน  
ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย  
ผู้เขียน              นางสาวปุ่น จันทน์ตุงการ  
สาขาวิชา            บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

คณะกรรมการสอบ

สุรณัย ช่วยเรื่อง

Digitally signed : 2024.05.27 17:34:35 +07:00

(ดร.สุรณัย ช่วยเรื่อง)

นางดร. พิชยดนย

Digitally signed : 2024.05.28 15:07:59 +07:00

.....ประธาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศกร พิชยดนย)

สุรณัย ช่วยเรื่อง

Digitally signed : 2024.05.27 17:34:35 +07:00

.....กรรมการ  
(ดร.สุรณัย ช่วยเรื่อง)

สุรณัย ช่วยเรื่อง

Digitally signed : 2024.05.28 15:16:50 +07:00

.....กรรมการ  
(ดร.นิพัทธ์ โพธิ์วิจิตร)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

กวิณพัฒน์ สิริกานติโสภณ

Digitally signed : 2024.05.30 16:03:25 +07:00

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กวิณพัฒน์ สิริกานติโสภณ)  
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(3)

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้มาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มี  
ส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ ..... **สุรณัย ช่วยเรือ่๒** .....  
Digitally signed : 2024.05.27 17:34:36 +07:00  
(ดร.สุรณัย ช่วยเรือ่๒)  
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลงชื่อ ..... **วปุ่น** .....  
(นางสาววปุ่น จันทมัตตุการ)  
นักศึกษา

(4)

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และ  
ไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ ..... วปน .....  
(นางสาววปน จันทมัตตุการ)  
นักศึกษา

|                 |                                                                                                      |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อวิทยานิพนธ์ | ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย |
| ผู้เขียน        | นางสาววปุน จันทมัตตุการ                                                                              |
| สาขาวิชา        | บริหารธุรกิจ                                                                                         |
| ปีการศึกษา      | 2566                                                                                                 |

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน 2) ศึกษาการใช้หลักการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจ 3) ศึกษาแนวทางการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมของผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งเป็นการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในประเทศไทย การวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสม โดยแบ่งเป็น 1) การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการเพื่อสังคมทั่วทั้งประเทศไทย จำนวน 122 ราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบมาตรประมาณค่า 5 ระดับ 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อสังคม จำนวน 10 ราย จากการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และใช้คำถามปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ F-test T-test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการเพื่อสังคม ปัจจัยด้านการจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน และปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 แต่ปัจจัยภายนอก และปัจจัยด้านเศรษฐกิจดิจิทัล ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อสังคม มองว่า เหตุผลที่ปัจจัยภายนอกไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม เนื่องจากปัจจัยต่างๆ ทั้งภาวะเศรษฐกิจของไทยและของโลก การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 บางครั้งก็ไม่ได้ส่งผลลบเพียงอย่างเดียว ในทางกลับกันยังส่งผลดีในการช่วยให้ประชาชนหันกลับมาพึ่งพาตนเอง และปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของตนให้เป็นไปตามแนวทางของเศรษฐกิจพอเพียง

นอกจากนี้ รัฐบาลควรส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจเพิ่มมากขึ้น ทั้งการช่วยเหลือด้านภาษี การสนับสนุนด้านองค์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน และการเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการจัดจำหน่าย รวมถึงการสร้างความเข้าใจให้กับประชาชน อีกทั้ง ผู้ประกอบการเพื่อสังคม มองว่า การปรับตัวและปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานให้ก้าวทันยุคเศรษฐกิจดิจิทัลเป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากการเพิ่มความสำคัญของเทคโนโลยีต่าง ๆ ในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ สร้าง Platform ต่างๆ เป็นการเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการดำเนินงาน รวมทั้งได้เพิ่มตลาดให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคม

**คำสำคัญ :** วิสาหกิจเพื่อสังคม การพัฒนาอย่างยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคม เศรษฐกิจดิจิทัล

|                      |                                                                                                          |
|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Thesis Title</b>  | Factors Affecting the Sustainable Business Capacity of Social Enterprises in Digital Economy of Thailand |
| <b>Author</b>        | Miss Wapun Juntamuttukarn                                                                                |
| <b>Major Program</b> | Business Administration                                                                                  |
| <b>Academic Year</b> | 2023                                                                                                     |

### ABSTRACT

The purposes of this research were to 1) study the factors affecting the Sustainable Business Capacity of Social Enterprises 2) study Corporate Social Responsibility affecting the Sustainable Business Capacity of Social Enterprises 3) study way for social enterprise entrepreneurs in the digital economy that improvement and promotion of sustainable social enterprises in Thailand. This research was mixed methods, divided into 1) Quantitative research, The sample is 122 social enterprise entrepreneurs in Thailand. Data was collected by five-scale estimation questionnaire. 2) Qualitative research, data was collected by interview 10 social enterprise entrepreneurs from specific random sampling and use semi-structured open-ended questions. Data was analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, F-test, T-test and Pearson's correlation coefficient.

The results found that Education Level of Social Entrepreneur, Sustainable Organization Management Factors and Corporate social responsibility factors affecting the Sustainable Business Capacity of Social Enterprises Sustainable with a statistically significant level of .05. But external factors and digital economy factors do not affect to the ability to sustainable social enterprise. Because of interviewing with social entrepreneurs, see that the reason why external factors do not affect the ability to affect social enterprise due to various factors, both Thai and world economic conditions, The spread of the COVID-19 virus, sometimes they don't just have bad effect. On the other hand, it also has a positive effect on helping people return to self-reliance and change their way of life with the sufficiency economy.

In addition, the government should increase promote the capacity of social enterprises. both tax assistance knowledge support for sustainable development of social enterprises and increasing publicity channels promote distribution Including creating understand for people. Moreover, social entrepreneurs see that important to adapt and change their operating style to keep pace with the digital economy. Due to the increasing importance of various technologies in creating public relations media. Create various platforms to increase the potential and ability to operate as well as increasing the market for social enterprises.

**Keyword :** Social Enterprise, Sustainable Development, Social Responsibility, Digital Economy

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล สามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก ดร.สุรนัย ช่วยเรือง อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยที่ได้กรุณาให้ความรู้ คำปรึกษา และข้อแนะนำต่างๆ รวมถึงได้ให้คำชี้แนะในการปรับปรุงแก้ไขให้งานวิจัยฉบับนี้ดียิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการในการสอบงานวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงศกร พิษยदनย์ และดร.นิพนธ์ โพธิ์วิจิตร ที่ได้ชี้แนะแนวทางที่เหมาะสมในการทำงานวิจัย ให้งานวิจัยนี้อยู่ในกรอบเวลาที่ถูกต้องเหมาะสม

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติยา ดวงมณี, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัฒธนา สุขรัตน์ และดร.ทิพวรรณ จันทมนิโชติ ที่ได้ให้ความกรุณาตรวจสอบเครื่องมือวิจัย รวมทั้งขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง ที่ได้กรุณาให้ความรู้ในระดับปริญญาโท

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการเพื่อสังคมของวิสาหกิจเพื่อสังคมทั่วทั้งประเทศไทยที่ได้กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้ให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้สนับสนุนการศึกษาระดับปริญญาโท ในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ให้กับการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมทุกแห่ง รวมถึงการพัฒนาหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาต่อไป

วปุน จันทมัตตุการ

## สารบัญ

|                                                                       | หน้า      |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| บทคัดย่อ.....                                                         | (5)       |
| ABSTRACT.....                                                         | (6)       |
| .                                                                     |           |
| กิตติกรรมประกาศ.....                                                  | (8)       |
| สารบัญ.....                                                           | (9)       |
| รายการตาราง.....                                                      | (11)      |
| รายการภาพประกอบ.....                                                  | (13)      |
| <b>บทที่ 1 บทนำ.....</b>                                              | <b>1</b>  |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....                                       | 1         |
| 1.2 คำถามการวิจัย.....                                                | 8         |
| 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....                                         | 8         |
| 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....                                    | 9         |
| 1.5 ขอบเขตการวิจัย.....                                               | 9         |
| 1.6 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....                                   | 9         |
| <b>บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....</b>                                  | <b>11</b> |
| 2.1 แนวคิดและทฤษฎี.....                                               | 11        |
| 2.2 งานวิจัยในอดีต.....                                               | 30        |
| 2.3 สมมติฐานงานวิจัย.....                                             | 36        |
| 2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย.....                                           | 39        |
| <b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย.....</b>                               | <b>40</b> |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....                                      | 40        |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจคุณภาพเครื่องมือ.....         | 41        |
| 3.3 วิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล.....                                 | 49        |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย.....                   | 49        |
| <b>บทที่ 4 ผลการวิจัย.....</b>                                        | <b>51</b> |
| ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทางธุรกิจ.....        | 51        |
| ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการจัดการ.....                      | 56        |
| ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร..... | 58        |
| ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยภายนอก.....                   | 59        |
| ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัล.....                | 60        |
| ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลการดำเนินงานของกิจการ.....        | 61        |
| ส่วนที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....                                     | 62        |
|                                                                       | 70        |

ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความคิดเห็น ปัญหา และข้อเสนอแนะของวิสาหกิจ.....  
เพื่อสังคม

### สารบัญ (ต่อ)

|                                                     | หน้า |
|-----------------------------------------------------|------|
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... | 84   |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย.....                             | 84   |
| 5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....                          | 88   |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ.....                                 | 100  |
| บรรณานุกรม.....                                     | 102  |
| ภาคผนวก.....                                        | 111  |
| ประวัติผู้เขียน.....                                | 133  |

## รายการตาราง

| ตารางที่                                                                                             | หน้า |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 2.1 สรุปความแตกต่างของวิสาหกิจเพื่อสังคม และกิจกรรมเพื่อสังคม.....                                   | 23   |
| 3.1 แสดงผลการทดสอบความเชื่อมั่นในแต่ละปัจจัย.....                                                    | 49   |
| 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศที่ต่างกัน.....                                    | 51   |
| 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุที่ต่างกัน.....                                   | 52   |
| 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดที่ต่างกัน...                      | 52   |
| 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน.....                         | 53   |
| 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งที่ตั้งของธุรกิจ.....                            | 53   |
| 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของธุรกิจ.....                                  | 54   |
| 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนประเภทของผลิตภัณฑ์...                            | 54   |
| 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งที่มาของเงินลงทุน.....                           | 54   |
| 4.9 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย.....                                      | 55   |
| 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่องทางการประชาสัมพันธ์<br>วิสาหกิจ.....             | 55   |
| 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการจัดการด้านวัฒนธรรมองค์กร.....                       | 56   |
| 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการผลิต....                      | 56   |
| 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการตลาด...                       | 57   |
| 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการเงิน.....                     | 57   |
| 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการจัดการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์                   | 58   |
| 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร....                 | 58   |
| 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านปัจจัยภายนอก.....                                  | 59   |
| 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัล.....                               | 60   |
| 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านผลการดำเนินงานของกิจการ.....                       | 61   |
| 4.20 แสดงตารางเปรียบเทียบปัจจัยทั้ง 4 ด้าน.....                                                      | 62   |
| 4.21 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม จำแนกตามเพศ.....                        | 62   |
| 4.22 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม จำแนกตามอายุ.....                       | 62   |
| 4.23 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม จำแนกตามระดับ<br>การศึกษาสูงสุด.....    | 63   |
| 4.24 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม จำแนกตาม<br>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....   | 63   |
| 4.25 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่างๆกับความสามารถในการดำเนิน<br>วิสาหกิจเพื่อสังคม..... | 64   |

## รายการตาราง (ต่อ)

| ตารางที่                                                                                                      | หน้า      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.26 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเทคโนโลยี และปัจจัย<br>ด้านเศรษฐกิจดิจิทัล.....             | 65        |
| 4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัลใหม่                                         | 68        |
| 4.28 แสดงตารางเปรียบเทียบปัจจัยทั้ง 4 ด้านใหม่.....                                                           | 69        |
| 4.29 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....                                                                      | <b>70</b> |
| 4.30 ปัจจัยที่ส่งผลให้วิสาหกิจเพื่อสังคมประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน.....                                      | <b>70</b> |
| 4.31 ประโยชน์ต่อสังคมของวิสาหกิจเพื่อสังคม.....                                                               | 71        |
| 4.32 ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม.....                                                            | 71        |
| 4.33 ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจเพื่อสังคม.....                                                         | 72        |
| 4.34 การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) และผลต่อความสามารถ<br>ในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน.....   | 73        |
| 4.35 การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมจากรัฐบาล.....                                                   | 74        |
| 4.36 ภาวะเศรษฐกิจถดถอยของประเทศไทยส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม.....                                             | 75        |
| 4.37 ปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม.....                                                         | 76        |
| 4.38 การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม.....                                             | 77        |
| 4.39 โรคระบาด Covid-19 ที่ส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม.....                                                     | 78        |
| 4.40 พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม                             | 79        |
| 4.41 วิสาหกิจเพื่อสังคมมีการปรับตัวหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการในยุคเศรษฐกิจ<br>ดิจิทัลของประเทศไทย..... | 80        |
| 4.42 ปัญหาของวิสาหกิจเพื่อสังคม.....                                                                          | 81        |
| 4.43 แนวทางที่สำคัญที่สุดต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม.....                                                   | 82        |
| 4.44 ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย.....                                                  | 83        |

## รายการภาพประกอบ

| ภาพที่                                                                      | หน้า |
|-----------------------------------------------------------------------------|------|
| 1.1 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน.....                                         | 2    |
| 1.2 วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นการผสมผสานระหว่างองค์กรสาธารณกุศลและธุรกิจเอกชน   | 5    |
| 2.1 วิสาหกิจเพื่อสังคม มีหลักเข้าใจง่าย ๆ 5 ประการ.....                     | 12   |
| 2.2 การยกระดับวิสาหกิจชุมชนสู่วิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อความยั่งยืน.....       | 13   |
| 2.3 กระบวนการหลัก 5 ประการในการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนระดับองค์กร... | 17   |
| 2.4 การเกิด พัฒนาการและประโยชน์ของเศรษฐกิจดิจิทัล.....                      | 28   |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ในยุคปัจจุบัน จะเห็นได้ว่า เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อภาวะเศรษฐกิจและการเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากทำให้เกิดตลาดใหม่และมีการลงทุนในเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างมหาศาล โดยการผลักดันให้เกิดนวัตกรรม มาจากความต้องการในการหาวิธีการเพื่อลดต้นทุน และทำให้เทคโนโลยีดิจิทัลกลายเป็นตัวผลักดันให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้นและได้เปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคไป รวมทั้งได้เปลี่ยนรูปแบบในด้านการศึกษา การฝึกอบรมและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งจะนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศกำลังพัฒนา ผู้นำประเทศและองค์กรต่าง ๆ จะต้องตระหนักถึงความท้าทายใหม่ ๆ ที่กำลังเผชิญอยู่ (ศิริทิพย์ กุลจิตรตรีและสุภัทรศักดิ์ คำสามารถ, 2563) ดังนั้น ผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลมีความจำเป็นที่จะต้องเพิ่มความสามารถในการดำเนินงานและจัดการกิจการ โดยเรียนรู้ที่จะปรับตัวเพื่อให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ๆ เนื่องด้วยในยุค สมัยนี้เป็นยุคที่มีการเปลี่ยนผ่านอย่างรวดเร็วทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้เข้ากับการดำเนินธุรกิจ ด้วยการปรับตัวและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการสร้างโอกาสทางการแข่งขัน เนื่องจากยุคเศรษฐกิจดิจิทัลนี้ทำให้เกิดการเข้าถึงกันและกันทั่วโลกได้อย่างง่ายดายโดยใช้อินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นการเปลี่ยนวิถีของการค้าขาย ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการสร้างพื้นฐานด้านไอที กฎ กติกา และกฎหมายการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการปรับตัวและปรับทัศนคติของประชาชน ให้เกิดการเรียนรู้กระบวนการทำการค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ที่ดำเนินงาน ซึ่งถ้าหากเป็นผลผลิตของความคิดสร้างสรรค์ด้วยจะยิ่งทำให้ธุรกิจนั้นเกิดความยั่งยืนทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (นันทพร ดำรงพงศ์, 2561)

จากการที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความไม่แน่นอน ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม เทคโนโลยี คู่แข่งขัน และพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการต้องคิดค้นหาวิธีการในการรับมือกับความเสี่ยงเหล่านี้ ซึ่งความไม่แน่นอนนี้ ไม่ได้เกิดเฉพาะกับผู้ประกอบการธุรกิจเท่านั้น การพัฒนาวิธีคิดแบบผู้ประกอบการจึงมีความจำเป็นต่อการทำงานในยุคปัจจุบันนี้ โดยผู้ประกอบการจะต้องมีการเตรียมความพร้อมเพื่อเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่าง ๆ เสริมสร้างความเติบโตให้แก่กิจการของตนเอง เพื่อให้ธุรกิจนั้นสามารถดำเนินการต่อไปได้ รวมทั้งมีการวางแผนกลยุทธ์ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก มีการวางแผนจัดลำดับความสำคัญของงานได้อย่างเป็นระบบ และเชื่อมโยงกลไกต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการจัดการทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและทำให้องค์กรมีความอยู่รอดอย่างยั่งยืน (ศิริจันทร์ เชื้อสุวรรณ และคณะ, 2560) สำหรับการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่ก่อให้เกิดความสมดุลและมีปฏิสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกันที่จะทำให้ชีวิตมนุษย์อยู่ดีมีสุข ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม จิตใจ รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งต่อคนในรุ่นปัจจุบันและคนในรุ่นอนาคต มีการอธิบายเพิ่มเติมว่าการอยู่ดีมีสุขของคนในสังคมเริ่มต้นจากการพัฒนาที่ยั่งยืนการพัฒนาในเรื่องใด ๆ นั้นต้องคำนึงถึงการอยู่รอด

และการกินดีอยู่ดีของคนในสังคม ซึ่งความยั่งยืนนั้นเป็นองค์ประกอบในการพัฒนาและกระบวนการตัดสินใจ นำมาสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อให้คนในชุมชนสามารถกำหนดชีวิตและดำเนินชีวิตตามความต้องการของตนเอง ได้มากยิ่งขึ้น จึงนำมาสู่ชุมชนที่มีความเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน (พงศ์เทพ สุธีรวุฒิ, ม.ป.ป.) สำหรับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น (Sustainable Development Goals : SDGs) ประกอบด้วย 17 เป้าหมาย หรือ “เป้าหมายโลก” โดยองค์การสหประชาชาติให้ทุกประเทศรับไปเป็นกรอบในการพัฒนา และถูกใช้เป็น “จริยธรรมสากล” กำกับทิศทางการพัฒนาโลก ระหว่างปี 2558 ถึง 2573 (บุญเลิศ คณาณสาร, 2559) ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 : เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs)

ที่มา : SDG Move Team, ม.ป.ป.

จากภาพที่ 1.1 จะเห็นว่า เป้าหมายการพัฒนาทั้งหมด 17 ข้อ สะท้อน ‘Three Pillars of Sustainability’ หรือ 3 เสาหลักของมิติความยั่งยืน อันได้แก่ มิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม บวกกับ 2 มิติ คือ มิติด้านสันติภาพและสถาบัน และมิติด้านหุ้นส่วนการพัฒนา มีการเชื่อมโยงเรียงทุก ๆ มิติของความยั่งยืนไว้ด้วยกัน รวมเป็น 5 มิติ โดยแบ่งเป้าหมาย 17 ข้อ ออกเป็น 5 กลุ่มด้วยกัน (เรียกว่า 5 Ps) ประกอบด้วย

มิติด้านสังคม (People) : ครอบคลุมเป้าหมายที่ 1 - 5

มิติด้านเศรษฐกิจ (Prosperity) : ครอบคลุมเป้าหมายที่ 7 - 11

มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Planet) : ครอบคลุมเป้าหมายที่ 6 และเป้าหมายที่ 12 - 15

มิติด้านสันติภาพและสถาบัน (Peace) : ครอบคลุมเป้าหมายที่ 16

มิติด้านหุ้นส่วนการพัฒนา (Partnership) : ครอบคลุมเป้าหมายที่ 17

นอกจากนี้ เป้าหมายการพัฒนาทั้ง 17 ด้านนี้มีประโยชน์ต่อการพัฒนาสังคมไทย เนื่องจากในปัจจุบัน ประเทศไทยต้องเผชิญกับปัญหาด้านความเหลื่อมล้ำทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งถือเป็นประเด็นที่ภาครัฐได้ให้ความสำคัญจากการสร้างสังคมที่มีความเสมอภาคสำหรับประชาชนในทุกภาคส่วน ให้สามารถได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ทั้งความสามารถในการเข้าถึงสวัสดิการที่จำเป็นต่อการดำรงชีพอย่างทั่วถึง โดยเป็นที่ทราบกันว่าสภาพสังคมไทยในขณะนี้มีความสลับซับซ้อนเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วพร้อม ๆ กับการเชื่อมโยงของระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network System) ซึ่งปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เป็นเรื่องยากที่ภาครัฐจะเข้ามาแก้ไขได้เพียงลำพัง ดังนั้น ภาครัฐจึงเล็งเห็นถึงความจำเป็นของการให้ภาคเอกชนและประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศไทย โดยการแก้ไขปัญหา ร่วมกันนี้เรียกว่ายุทธศาสตร์ประชารัฐ ทั้งนี้ หนึ่งในแนวทางการส่งเสริมให้ภาคเอกชนและประชาชนให้มีส่วนร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ คือ การส่งเสริมและพัฒนา “วิสาหกิจเพื่อสังคม” (Social Enterprise) (ขจิล โรจนานนท์, 2558) ซึ่งวิสาหกิจเพื่อสังคมมีบทบาทในการแก้ไขปัญหาสังคมการพัฒนาสังคมในมิติต่าง ๆ ทั้งระดับภูมิภาคและประเทศได้อย่างยั่งยืน และวิสาหกิจเพื่อสังคมยังมีบทบาทหลักในการเชื่อมโยงประชาชน มาเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ปัญหาสังคมได้ง่ายขึ้นผ่านการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยการนำมาปรับใช้ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งเพื่อการสนับสนุนกิจกรรมทางสังคม ดังคำกล่าวของ ดร.กอบศักดิ์ ภูตระกูล ซึ่งเป็นประธานกรรมการสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) ได้มีปาฐกถาพิเศษ เรื่อง “เป้าหมาย การขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคมให้เป็นการสร้างระบบเศรษฐกิจฐานรากในประเทศไทย” ที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) จัดขึ้น เพื่อกำหนดทิศทางของวิสาหกิจร่วมกัน ในวันที่ 25 กรกฎาคม 2566 ณ โรงแรมแมนดาริน กรุงเทพฯ ว่า

“ประเทศไทยประสบกับปัญหาต่าง ๆ อาทิ ผู้สูงอายุ สิ่งแวดล้อม คนจน การระดมเงินบริจาคอาจไม่ได้ตอบโจทย์ปัญหาที่เกิดขึ้น จึงต้องมีการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม Social Enterprise (SE) ที่เข้ามาแก้ปัญหาตั้งแต่ฐานราก ช่วยผลักดันให้มีตลาดในการกระจายสินค้าและบริการจากชุมชน ให้คนภายนอกสามารถเข้าถึงได้ เพื่อเศรษฐกิจชุมชนที่ยั่งยืน” และ “ปัจจัยที่จะทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมสำเร็จจำเป็นต้องนำแนวคิดหลักการบริหารจัดการทางธุรกิจมาปรับใช้ในการแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม การใช้กลไกการบริหารของภาคธุรกิจ ผนวกความรู้ นวัตกรรมสังคมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสังคมให้ยั่งยืนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยไม่ต้องพึ่งพาการบริจาค และนำผลกำไรไปลงทุนซ้ำเพื่อขยายผลกระทบทางสังคมที่เกิดขึ้น เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป”

นอกจากนี้ บทสรุปจากการปาฐกถาพิเศษ คือ วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นหนึ่งในแนวทางการดำเนินงานที่สามารถแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสังคมได้ ด้วยการเสริมสร้างความรู้รูปแบบการทำธุรกิจจากองค์กรต่าง ๆ ผนวกรวมกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และเสริมสร้างระบบเศรษฐกิจที่ยั่งยืนภายในชุมชน นำไปสู่การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำ กระจายรายได้ เป็นลำดับถัดไป

ทั้งนี้ วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นนิติบุคคลรูปแบบหนึ่งที่จัดตั้งขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางสังคม ได้มีการนำกำไรที่เกิดขึ้นจากการประกอบกิจการกลับไปลงทุนซ้ำเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางสังคมที่ตั้งไว้ และมีใช้เพื่อการสร้าง ความมั่งคั่งและเพื่อประโยชน์ของบุคคล โดยมีการใช้กลไกทางตลาดและโมเดลทางธุรกิจ เป็นหลักในการดำเนินการ ส่งผลให้วิสาหกิจเพื่อสังคมพึ่งพาตนเองทางการเงินได้ในระยะยาว ซึ่งแตกต่างกับ มูลนิธิหรือสมาคมที่ต้องอาศัยเงินบริจาคมาหล่อเลี้ยงองค์กร ซึ่งการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมมีความยั่งยืน คือสามารถทำการแข่งขันกับวิสาหกิจอื่นตามกลไกทางการตลาดหรือมือที่มองไม่เห็นได้ แต่อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจเพื่อสังคมยังไม่ใช่ที่แพร่หลายมากนักในประเทศไทย โดยรัฐบาลเห็นความสำคัญของการจัดตั้ง วิสาหกิจเพื่อสังคม จึงได้มีการออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคม พร้อมกับ สร้างแรงจูงใจให้เกิดการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม (กรกช เต็มรุ่งเรืองเลิศ, 2561)

รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นมีความหลากหลายมากในประเทศไทย ได้แก่ บริษัท ห้างหุ้นส่วน สหกรณ์ สมาคม มูลนิธิ หรือโรงเรียน (Nuchpiam, 2016) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ มูลนิธิอภัยภูเบศร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร มีการปันกำไรที่ได้จากการขายสินค้า สมุนไพรส่งให้ โรงพยาบาลเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายทางการแพทย์ อีกทั้ง วิสาหกิจเพื่อสังคมในรูปแบบของสหกรณ์ ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก คือ ร้านเลมอนฟาร์ม มีการจัดจำหน่ายสินค้าและอาหารที่ปลอดภัยไม่ใช้ สารเคมีและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เลมอนฟาร์มจะรับซื้อสินค้าจากวิสาหกิจเพื่อสังคมอื่น ๆ โดยหนึ่งในคู่ค้า นั้น คือ อุดมชัยฟาร์ม ซึ่งเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมที่จัดตั้งในรูปแบบของห้างหุ้นส่วนจำกัดที่มีชื่อเสียงในเรื่องการเลี้ยงไก่ ให้อารมณ์ดี แม้ว่าไข่ไก่ที่ออกมาจะมีขนาดเล็กกว่าท้องตลาด แต่มีเอกลักษณ์ด้านความปลอดภัย และ กระบวนการเลี้ยงไก่ไข่ ก็ไม่เป็นการทารุณสัตว์ นอกจากนี้ จากการที่ไม่ต้องการพึ่งพาความช่วยเหลือจาก ภาครัฐอย่างเดียว วิสาหกิจเพื่อสังคมจำนวนมากเลือกที่จะจัดตั้งในรูปแบบบริษัทจำกัด ตัวอย่างบริษัทเพื่อ สังคมที่ประสบความสำเร็จ เช่น นิติสารรักลูก ร้านอาหาร Cabbage & Condoms ธนาครกรามีน โครงการ พัฒนาอดอยตุ้ง และสำนักพิมพ์สวนเงินมีนา เป็นต้น (ประพิณ นุชเปี่ยมและคณะ, 2561)

การสนับสนุนและพัฒนากิจการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมจากภาครัฐในปัจจุบัน คือ การจัดตั้งสำนักงาน สร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) ทำหน้าที่พัฒนาและส่งเสริม สกส. ได้ให้คำจำกัดความ “กิจการ เพื่อสังคม” คือ กิจการที่มีจุดมุ่งหมายหลักในการแก้ไขปัญหาทางด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมิ มีการใช้กลไกการบริหารจัดการที่ดีของภาคธุรกิจมาบวกกับความรู้ นวัตกรรมสังคม และเทคโนโลยีต่าง ๆ มีความยั่งยืนทางการเงินจากรายได้หลักที่มาจากสินค้าหรือบริการ โดยเน้นว่าไม่ต้องพึ่งพาเงินบริจาค มีการนำ ผลกำไรที่เกิดขึ้นไปลงทุนซ้ำ เพื่อขยายผลกระทบทางสังคม ทั้งนี้ วิสาหกิจเพื่อสังคมมีการนำจุดเด่นของ Non-Profit Organization (NPO) หรือ องค์กรสาธารณกุศล ที่มุ่งเพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมมาผสมผสาน กับจุดเด่นของการทำธุรกิจ (Business) ที่มีการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างผลกำไร จนวิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถพึ่งพาตนเองได้ (ชฎิล โรจนานนท์, 2558) ดังภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 : วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นการผสมผสานระหว่างองค์กรสาธารณกุศลและธุรกิจเอกชน  
ที่มา : ชญาพร มหาวงศ์นันท์, 2563

วิสาหกิจเพื่อสังคมถือเป็น 1 ในแนวคิดที่จะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ดียิ่งขึ้น กล่าวคือ ทำให้เกิดการพัฒนาด้านสังคม มีการใช้นวัตกรรมทางธุรกิจที่เป็นการผสมผสานระหว่างองค์กรที่ไม่แสวงหากำไรและองค์กรธุรกิจ ทำให้สังคมเจริญเติบโตไปพร้อม ๆ กัน มีการออกแบบโมเดลทางธุรกิจ (Business Model) โดยแนวคิดนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องของสินค้าเพียงอย่างเดียว อาจมีเรื่องของบริการร่วมด้วย ทั้งนี้ วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นกลไกหลักที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เน้นการสร้างเสริมความเข้มแข็งจากสังคมเป็นหลักเข้าใจและเข้าถึงสังคมที่เป็นรากฐานสำคัญ ซึ่งสิ่งนี้จะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (ภัทราภรณ์ จุมพรม, 2564)

ดังที่กล่าวไปแล้วว่าเป้าหมายของวิสาหกิจเพื่อสังคม คือ การประกอบกิจการที่นำผลกำไรไปสร้างประโยชน์แก่สังคม มีการจัดสวัสดิการให้แก่ผู้ด้อยโอกาส เช่น การให้ที่พักอาศัย การเพิ่มสาธารณสุข การให้บริการทางการเงิน มีโภชนาการสำหรับเด็กที่ขาดสารอาหาร การให้บริการน้ำดื่ม/ไฟฟ้าชุมชน และการดูแลปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชน เป็นต้น ดังนั้น วิสาหกิจเพื่อสังคม เปรียบดังกลไกสำคัญในการช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม (ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561) โดยส่วนใหญ่วิสาหกิจเพื่อสังคมมีการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม หรือที่เรียกว่า ความรับผิดชอบต่อองค์กร (Corporate Social Responsibility : CSR) ทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น ๆ มีแนวโน้มในการเติบโตที่ดี มีความยั่งยืนทางการเงินและสามารถแก้ปัญหาทางสังคมได้ ปัจจุบันมีวิสาหกิจเพื่อสังคมมีจำนวนน้อยในประเทศไทย เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจและยังไม่มีศักยภาพมากพอในการทำกำไร (วิภาภรณ์ ชัยรัตน์, 2560)

นอกจากนี้ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) มีความสำคัญมากในปัจจุบัน ไม่ว่าองค์กรนั้นจะขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ การทำเพื่อสังคมและเพื่อประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำให้องค์กรดำรงอยู่รอดได้และ CSR สามารถปรับปรุงความสามารถของบริษัทให้ดีขึ้นได้เนื่องจากได้ส่งเสริมสังคม เศรษฐกิจ และ

สิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของทุกองค์กร คือ องค์กรมีประสิทธิภาพทางการเงินและมีความยั่งยืน (มนตรี ไทรโรจน์รุ่ง, 2565)

จากการที่รัฐบาล โดย พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา อดีตนายกรัฐมนตรีได้กำหนดแนวนโยบาย การดำเนินงานสานพลังประชารัฐ เพื่อเป็นประโยชน์ในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ ในระดับพื้นที่ มีการจัดตั้ง “บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ” โดยมี เป้าหมาย คือ การสร้างรายได้ให้กับชุมชน ประชาชนคนไทยมีความสุข และเพื่อประชาชนที่ยังขาดโอกาสให้ได้รับ การช่วยเหลือด้านองค์ความรู้ และสนับสนุนด้านการค้าเพื่อให้ความสุขมั่นคงและยั่งยืน โดยมีวิธีการดำเนินงาน 1 เป้าหมาย 5 กระบวนการ 76 จังหวัด และ 1 ส่วนกลาง เป็นการเน้นการสร้างรายได้ให้ชุมชนผ่านทาง 3 กลุ่มงาน ได้แก่ (1) เกษตร (2) แปรรูป (3) ท่องเที่ยว และเน้น 5 กระบวนการจัดการที่ให้ความสำคัญกับ ตลาด Value Chain ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ เน้นความสำคัญที่การลงมือปฏิบัติในพื้นที่ที่ใช้ โครงสร้างของวิสาหกิจเพื่อสังคม ทั้งนี้ในทุก ๆ 76 จังหวัด ได้มีการจัดตั้งบริษัทในแต่ละจังหวัด โดยบริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ได้มีการนำร่องใน 4 จังหวัด ได้แก่ เพชรบุรี อุตรดิตถ์ เชียงใหม่ และบุรีรัมย์

การจัดตั้ง “บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ” นั้น เป็นการช่วย ชุมชนในด้านต่าง ๆ ดังนี้ (1) ช่วยชุมชนในเรื่องของการบริหารจัดการองค์ความรู้ มีการส่งเสริมการพัฒนา สินค้าและเน้นเรื่องรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้าและมาตรฐานการรับรองสินค้า (2) ช่วยเรื่อง การขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา ช่วยเรื่องสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชน (3) ช่วยเรื่องของการสร้างความ ต้องการและหาช่องทางการตลาด การจัดจำหน่าย และมีการเชื่อมโยงตลาดภายในระดับประเทศ ซึ่งมี KPI หรือตัวชี้วัดที่จะประเมินผลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เน้นประชาชนคนไทยที่ประสบกับปัญหาเรื่องความ ยากจนในการเพิ่มรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และ เพื่อเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากตามความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคสังคม และ ภาคประชาชน นั่นคือ ทุกภาคส่วนต้องช่วยกันร่วมมือแก้ไขปัญหา ส่งเสริมพัฒนาเพื่อให้ก้าวหน้า และเพิ่ม ความเข้มแข็งภายในชุมชน ซึ่งจะส่งผลให้เศรษฐกิจในภาพรวมของทั้งประเทศไทยเกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และ ยั่งยืนตลอดไป (วิภาภรณ์ ชัยรัตน์, 2560)

อย่างไรก็ตาม ดังที่กล่าวในข้างต้น ในปัจจุบัน โลกเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลที่เทคโนโลยี ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสนับสนุนการทำงานเท่านั้น แต่ยังเป็นประโยชน์ต่อกระบวนการผลิต การค้าขาย การบริการและกระบวนการทางสังคมในด้านต่าง ๆ ประเทศไทยจึงได้ให้ความสำคัญต่อการนำเทคโนโลยี ดิจิทัลมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาประเทศ โดยเน้นการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจ ของประเทศ ซึ่งได้มีการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลและวางรากฐานของเศรษฐกิจดิจิทัลให้สามารถขับเคลื่อนได้ อย่างกว้างขวาง และจะทำให้ทุกภาคเศรษฐกิจก้าวหน้าไป ได้ทันต่อโลกและสามารถแข่งขันในโลกสมัยใหม่ได้ ดังนั้น การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) เพื่อวางรากฐานอนาคตของประเทศไทย จึงเป็น

เรื่องสำคัญที่ทุกภาคส่วนต้องสนใจเรียนรู้ ทำความเข้าใจร่วมกันและร่วมผลักดันให้เกิดผลที่ชัดเจน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

ในยุคดิจิทัลนี้เทคโนโลยีได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อภาวะเศรษฐกิจ ทั้งในแง่ของการแข่งขันทางธุรกิจ และในแง่ของพฤติกรรมผู้บริโภค โดยปัญหาหลักที่ธุรกิจมักต้องเผชิญ คือ (1) การขาดการสนับสนุนจากรัฐบาล (2) ขาดความรู้ด้านนวัตกรรม เทคโนโลยีใหม่ ๆ (3) ไม่มีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอ และ (4) ไม่สามารถปรับตัวให้ทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง (วรากร สามโกเศศ, 2557) ทั้งนี้ มีหนังสือชื่อ “The Digital Economy : Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence” ซึ่งชี้ให้เห็นว่า อินเทอร์เน็ต (Internet) ได้เปลี่ยนวิถีของการค้าขายแบบที่ไม่เคยมีมาก่อน โดยจำเป็นต้องมีโครงสร้างพื้นฐานด้านไอที กฎ กติกาและกฎหมายการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการปรับตัวและการปรับทัศนคติของประชาชน ประเด็นสำคัญ คือ ประโยชน์ของเศรษฐกิจภาคดิจิทัลมีผลกระทบต่อสังคม โดยเฉพาะการมีผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ อาทิเช่น การลดต้นทุนในกิจการ ทั้งด้านการผลิต ด้านการขาย การต่อยอดในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ออกสู่ตลาดเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค การขยายตัวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้นของ ตลาด E-commerce มีการขายของทางอินเทอร์เน็ตโดยไม่ต้องมีร้านค้า การลงทุนในธุรกิจข้ามพรมแดนจะมีมากยิ่งขึ้น (เกศศิริ นวลใยสวรรค์ และคณะ, 2565)

การใช้เทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้แก่ การเพิ่มประสิทธิภาพของวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยส่งเสริมความสำเร็จและส่งผลทางบวกในการดำเนินงาน ซึ่งวิสาหกิจเพื่อสังคมทุก ๆ แห่งจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้แข่งขันกับธุรกิจอื่นในยุคดิจิทัลได้โดยส่งเสริมการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ประโยชน์เพื่อบริหารจัดการ ช่วยให้เกิดประโยชน์ด้านการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและเกิดประสิทธิภาพต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม (ชาญชัย อรรถภาติ, 2565) โดยความสำคัญของการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศภายในองค์กร ต้องเตรียมบุคลากร ฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ แนวทางสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมในการปรับใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อจัดการภายในองค์กร เช่น ด้านการจัดการผลิต การควบคุมสินค้า/วัตถุดิบคงคลัง การจัดทำบัญชี/การเงิน การควบคุมลูกค้า/เจ้าหน้าที่ เป็นต้น ซึ่งช่วยส่งเสริมต่อการเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อการทำงานภายในองค์กร (ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ, 2559) โดยผู้ประกอบการเพื่อสังคมจำเป็นต้องมีระบบสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจในการวางแผนและจัดการองค์กร เพื่อให้สามารถนำข้อมูลจากรายงานทางบัญชีและการเงินไปใช้วิเคราะห์ต้นทุน การวางแผนประกอบการตัดสินใจ การประเมินสภาพคล่องทางการเงินและการไหลเวียนของกระแสเงินสด การใช้ระบบสารสนเทศจะช่วยให้องค์กรได้รับความสะดวกมากขึ้นเพื่อประกอบการตัดสินใจ (สมควร วานิชสัมพันธ์, 2554)

นอกจากนี้ การใช้ระบบสินค้าออนไลน์ (E-commerce) เป็นระบบที่ส่งเสริมการแนะนำสินค้า/บริการ และช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลสินค้าที่มีอยู่จำนวนมากมายบนอินเทอร์เน็ตให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ซึ่งบางระบบสามารถนำมาใช้วิเคราะห์ความชอบเฉพาะของแต่ละบุคคล รวมทั้งอุปนิสัยของแต่ละบุคคล ในการเลือกซื้อสินค้าได้ โดยปกติระบบจะมีหลักการทำงานที่สำคัญ ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ลักษณะเด่นของสินค้าลงในฐานข้อมูล (Database) การเก็บรวบรวมประวัติพฤติกรรมของลูกค้า/ผู้บริโภค การวิเคราะห์ความเกี่ยวข้อง/ความสัมพันธ์ระหว่างประวัติของผู้บริโภคกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าเฉพาะอย่าง โดยระบบจะประมวลผลด้วยการนำข้อมูลทางสถิติ ความน่าจะเป็น หรือขั้นตอนวิธีแบบต่าง ๆ ที่ผู้ประกอบการนำมาประยุกต์ให้ตรงกับกิจการของตนเอง (แสงเพชร พระฉาย และคณะ, 2562)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น การที่วิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถช่วยภาครัฐในการแก้ปัญหาทางสังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นกลไกที่รัฐบาลหลายประเทศ เช่น อังกฤษ แคนาดา สิงคโปร์ เป็นต้น ได้เล็งเห็น ความสำคัญโดยสนับสนุนทั้งนโยบายและเงินกองทุนให้วิสาหกิจเพื่อสังคมมีความเข้มแข็ง และเป็นเรื่องน่ายินดี ที่ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ได้ออกมาตรการสนับสนุนการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคม (สุวัฒน์ ทองธนากุล, ม.ป.ป.) เนื่องจากวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นกิจการที่รัฐบาลเล็งเห็นว่า ช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย และ สิ่งที่สำคัญ คือ การที่รัฐบาลได้มีส่วนในการส่งเสริม ให้ภาคเอกชนและประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ วิสาหกิจเพื่อสังคมจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนา และแก้ไขปัญหาในในประเทศ ทั้งนี้ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินกิจการ ให้อยู่รอดได้ ดังนั้น ความสำเร็จและการส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนจึงสำคัญ และ เพื่อให้ การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วตามนโยบาย การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาในเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล” เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยที่เป็น ตัวกำหนดความสำเร็จในการประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคมซึ่งเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจ เพื่อสังคมของประเทศไทยให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นกลไกที่สำคัญในการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำ ทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งจะทำให้ประเทศสามารถพัฒนาได้ต่อไป

## 1.2 คำถามการวิจัย

- 1.2.1 ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล
- 1.2.2 ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมได้มีการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) หรือไม่ อย่างไร และส่งผลกระทบอย่างไรต่อความสามารถในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน
- 1.2.3 ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย ผู้ประกอบการได้มีการปรับตัวหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบ การดำเนินการอย่างไรบ้าง และผู้ประกอบการมีแนวคิดอย่างไรต่อการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

## 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.3.1 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

1.3.2 เพื่อศึกษาการนำแนวคิดการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมไปใช้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม

1.3.3 เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมของผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อเป็นการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

#### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนเพื่อเป็นข้อมูลให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเป็นประโยชน์โดยตรงต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่จะนำไปพิจารณาหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งเสริมสร้างปัจจัยที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานและผลจากการวิจัยเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

1.4.2 ได้ทราบถึงการใช้แนวคิดการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม

1.4.3 ได้ทราบถึงแนวทางการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมของผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

#### 1.5 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย ได้กำหนดขอบเขต ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์: ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยจำนวน 216 ราย

1.5.2 ขอบเขตเนื้อหาการวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง ความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

1.5.3 ขอบเขตด้านเวลา เก็บข้อมูลช่วงเวลา ธันวาคม พ.ศ. 2564 - มกราคม พ.ศ. 2566

1.5.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

#### 1.6 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

**วิสาหกิจเพื่อสังคม** คือ บริษัท ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือนิติบุคคลอื่นที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือกลุ่มกิจการเพื่อสังคมที่เป็นบุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล ชุมชน หรือนิติบุคคล และดำเนินกิจการที่เกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายสินค้า หรือบริการ โดยกิจการมีวัตถุประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลัก และได้รับการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติฯ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม, ม.ป.ป. ก)

**บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด** คือ นิติบุคคลที่ดำเนินงานในรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) มีการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดเป็นบริษัทกลางให้ เป็นเครือข่ายเดียวกันในระดับจังหวัด และทั่วทั้งประเทศ โดยจัดให้มีบริษัทประชาธิปไตยรักสามัคคีตามด้วยชื่อของจังหวัดทั้ง 76 จังหวัดเข้าร่วมถือหุ้นในบริษัทกลาง ซึ่งจะร่วมกันช่วยพัฒนาเศรษฐกิจภายในชุมชนในเรื่อง

บริหารจัดการองค์ความรู้ ส่งเสริม/พัฒนาสินค้าและรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้าและมาตรฐาน การรับรองสินค้า การขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา และการช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าในชุมชน เป็นต้น (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2561)

**ปัจจัยภายในกิจการ (Internal Factors)** คือ ปัจจัยต่างๆ ที่อยู่ภายใต้การควบคุมขององค์กร อาทิ โครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ เครื่องจักร บุคลากร เงินทุน อาคารสถานที่ และการดำเนินงานต่างๆ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรถือเป็นกระบวนการประเมินเกี่ยวกับทรัพยากร และสมรรถนะภายในองค์กร (พิรญา ชื่นวงศ์และวิจิต อุ๋อัน, 2558)

**ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR)** หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งรวมถึงพนักงานของบริษัท ลูกค้า/ผู้บริโภค ผู้คนในชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ ประชาชนในสังคม เน้นในเรื่องของการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยธุรกิจจะแสดงความรับผิดชอบต่อครอบคลุม ทั้งหมด 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เริ่มตั้งแต่การคิดวางแผนกลยุทธ์และตัดสินใจในเรื่อง การตลาด การประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานขององค์กร (ฐปนีย์ วิชญธน, 2555)

**ปัจจัยภายนอกกิจการ (External Factors)** หมายถึง ปัจจัยที่กิจการไม่สามารถควบคุมได้ มีอยู่ภายนอกองค์กรหรือบุคคล ปัจจัยภายนอกจะสามารถส่งผลกระทบต่อผู้วิเคราะห์ได้ ทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อประสิทธิภาพการทำงาน การตัดสินใจ และผลลัพธ์ของการดำเนินงาน ตัวอย่างปัจจัยภายนอก เช่น ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้จัดการจำหน่าย ตลาด อุปสงค์ของตลาด การแข่งขัน สภาพเศรษฐกิจ และรัฐบาล เป็นต้น (เชาวลิต ประสิทธิ์, 2561)

**เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy)** หมายถึง การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศโดยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลหรือไอทีเข้ามาใช้เพื่อส่งเสริมการเพิ่มผลผลิต เพิ่มผลงานโดยใช้เวลาน้อยลงและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้ารวมทั้งบริการต่าง ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างชาติ อีกทั้งยังทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ มากมายในแทบทุกสาขาทางเศรษฐกิจ (ศิรินทิพย์ กุลจิตรตรีและคณะ, 2563)

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎี

- 2.1.1 วิสาหกิจเพื่อสังคม
- 2.1.2 แนวคิดด้านความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมและการจัดการองค์กรสู่ความยั่งยืน
- 2.1.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน
- 2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR)
- 2.1.5 ทฤษฎีการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESTEL Analysis) และเศรษฐกิจดิจิทัล

#### 2.2 งานวิจัยในอดีต

#### 2.3 สมมติฐานงานวิจัย

#### 2.4 กรอบแนวคิด

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎี

##### 2.1.1 วิสาหกิจเพื่อสังคม

วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) คือ ธุรกิจที่ไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อแสวงหากำไรสูงสุด แต่มีเป้าหมายหลักในการพัฒนา ส่งเสริม ช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาสังคมหรือสิ่งแวดล้อม สำหรับการแสวงหารายได้ สร้างผลกำไร เพื่อให้ธุรกิจสามารถพึ่งพาตนเองได้และดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งสามารถสร้างผลลัพธ์ทางสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม จึงมีความแตกต่างจากองค์กรหรือธุรกิจทั่วไปที่มีเป้าหมายเพื่อแสวงหาผลกำไรเป็นหลัก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม, ม.ป.ป.)

วิสาหกิจเพื่อสังคมถือเป็นองค์กรหรือกิจการที่มีวัตถุประสงค์หลักในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อมโดยมิได้มุ่งแสวงหาผลกำไรหรือผลประโยชน์ตอบแทนทางการเงินสูงสุดเพียงอย่างเดียว แต่มุ่งหมายให้ผลตอบแทนทางการเงินเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความต่อเนื่องในการดำเนินกิจการ และมีกระบวนการในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคมหรือสิ่งแวดล้อมซึ่งจะก่อให้เกิดความสมดุลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (จิระ พุ่มพวงและกัญญา จงจักรพันธ์, 2565)

นอกจากนี้ ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 (พระราชบัญญัติฯ) "วิสาหกิจเพื่อสังคม" คือ บริษัท ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หรือหมายถึงกลุ่มของกิจการเพื่อสังคมที่เป็นบุคคลธรรมดา ชุมชน กลุ่มบุคคลหรือนิติบุคคล ซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิต บริการหรือจำหน่ายสินค้า โดยมีเป้าหมายหลักของกิจการคือทำเพื่อสังคม และได้รับการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติฯ ทั้งนี้ วิสาหกิจเพื่อสังคม ประกอบด้วย 2 ประเภท (สมาคมธุรกิจเพื่อสังคม, 2565) อันได้แก่

- 1) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ต้องการแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วนไม่เกิน 30% ของกำไร

ทั้งหมด โดยมีหลักเกณฑ์ คือ มีรายได้ไม่น้อยกว่า 50% จากการจำหน่ายสินค้าหรือการบริการตามที่คณะกรรมการกำหนด

2) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่ต้องการแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วน เนื่องจากวิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทนี้อาจมีรายได้ไม่น้อยกว่า 50% จากการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ นั่นคือ วิสาหกิจเพื่อสังคมนี้อาจมีรายได้จากเงินบริจาคหรือเงินลงทุนที่มีอยู่

ดังนั้น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเข้าใจผิด ห้ามไม่ให้บุคคลใดใช้คำว่า "วิสาหกิจเพื่อสังคม" ในชื่อกิจการ เว้นแต่จะได้รับการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติฯ นี้

วิสาหกิจเพื่อสังคมจำเป็นต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการในข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้ (1) เพื่อเป็นการส่งเสริมการจ้างงานแก่บุคคลผู้สมควรได้รับการส่งเสริมเป็นพิเศษ (2) เพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และ (3) เพื่อเป็นประโยชน์แก่ส่วนรวมหรือค้ำประกันประโยชน์แก่สังคม

ทั้งนี้ คำว่า "สังคม" ในชั้นกรรมาธิการได้ระบุอย่างชัดเจนว่า ให้หมายรวมถึงการศึกษา การสาธารณสุข ความยากจน และการท่องเที่ยว ซึ่งอาจมีประกาศเพิ่มเติมโดยรัฐมนตรีกำหนดได้



ภาพที่ 2.1 : วิสาหกิจเพื่อสังคม มีหลักเข้าใจง่าย ๆ 5 ประการ

ที่มา : สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง, ม.ป.ป.

นเรศ เหล่าพรรณราย (2563) ได้อธิบายถึงข้อดีของการจดทะเบียนธุรกิจเป็น “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ว่า (1) สามารถเปิดระดมทุนให้มีนักลงทุน ประชาชนทั่วไปหรือกองทุน VC ร่วมลงทุนได้โดยไม่ต้อง

รายงานต่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) เพื่อให้การระดมทุนนั้น ๆ เป็นไปได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว (2) บริษัท หรือองค์กรธุรกิจใด ๆ ที่สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่น ให้การสนับสนุนด้านเงินทุน จะสามารถนำวงเงินนั้นไปเป็นส่วนหนึ่งของการลดหย่อนภาษีนิติบุคคลได้ และ (3) ได้ปรับรูปแบบธุรกิจให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมมากขึ้น ขณะเดียวกันยังมีโอกาสได้รับการระดมทุนจากองค์กรธุรกิจที่มีขนาดใหญ่

สำหรับประเด็นข้อเสนอการส่งเสริมและสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจเพื่อสังคม (วิภาภรณ์ ชัยรัตน์, 2560) มีการกำหนดสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อาทิ

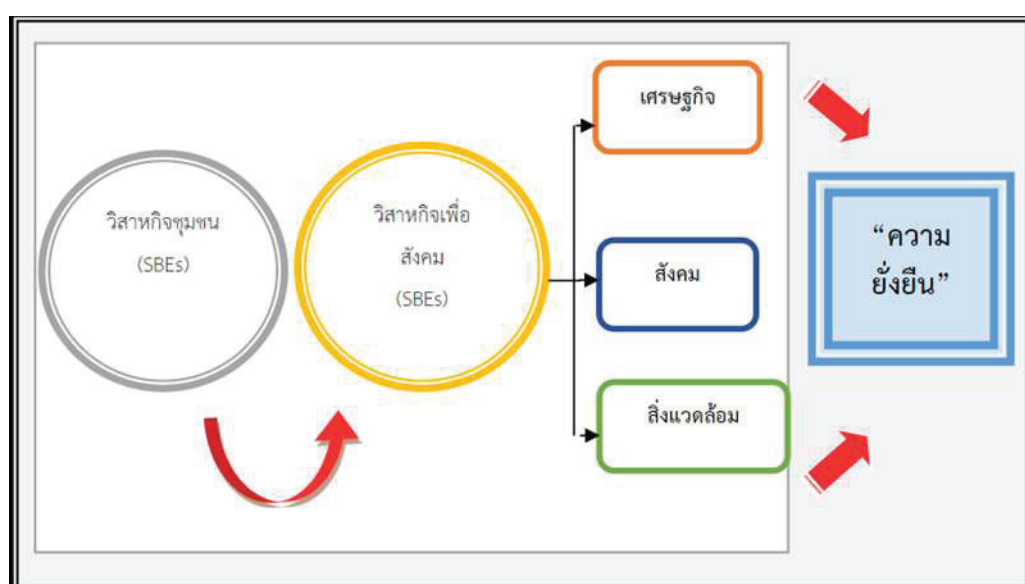
1) ให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนในระยะเริ่มแรกของการประกอบกิจการ ทั้งนี้ ต้องมีการกำหนดระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี โดยสามารถขยายระยะเวลาได้ไม่เกิน 4 ปี

2) ได้รับสิทธิพิเศษเป็นประโยชน์ทางภาษี

3) ให้สิทธิพิเศษในการกู้ยืมเงินจากธนาคารซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจ โดยเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด

4) การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่บุคคล หรือนิติบุคคลที่ลงทุนโดยตรงในหุ้นของวิสาหกิจเพื่อสังคม และการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่บุคคล หรือนิติบุคคลที่ถือหุ้นในวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านกองทุนรวม หรือช่องทางการลงทุนอื่น ๆ ทั้ง 2 สิทธินี้ถือเป็นมาตรการส่งเสริมการลงทุน

5) มาตรการส่งเสริมการจัดซื้อจัดจ้างภาคเอกชนโดยให้สิทธิแก่นิติบุคคลผู้ซื้อสินค้า หรือบริการ บางประเภทจากวิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถนำไปหักค่าใช้จ่ายในการคำนวณภาษีเงินได้นิติบุคคลได้ในอัตราเป็นพิเศษ



ภาพที่ 2.1 : การยกระดับวิสาหกิจชุมชนสู่วิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อความยั่งยืน

ที่มา : ภัทราภรณ์ จุมพรม, 2564

นอกจากนี้ วิสาหกิจเพื่อสังคม (SEs) และวิสาหกิจชุมชน (CBEs) เป็นแนวคิดที่มีความคล้ายคลึงกัน จึงมักถูกเข้าใจผิดจากประชาชนทั่วไป ว่าทั้งสองแนวคิดนี้เป็นเรื่องเดียวกัน กล่าวคือ วิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นนวัตกรรมทางสังคมที่ใช้รูปแบบและกลยุทธ์เชิงธุรกิจแต่มีเป้าหมายหลักเพื่อแก้ปัญหาสังคม โดยมุ่งสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจควบคู่กับพัฒนาสังคม รวมถึงสิ่งแวดล้อม ส่วนวิสาหกิจชุมชนเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน มีการสร้างรายได้จากการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น และได้มีการพัฒนารูปแบบการบริการจัดการเพื่อให้คนในท้องถิ่น/ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ และสามารถสร้างความสามารถทางการแข่งขัน รวมถึงสามารถขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในระดับที่สูงขึ้นในอนาคต ดังนั้น การยกระดับหรือขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนให้กลายเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมจะเป็นแนวทางที่สำคัญในการช่วยให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต (ภัทรภรณ์ จุมพรม, 2564)

### 2.1.2 แนวคิดด้านความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมและการจัดการองค์กรสู่ความยั่งยืน

ในประเทศไทย ผลสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการประกอบกิจการที่มีความมั่นคง ส่งผลให้สังคมมีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น รวมถึงได้รับการพัฒนา และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมได้ โดยเงื่อนไขของความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคม ประกอบด้วย (1) การบริหารจัดการที่ดี (2) การมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ (3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความคิดสร้างสรรค์ (4) การมีส่วนร่วมของชุมชน และ (5) การร่วมมือจากเครือข่าย (วนิสรา จันทร์กมล และคณะ, 2565) โดยผู้ประกอบการเพื่อสังคมที่ดีต้องมีแนวทางเชิงกลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วยการทำงานเชิงรุก การกล้าเสี่ยงและมีความรู้ด้านนวัตกรรม (Schollhammer, 1982)

สำหรับในต่างประเทศ ปัจจัยที่ส่งผลให้วิสาหกิจเพื่อสังคมประสบความสำเร็จประกอบด้วย ปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ (1) ภารกิจเพื่อสังคม (2) นวัตกรรมสังคม และ (3) ผลกระทบทางสังคม เป็นสิ่งสำคัญในการทำให้เกิดมูลค่าทางสังคม ซึ่งถือเป็นผลผลิตหลักของวิสาหกิจเพื่อสังคม และปัจจัยหลักที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมประสบความสำเร็จ ได้แก่ เป้าหมายทางสังคม ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม นวัตกรรมทางสังคม ขีดความสามารถทางการแข่งขัน ความสามารถในการขยายกิจการ การเชื่อมสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความเป็นเจ้าของ/มีส่วนร่วมของสังคม และมีผลสัมฤทธิ์ทางสังคม (รัตพงษ์ สอนสุภาพและบุญสม เกษะประดิษฐ์, 2561). และได้มีความร่วมมือสร้างกรอบการทำงานสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของการยอมรับว่าการเติบโตของภาคกิจการเพื่อสังคม ไม่เพียงแต่นำเสนอโอกาสในการลงทุนที่มีคุณค่าทางการเงิน แต่ยังยึดมั่นในคำมั่นสัญญาว่าจะมีส่วนสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (The Rockefeller Foundation, 2012)

ทั้งนี้ การจะระบุว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมประสบความสำเร็จหรือมีความสามารถในการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืนประกอบด้วย

### 1) มีความยั่งยืนทางการเงิน

ผลสัมฤทธิ์หลักของวิสาหกิจเพื่อสังคมพิจารณาจากการทำให้กิจการอยู่รอดและมีการนำผลกำไรไปสร้างผลกระทบทางสังคมได้ เช่น ชุมชนมีมาตรฐานคุณภาพชีวิตดีขึ้นและเกิดการจ้างงานในชุมชน ซึ่งผู้ประกอบการต้องพยายามหาช่องทางที่จะเพิ่มรายรับ และพยายามลดรายจ่าย โดยลูกค้ายังได้รับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเหมือนเดิม โดยเป็นมาตรวัดความสำเร็จที่เป็นที่ยอมรับกัน อีกทั้งสิ่งสำคัญคือ วิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถสร้างความยั่งยืนทางการเงิน จากการขายสินค้าหรือบริการ โดยกำไรที่เกิดขึ้นจะนำไปลงทุนซ้ำ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมสูงสุด (เกศินี ประทุมสุวรรณ และพีรพัฒน์ พันศิริ, 2564)

### 2) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า

วิสาหกิจเพื่อสังคมต้องมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ โดยการสร้างคุณค่า (Value) ให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ คำว่า “คุณค่า” นั้น หมายถึง การรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ในขณะที่ทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภค คุณค่า หมายถึง สิ่งตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของลูกค้า ซึ่งหากเป็นศาสตร์ทางด้านกลยุทธ์นั้น คุณค่าจะหมายถึง สิ่งที่คุณเชื่อเต็มใจที่จะจ่าย ดังนั้น คุณค่าจึงมีความหมายที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความแตกต่างของวัฒนธรรม สถานการณ์ในการใช้จ่าย ข้อเสนอที่จับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ และลักษณะของลูกค้า เป็นต้น (บุษกร ปิงประเสริฐ และคณะ, 2563)

### 3) การสร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ

วิสาหกิจเพื่อสังคมมีข้อกำหนดว่าสำหรับกรณีที่เป็นกิจการจำหน่ายสินค้า สินค้าส่วนใหญ่ของกิจการต้องเป็นสินค้าสุขภาพ คือ เน้นประโยชน์ต่อสุขภาพ หรือเพื่อประโยชน์ทางสังคม มากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 30 หากกรณีที่วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นกิจการบริการ ส่วนใหญ่ของกิจการต้องเป็นบริการเพื่อประโยชน์ต่อสังคม มากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 30 (สถาบันวิทยาการตลาดทุน, ม.ป.ป.)

### 4) การส่งเสริมนวัตกรรมทางสังคมและความคิดสร้างสรรค์

วิสาหกิจเพื่อสังคมมุ่งสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกให้กับสังคม จึงไม่อาจปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จได้ด้วยแนวคิดและวิธีการทางธุรกิจทั่วไปได้ สำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น ผู้ประกอบการต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในรูปของนวัตกรรมทางสังคม โดยนวัตกรรมทางสังคม ส่งผลให้เกิดการสร้างสิ่งใหม่จากความคิดสร้างสรรค์ อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือรูปแบบการพัฒนาที่เป็นที่ยอมรับ มีจุดประสงค์เพื่อแก้ไขและตอบสนองต่อปัญหาทางสังคม นอกจากนี้ วิสาหกิจเพื่อสังคมยังต้องขยายการพัฒนาไปยังสังคมอื่นๆ ได้ทั้งนี้นวัตกรรมเพื่อสังคม มีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 อย่าง ได้แก่ (1) ตรงตามความต้องการของสังคมและมีความใหม่ (2) สามารถกระจายไปสู่สังคมและได้เกิดขึ้นได้จริง และ (3) ในสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, 2553)

### 5) การได้รับความเชื่อมั่นจากพนักงาน

วิสาหกิจเพื่อสังคมมีการสนับสนุนความผูกพันต่อองค์กรเพื่อให้สามารถดำเนินวิสาหกิจได้อย่างราบรื่น โดยสนับสนุนให้พนักงานที่มีความใส่ใจต่องานที่พวกเขาทำอยู่ มีความภูมิใจในงานที่ทำ มีความผูกพันกับงานที่ทำและยึดมั่นผูกพันกับองค์กรที่พวกเขาทำอยู่ รวมถึงมีการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ และส่งเสริมให้พนักงานเจริญก้าวหน้าโดยส่งไปรับการฝึกอบรมต่าง ๆ (จิราภรณ์ รังศรีและพิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2564)

ดังนั้น ตัวบ่งชี้ที่วัดความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นมี 5 องค์ประกอบ คือ มีความยั่งยืนทางการเงิน การตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ การส่งเสริมวัฒนธรรมทางสังคมและความคิดสร้างสรรค์ และการได้รับความเชื่อมั่นจากพนักงาน ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ใช้เป็นเครื่องมือวัดความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมได้

สำหรับการจัดการองค์กรสู่ความยั่งยืนนั้น อธิบายได้ ดังนี้

การบริหารจัดการ (Management) หมายถึง ชุดของหน้าที่/กระบวนการต่าง ๆ ที่ใช้ทรัพยากรทั้งหลายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยความสำเร็จของการบริหารจัดการจึงจำเป็นต้องมีทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลควบคู่กันการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพนั้น หมายถึง การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเฉลียวฉลาดเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร สำหรับการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพนั้น หมายถึง มีการปฏิบัติงานสำเร็จตามแผนการที่กำหนดไว้ด้วยการการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (Right decision) (สิริกันต์ สิทธิไทย, 2564)

การบริหารจัดการเป็นกระบวนการที่กำหนดขึ้นจากศิลปะการบริหารรวมกับความรู้ทางวิชาการในการนำทรัพยากรทางการบริหารมาใช้สร้างสรรค์ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและผลสำเร็จตามที่ธุรกิจคาดหวังไว้ การบริหารจัดการนั้นเป็นกลยุทธ์ในการนำเอาทรัพยากรต่าง ๆ เช่น คน เงิน วัสดุ และอุปกรณ์มาประสานเข้าด้วยกันและประกอบด้วยดัชนีชี้วัด 4 ตัว ได้แก่ การวางแผน, การจัดองค์การ, การขึ้นและสั่งการ และการควบคุม เพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถทำให้องค์กรอยู่รอด และเติบโตได้อย่างยั่งยืน (กาญจนา ทวีพันธ์และคณะ, 2563)

Corporate Sustainability Performance (CSP) หรือการดำเนินกิจการอย่างยั่งยืน คือ องค์กรหรือกิจการนั้น ๆ ได้กระทำเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยคำนึงถึงปัจจุบันและอนาคตไปพร้อมกันด้วยการสร้างความสมดุลระหว่าง 3 ด้าน (Elkington, 1998b) ซึ่งหากเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมจะคำนึงถึงการสร้างความสมดุลของทั้ง 3 ด้านเช่นกัน (ปราโมทย์ ยอดแก้ว และคณะ, 2563) ได้แก่

1) Economic performance : ด้านเศรษฐกิจ เป็นการที่วิสาหกิจเพื่อสังคม มีความสามารถในการทำกำไรจากการทำงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยส่วนประกอบของความยั่งยืนทางเศรษฐกิจนั้น สังคมต้องสร้างความเจริญเติบโตที่ทำให้เกิดรายได้ที่เหมาะสม ในขณะที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งทุนที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ ทุนมนุษย์และทุนธรรมชาติ เป้าหมายพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจ 3 ประการ คือ (1) การเพิ่มขึ้น

ในการผลิตสินค้าและบริการ (2) การตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของประชาชน หรือลดปัญหาความยากจน และ (3) ทำให้เกิดการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมเพิ่มมากขึ้น

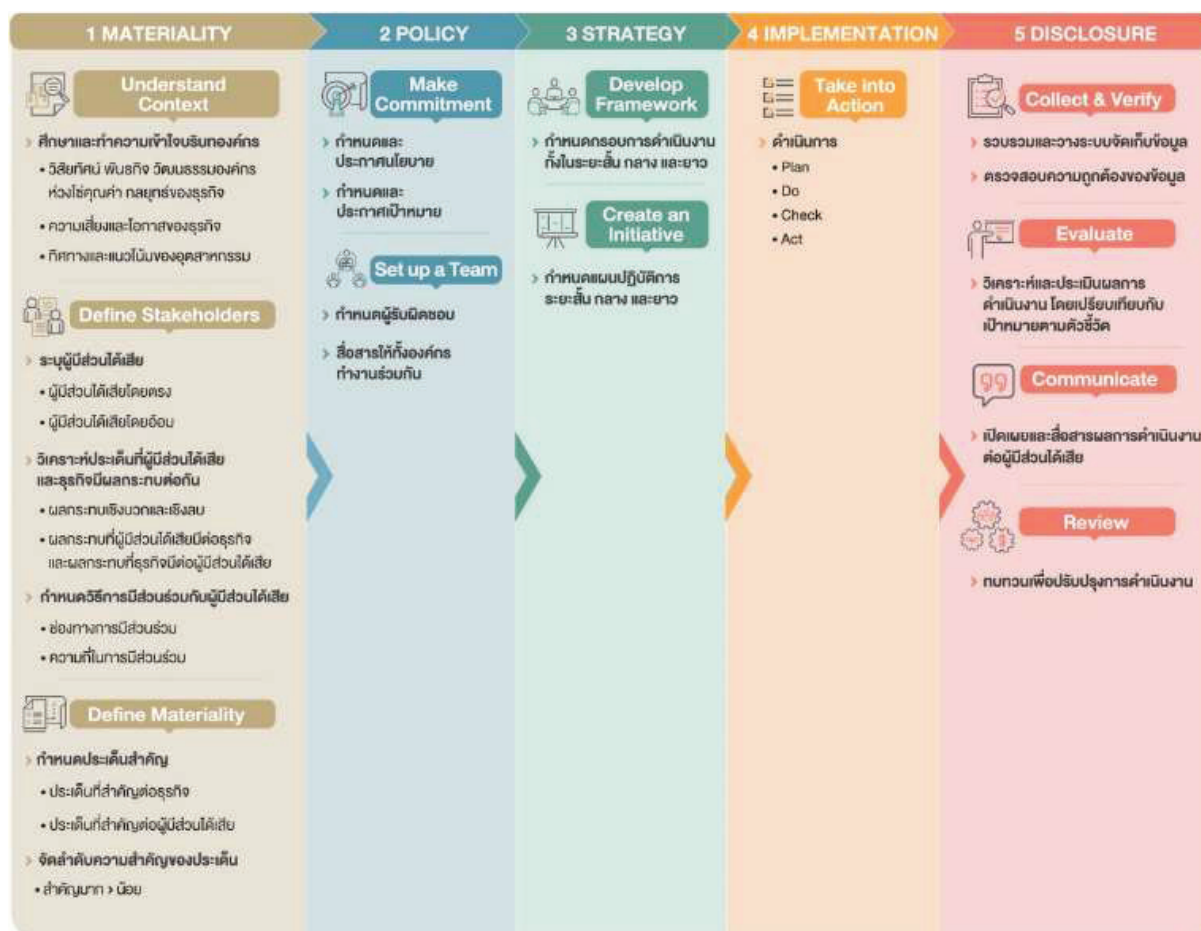
2) Social performance : ด้านสังคม เป็นความสามารถของวิสาหกิจเพื่อสังคมในการสร้างสถานะและกิจกรรมเกี่ยวกับการรับภาระผูกพันทางสังคม การให้ความสำคัญกับคนในชุมชนและบุคลากร เพื่อให้คนในชุมชน และบุคลากรได้รับความยุติธรรม ตลอดจนสร้างโอกาสอย่างเท่าเทียมควบคู่ไปกับการเจริญเติบโตขององค์กร โดยด้านสังคมนี้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาในระยะยาว ส่วนประกอบของการพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องวางอยู่บนรากฐานของ 2 หลักการ คือ หลักความยุติธรรม และหลักความเท่าเทียมกัน ที่มีการเข้าถึงทรัพยากรและโอกาสของคนในสังคมอย่างเท่าเทียมกัน สิทธิมนุษยชน รวมทั้งผลประโยชน์อื่นๆ เช่น อาหาร การศึกษา การสาธารณสุขที่อยู่อาศัยและโอกาสในการพัฒนาตนเองต่าง ๆ

สำหรับความเป็นธรรมในสังคมนี้ มัมนยยะถึงโอกาสที่เท่าเทียมกันของประชาชนทุกคนในด้านการศึกษาและการมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างผลิตภาพให้แก่สังคม สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เกิดเป้าหมายทางสังคมทั้งด้านความเป็นธรรมในสังคม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ และเกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน

3) Environmental performance : ด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง การรักษาไว้ซึ่งทุนธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นป่าไม้ แม่น้ำ ภูเขา แร่ธาตุ เป็นการใช้ทรัพยากรอันเป็นสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติอย่างยั่งยืน รวมถึงดำรงอยู่ไว้ซึ่งสิ่งๆ ที่ทำให้ส่วนประกอบต่าง ๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยไม่ถูกระทบกระเทือนความมีเสถียรภาพของระบบนิเวศของโลก โดยเป็นความสามารถของวิสาหกิจเพื่อสังคมในการสร้างประโยชน์แก่สิ่งแวดล้อม ในขณะที่เดียวกันก็ต้องส่งผลกระทบหรือเอาไรด์เอาเปรียบสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติให้น้อยที่สุด เพื่อให้เกิดการพัฒนาสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกับการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่น การจัดการของเสียและมลภาวะ หรือการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า

กิจการเพื่อสังคมให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของส่วนรวมและโลกมากกว่าผลกำไรของผู้ถือหุ้น โดยได้รับการประเมินจากภายนอก รวมถึงความเป็นเจ้าของ จริยธรรม พันธกิจ รายได้ส่วนเกิน ทั้งนี้ได้มีการใช้ผลกำไรและรายได้เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social Enterprise Alliance, 2017) ความตั้งใจที่จะบรรลุความสำเร็จคือการจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญคือ ทรัพยากร ความสามารถ และคุณสมบัติขององค์กรที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด และสามารถกำหนดความสำเร็จในอนาคตที่เป็นไปได้โดยตัวแปร 10 ประการที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคม ได้แก่ (1) ภาวะผู้นำที่เข้มแข็ง (2) แรงจูงใจและความมุ่งมั่นของพนักงาน (3) แนวทางกฎหมาย/กฎระเบียบที่ดี (4) แนวคิดเชิงนวัตกรรมที่สร้างสรรค์ (5) ความเชี่ยวชาญด้านการจัดการ (6) คุณสมบัติส่วนบุคคลที่สำคัญในการให้บริการ (7) ได้รับความร่วมมือจากภาครัฐ (8) การมีทุนทางสังคม (9) การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และ (10) การมีบันทึกทางการเงินที่ถูกต้อง (Wronka, 2013)

การดำเนินกิจการใด ๆ สิ่งที่สำคัญ คือ ต้องเผชิญกับความท้าทาย (Challenge) ในหลายด้าน นำมาซึ่งความเสี่ยงและโอกาส ดังนั้น เพื่อให้กิจการอยู่รอดและเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาตนเองและปรับตัวอยู่เสมอ สำหรับ “เรื่องสำคัญ” ที่ทุกกิจการต้องขับเคลื่อนและบูรณาการอย่างเป็นรูปธรรมนำมาสู่การพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืน สามารถทำได้หลายรูปแบบของแต่ละองค์กร และมีกระบวนการหลัก 5 ประการในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืน ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 : กระบวนการหลัก 5 ประการในการขับเคลื่อนกิจการสู่ความยั่งยืนระดับองค์กร

ที่มา : มณีรัตน์ จันทรหนิ้ว และคณะ, 2565

หลักการของการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมสู่ความยั่งยืน คือ การที่กิจการให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ มีการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในกระบวนการดำเนินธุรกิจควบคู่กับการมีระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีประสิทธิภาพในการบริหารความเสี่ยง โดยผลสัมฤทธิ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วยบริบทการเข้าถึงทรัพยากร การบริหารการตลาด การบริหารทางการเงิน และการบริหารจัดการในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรนั้นจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการองค์การเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และ

รูปแบบของการบริหารจัดการนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการกำหนดความสำเร็จของกิจการ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ธุรกิจสามารถควบคุมและกำหนดทิศทางในการปฏิบัติได้ ตัวแปรเกี่ยวกับรูปแบบ และวิธีบริหารจัดการขององค์กร แบ่งออกได้เป็น 5 หมวด ดังต่อไปนี้ (มณีรัตน์ จันทรหนิ้ว และคณะ, 2565)

#### 1) วัฒนธรรมองค์กร

เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมดำรงอยู่ได้ และเกิดความก้าวหน้าต่อกิจการ โดยวัฒนธรรมขององค์กรที่ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องประกอบด้วยผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ในการบริหาร มีการกำหนดเป้าหมายธุรกิจที่ชัดเจน การให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายขององค์กร องค์กรควรมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม เช่น การนำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความถูกต้องและประสิทธิภาพของผลลัพธ์ที่ได้ และการให้ความสำคัญกับลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความก้าวหน้าแก่วิสาหกิจเพื่อสังคม

#### 2) การบริหารการผลิต

วิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีกระบวนการผลิตเข้ามาเกี่ยวข้อง หมายถึงการมีโรงงาน เครื่องมือ และอุปกรณ์นับเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง โรงงานควรมีการจัดวางอุปกรณ์และเครื่องจักร ให้สามารถใช้งานได้หลากหลายวัตถุประสงค์ และสามารถควบคุมได้ด้วยเครือข่ายระบบคอมพิวเตอร์มีขนาดการผลิตที่เหมาะสม มีการวางระบบการบำรุงรักษาอุปกรณ์หรือสถานที่ทำงานอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมควรมีกระบวนการด้านคุณภาพโดยการพัฒนาระบบการผลิต และควรนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตนอกจากนี้ วิสาหกิจเพื่อสังคมควรมีการให้ความสำคัญกับผู้ส่งปัจจัยการผลิต เนื่องจากจะทำให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและทันตามความต้องการ

#### 3) การบริหารการตลาด

การบริหารและวางแผนด้านการตลาดตลาดที่ดีนั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถนำพาให้กิจการสามารถประสบความสำเร็จและเจริญเติบโตได้ โดยการบริหารการตลาดควรเริ่มต้นที่การค้นหาความต้องการของลูกค้า และใช้เครื่องมือทางการตลาดต่าง ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และให้ลูกค้าได้รับความพอใจสูงสุด นั่นคือ วิสาหกิจเพื่อสังคมจึงควรมีการให้ความสำคัญในเรื่องกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และการให้บริการหลังการขาย

#### 4) การบริหารการเงิน

วิสาหกิจเพื่อสังคมควรทำบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างเป็นระบบ เนื่องจากทำให้สามารถตรวจสอบเงินทุนหมุนเวียนได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการบริหารทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการที่ดี การจัดทำบัญชี มีแบบแผน และมีการวางแผนร่วมกันของกลุ่มที่ดี มีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษร ช่วยให้การตรวจสอบสามารถทำได้ง่าย โดยให้สมาชิกที่มีความรู้ความสามารถ และมีหน้าที่ของสมาชิกตามความถนัด ตามความสามารถ มอบหมายหน้าที่ภายในกลุ่มให้กับ

สมาชิกที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ ก็ทำให้การบริหารจัดการประสบความสำเร็จ (วันสรา จันทร์กมล , 2565)

#### 5) การบริหารทรัพยากรมนุษย์

พนักงานที่ดีเป็นสินทรัพย์ที่มีค่ามากที่สุดในองค์กร ดังนั้นความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคม นั้นขึ้นอยู่กับการจัดหาคนและการธำรงรักษาไว้ซึ่งพนักงานที่ดี ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจึงควรให้ความสำคัญกับการแสวงหาพนักงานโดยวางแผนการสรรหาและกระบวนการคัดเลือก การจ่ายค่าจ้างที่เป็นธรรม การมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีและปลอดภัย

นอกจากนั้นควรมีการประเมินการทำงานของพนักงานและให้การฝึกอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มพูนทักษะและความรู้ในการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้มาซึ่งคุณภาพและผลลัพธ์ที่ดีในการดำเนินงาน

### 2.1.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

สภาพแวดล้อมภายในองค์กร เป็นสภาวะที่องค์กรสามารถควบคุมได้ แต่องค์กรต้องมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนา เพื่อให้เหมาะสมกับพนักงานในองค์กร รวมถึงบรรยากาศภายในองค์กร โดยทำให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน หรือวางแผนในอนาคต โดยเป็นสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กรทั้งทางบวกและทางลบ (สุมาลี จิระจรัส, 2563)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment Analysis) องค์กรกระทำไปเพื่อให้ทราบถึงจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) ขององค์กร ซึ่งก็คือทรัพยากรและขีดความสามารถต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่เทียบกับคู่แข่ง (บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ , 2559) อีกทั้งเป็นการตรวจสอบและประเมินความสามารถและข้อบกพร่องขององค์กร เพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดอนาคตขององค์กร ตลอดจนส่งเสริมความเข้มแข็งและลดความอ่อนแอของธุรกิจ

ปัจจัยภายในองค์กร ประกอบด้วย

1) บุคลากร หมายถึง ประชากรภายในองค์กร คือ ปัจจัยหรือสิ่งแวดล้อมที่มีความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากบุคลากรเป็นผู้สร้างสินค้า คุณภาพของสินค้าและบริการให้เกิดขึ้นแก่กิจการนั้น จึงเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการที่ต้องพัฒนาบุคลากรของตนโดยการจัดให้มีการฝึกอบรมหรือการสัมมนาเสริมทักษะให้แก่พนักงาน ในขณะเดียวกันพนักงานเองก็ต้องเป็นผู้ที่พร้อมจะเรียนรู้ในสิ่งใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาตนเอง (เอกรา ทรัพย์หิรัญ, 2550) โดยเฉพาะคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินวิสาหกิจให้ประสบความสำเร็จ เพราะเป็นสิ่งที่กำหนดความสำเร็จของกิจการ และเป็นแนวพฤติกรรมการทำงานของธุรกิจโดยรวม (พนทิพย์ ฆารไสว, 2554) การศึกษาว่ามีลักษณะสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้น โดยการศึกษาทำให้ทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมแตกต่างกัน (ประมะ สตะเวทิน, 2564) อายุของบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถและความคาดหวังในการดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างกัน (นิคม จารุมณี, 2544) และรายได้ของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคมแตกต่างกัน (เกรียงไกร ทรัพย์แสนมาและบรรพต วิรุณราช, 2562)

2) เทคโนโลยีและเครื่องจักร หมายถึง วิทยาการที่มีความทันสมัย และกระบวนการผลิตเป็นสากลเป็นที่ยอมรับ เช่น หากต้องการสินค้าที่มีคุณภาพก็ต้องใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย และเทคโนโลยีที่ได้มาตรฐานมาทำการผลิต ตัวอย่างการใช้เทคโนโลยีที่สมัยใหม่ในยุคปัจจุบัน ได้แก่ การติดตั้งเครื่องจักรที่ควบคุมด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตจะต้องเป็นผู้ที่แสวงหาวิทยาการใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพราะเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผู้ที่ก้าวทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ จะสามารถดำเนินงานได้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน (ธนิตพงศ์ ไตรพัฒน์พัชร, 2552)

3) เงินทุน หมายถึง ปัจจัยที่เป็นตัวเงินเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กิจการขับเคลื่อนโดยไม่ติดขัด กิจการบางชนิดจะต้องใช้เงินทุนสูง เช่น แรงงาน ใช้ในการซื้อเครื่องจักร และเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา การโฆษณา การส่งเสริมการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือทำให้กิจการเกิดผลสำเร็จ (ธนิตพงศ์ ไตรพัฒน์พัชร, 2552)

4) การตลาด หมายถึง การนำสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการไปสู่ผู้บริโภค การตลาดมีส่วนสำคัญในการกำหนดตัวสินค้าและบริการที่จะผลิตออกมาโดยอยู่บนพื้นฐานของความต้องการของผู้บริโภค (เอกรา ทรัพย์หิรัญ, 2550)

5) การขนส่ง หมายถึง ขั้นตอนการนำสินค้าออกสู่ตลาด จากที่นำสินค้าไปแปรรูปเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนการขนส่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อต้นทุนของกิจการ (อมรรัตน์ จานง, 2551)

เมื่อต้องการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจความหมายและวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ ทั้งนี้ เนื่องจากภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายในผู้ประกอบการจะต้องใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์โดยนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และการจัดการเชิงกลยุทธ์ ในการวิเคราะห์ที่ดีต้องปราศจากความไม่มีอคติใด ๆ กับปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องและต้องใช้ดุลพินิจที่เป็นพลังความสามารถของผู้บริหารและเป็นทักษะทางความคิดที่สามารถพยากรณ์ในอนาคตได้ในแต่ละระดับของการกำหนดกลยุทธ์และการตัดสินใจในการนำปฏิบัติ โดยต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดที่จะเกิดขึ้นกับองค์กรให้มากที่สุด

นอกจากนี้ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในอาจกระทำโดยใช้แบบจำลอง 7S's Model (เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ, 2565) ซึ่งเกิดจากแนวคิดของ บริษัท แม็ค คินซี (Mc Kinsey) เป็นบริษัทที่ปรึกษาด้านการจัดการธุรกิจที่มีชื่อเสียงของสหรัฐอเมริกา ได้ทำการพัฒนาแบบจำลอง มาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ก็ควรจะทำให้การวิเคราะห์และประเมินปัจจัย 7 ประการในองค์กรในปัจจุบัน โดยปัจจัย 7 ประการประกอบด้วย

1) โครงสร้าง (Structure) หมายถึง การจัดสายงานและความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต่างๆ เพื่อช่วยให้ทราบถึงหน้าที่ ความรับผิดชอบ สายการบังคับบัญชา ขอบเขตของการควบคุม และการประสานงานของสมาชิกในหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กร

2) กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง วิธีการทำงานที่ดีที่สุดที่องค์กรเลือกนำมาใช้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อจัดสรรทรัพยากรภายในองค์กรมีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด สำหรับดำเนินการในช่วงเวลาต่างๆ กัน ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

3) ระบบการดำเนินงาน (System) หมายถึง กระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ในการดำเนินงานภายในองค์กร ระบบมีทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นระบบมีความสอดคล้องกัน เช่น ระบบการจัดเก็บข้อมูล ระบบการจัดทำงบประมาณ ระบบบัญชี ระบบการผลิต ระบบควบคุมคุณภาพ ระบบการติดต่อสื่อสาร รวมถึงระบบการติดตามตรวจสอบข้อมูลสภาพแวดล้อม เป็นต้น

4) พฤติกรรมการบริหารของผู้ประกอบการ (Style) หมายถึง ลักษณะพฤติกรรมที่ผู้บริหารระดับสูงนำมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กร เช่น ภาวะความเป็นผู้นำ การแก้ปัญหา การตัดสินใจ วิธีการบริหารแบบต่างๆ

5) สมาชิก/พนักงาน (Staff) หมายถึง สมาชิกทั้งหมดขององค์กร พนักงานทุกระดับชั้น องค์กรที่มักพิจารณาว่าได้มีการจัดการทรัพยากรปฏิบัติหน้าที่หรือภาระงานให้เหมาะสมตามทักษะความรู้ความสามารถ เพื่อให้สมาชิก/พนักงานขององค์กรทำงานได้อย่างเต็มที่ เต็มใจและเต็มศักยภาพ

6) ทักษะ (Skills) หมายถึง ความรู้และความสามารถที่เป็นจุดเด่นที่สมาชิกมีอยู่ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรมีลักษณะที่แตกต่างไปจากที่อื่น เช่น ทักษะในการบริการ

7) ค่านิยมร่วมของสมาชิก (Shared Values) หมายถึง เป้าหมายสูงสุดที่ถูกกำหนดและเป็นที่ยอมรับจากสมาชิกขององค์กร เป็นค่านิยมที่มีการปลูกฝังให้สมาชิกทุกคนยึดถือเป็นหลักในการปฏิบัติร่วมกัน

องค์กรที่มีศักยภาพ คือ องค์กรที่พัฒนาตัวเองอยู่เสมอ และเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ โดยการใช้ 7s McKinsey ซึ่งเป็นแนวคิดการบริหารสู่ความสำเร็จที่เอื้อต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรม และยังเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับองค์กรในการนำมาใช้ในการแข่งขันเพื่อให้การดำเนินงานต่าง ๆ สามารถสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ๆ หรือวิธีการใหม่ ๆ ที่จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพขององค์กรให้ประสบความสำเร็จได้ตามแผนงานที่วางไว้ (ปิยนันท์ สวัสดิ์ศฤงคาร, 2564)

#### 2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) หรือความรับผิดชอบต่อสังคมถือเป็น 1 ในพันธกิจ การดำเนินงานตามนโยบายของผู้ประกอบการ การตัดสินใจดำเนินงานนั้นต้องเป็นไปในแนวทางที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคม ซึ่งในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Carroll (1991) เป็นนักวิชาการที่มีการอ้างอิงถึงมากที่สุด ได้กล่าวว่า มิติต่างๆ ของความรับผิดชอบต่อสังคม เน้นการที่บริษัทดำเนินกิจการซึ่งประกอบด้วย กฎหมาย จริยธรรม เศรษฐกิจ และสำคัญที่ การช่วยเหลือส่วนรวมตามความคาดหวังของสังคม ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งต่อมาได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายที่แตกต่างออกไปแต่สิ่งที่เหมือนกัน คือ การดำเนินงานด้วยความสมัครใจ เน้นที่จริยธรรมของบริษัท

ในเรื่องการทำดีต่อสังคม และเห็นประโยชน์ของสังคมมากกว่าองค์กร (ศิริรัตน์ ตรงวัฒนวุฒิและปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์, 2565)

แนวคิดของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่มีส่วนสำคัญ คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการช่วยพัฒนาองค์กรให้มีความยั่งยืนภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและประสบความสำเร็จ ในปัจจุบัน ความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ CSR เป็นคำที่เป็นที่รู้จักและปฏิบัติกันอย่างแพร่หลาย โดยมักสื่อถึงการอาสาสมัคร (Volunteer) การบริจาค (philanthropy) และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ CSR ได้ผนวกกับมาตรฐาน ISO 26000 อย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2553 จึงเป็นปัจจัยเร่งรัดให้องค์กรต้องปรับตัว/เปลี่ยนแปลง รวมทั้งปรับทิศทางการดำเนินกิจการที่มีความสำนึก/รับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ ปัญหาที่สำคัญคือ องค์กรบางแห่งไม่เข้าใจในบริบทของ CSR อย่างถ่องแท้ ดังนั้น เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อม ผู้ประกอบการจึงต้องศึกษา สร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ปรับเปลี่ยนแนวคิดเพื่อสร้างภาพลักษณ์เป็นการสร้าง “คุณค่า” ให้แก่สังคมและองค์กร (พระครูธรรมศุต (สุทธิพจน์ สุทธิวจโน) และคณะ, 2565)

CSR as Process ถือเป็นต้นกำเนิดของวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งเป็นการผนวกแนวคิดการบริหารจัดการแบบผู้ประกอบการ (ธุรกิจ) กับนักพัฒนาสังคม (สังคม) หรือที่เรียกโดยทั่วไปว่า Social Entrepreneurship หรือผู้ประกอบการทางสังคม ที่เน้นการแบ่งรายได้จากการดำเนินงานขององค์กรมาทำประโยชน์เพื่อสังคม โดยจะไม่เน้นเป็นกิจกรรมของการประกอบการในทางพาณิชย์ ซึ่งแตกต่างจากองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรที่ใช้ CSR เป็นแนวทางในการทำงาน (Mair & Marti, 2004) ในช่วงเวลาต่อมา เกิดแนวคิดที่ว่า หากสังคมที่เราอยู่ก้าวหน้าจะทำให้ธุรกิจขยายขนาดของและมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดปัญหาทางสังคมที่เพิ่มมากขึ้น จนส่งผลกระทบต่อสถานะของชุมชน ประชาชน ตลอดจนสภาพสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ และหากไม่ได้มีการแก้ไขอย่างถูกต้อง ปัญหาจะมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น จนเป็นการยากที่หน่วยงานภาครัฐจะรับมือได้ทั้งหมด เนื่องจากขาดแคลนทั้งกำลังคน งบประมาณ รวมทั้งวิธีการบริหารจัดการ นั่นคือ รัฐบาลมีความจำเป็นอาศัยความช่วยเหลือจากหน่วยงานของภาคเอกชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมและสนับสนุนสังคม ชุมชนในการแก้ปัญหาต่าง ๆ โดยเริ่มตั้งแต่การจัดกิจกรรมหรือดำเนินการเพื่อช่วยเหลือสังคมในบางประเด็นหรือบางปัญหา ที่เรียกว่าเป็น “กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility, CSR)” ซึ่งส่วนใหญ่ลักษณะเป็นโครงการระยะสั้นและเป็นการดำเนินงานแบบไม่ถาวร (ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ, 2558)

| วิสาหกิจเพื่อสังคม<br>(Social Enterprise)                                                                                         | กิจกรรมเพื่อสังคม<br>(Corporate Social Responsibility)            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| องค์กรที่แสวงหากำไรหรือไม่ก็ได้ แต่หากมีกำไรจะนำกำไรนั้น ไปขยายหรือลงทุนในกิจกรรม เพื่อสังคมต่อหรือแบ่งปันให้เจ้าของได้ในส่วนน้อย | รับผิดชอบต่อสังคม ภายหลังจากที่ธุรกิจมีความมั่นคงในระดับหนึ่งแล้ว |

| วิสาหกิจเพื่อสังคม<br>(Social Enterprise)                                      | กิจกรรมเพื่อสังคม<br>(Corporate Social Responsibility) |
|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| มีข้อกำหนดตายตัวในเรื่องการจัดสรรสัดส่วนของกำไรเพื่อนำมาใช้ในการช่วยเหลือสังคม | กำไรถูกแบ่งให้แก่ผู้ถือหุ้น และสมาชิกก่อน              |
| สิ่งสูงสุดคือผลประโยชน์ของสังคม                                                | สิ่งสูงสุดคือผลกำไร                                    |
| แก้ปัญหาสังคมในระยะยาว                                                         | แก้ปัญหาสังคมในช่วงหนึ่ง หรือเป็นรายกรณี               |

ตารางที่ 2.1 : สรุปความแตกต่างของวิสาหกิจเพื่อสังคม และกิจกรรมเพื่อสังคม

ที่มา : ศราวุธ นาควิทยานนท์, 2564

สำหรับภาพของวิสาหกิจเพื่อสังคมกับ CSR อาจมีความทับซ้อนกันในสายตาของผู้ที่เพิ่งรู้จักวิสาหกิจเพื่อสังคม แม้ว่าโดยภาพรวมวิสาหกิจเพื่อสังคมจะมีความใกล้เคียงกับ CSR ในบางแง่มุม แต่เมื่อพิจารณาอย่างรอบคอบแล้วจะเห็นว่าวิสาหกิจ มีความแตกต่างจาก CSR อย่างมีนัยสำคัญทีเดียว (Saatci and Urper, 2013) และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยองค์กรธุรกิจต้องมีจิตอาสาในการคำนึงสิ่งแวดล้อม และสังคมโดยรวม ในทุกขั้นตอนของการดำเนินธุรกิจ ดังเช่น The European Commission กล่าวว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นแนวคิดที่ผสมผสานความห่วงใยต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมในกระบวนการดำเนินธุรกิจของบริษัทกับการมีปฏิสัมพันธ์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภายใต้พื้นฐานการดำเนินงานด้วยความสมัครใจ และสอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนของ World Business Council ที่อธิบายไว้ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร หรือ CSR นี้เป็นคำมั่นสัญญาที่จะส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของบริษัท ด้วยกระบวนการทำงานร่วมกันกับลูกค้าและครอบครัวของลูกค้า ชุมชน และสังคมในวงกว้าง เพื่อจะพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมในดีขึ้นในภาพรวม อีกทั้ง ISO ยังมี ความเชื่อที่ว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นเรื่องที่องค์กรต่าง ๆ จะต้องทำเพื่อตอบสนองความต้องการของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เน้นการมุ่งให้ประโยชน์กับทุกคน ภาคชุมชน และภาคสังคม นอกจากนี้ CSR ยังเป็นบทบาทขององค์กรธุรกิจในสังคม โดยจะต้องทำด้วยความสมัครใจ รวมทั้งผู้ประกอบการมีบทบาทที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่สามารถวัดผลได้ใน 3 มิติด้วยกัน นั่นคือ การวัดผลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม, ม.ป.ป.)

Dahlsrud (2008) ได้รวบรวมนิยามและความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรในห้ามิติด้วยกัน ได้แก่

- |                                 |                                |
|---------------------------------|--------------------------------|
| (1) The stakeholder dimension   | : มิติด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย |
| (2) The social dimension        | : มิติด้านสังคม                |
| (3) The economic dimension      | : มิติด้านเศรษฐกิจ             |
| (4) The voluntariness dimension | : มิติด้านจิตอาสา และ          |

(5) The environmental dimension : มิติด้านสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจน ครอบคลุม และความหมายถูกต้องตรงกัน คือ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เป็นแนวคิดที่บริษัทหรือองค์กรใด ๆ ได้คำนึงถึงด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมพร้อมกับการจัดการทางธุรกิจ และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบนพื้นฐานของจิตอาสา

แนวคิดการจัดกิจกรรมของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ได้ถูกจำแนกประเภทไว้ โดยศาสตราจารย์ฟิลิป คอตเลอร์ แห่งมหาวิทยาลัยนอร์ทเวสเทิร์น และคุณแนนซี ลี อาจารย์สมทบแห่งมหาวิทยาลัยวอชิงตัน และมหาวิทยาลัยซีแอตเติล ได้จำแนกความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ด้วยกัน 7 ชนิด (type) กิจกรรม ได้แก่

1) Cause Promotion หมายถึง การส่งเสริมเรื่องการรับรู้เกี่ยวกับประเด็นปัญหาทางสังคม เช่น จัดหาแหล่งเงินทุน ทรัพยากรอื่น ๆ ขององค์กร หรือวัสดุสิ่งของต่าง ๆ เพื่อแสดงความห่วงใยต่อประเด็นทางสังคมนั้นและได้ขยายการรับรู้ปัญหาเหล่านั้น รวมถึงการมีส่วนร่วม การเพิ่มหาอาสาสมัคร และสนับสนุนการระดมทุน ทั้งนี้ผู้ประกอบการขององค์กรอาจเริ่มต้นงานส่งเสริมนี้ด้วยตนเอง หรือร่วมมือกับองค์กรใดองค์กรหนึ่ง

2) Cause-Related Marketing หมายถึง การตลาดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาทางสังคม เช่น การบริจาคหรือการอุดหนุนรายได้ส่วนหนึ่งจากการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อร่วมแก้ไขหรือช่วยเหลือประเด็นทางสังคม ต่าง ๆ ในช่วงเวลาที่แน่นอน หรือทำเฉพาะผลิตภัณฑ์ หรือทำเพื่อการกุศล โดยกิจกรรม CSR ชนิดนี้มักใช้เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างองค์กรธุรกิจและองค์กรที่ไม่มีวัตถุประสงค์หากำไรในการทำประโยชน์ร่วมกัน ด้วยการเพิ่มยอดขายในสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

3) Corporate Social Marketing หมายถึง การตลาดเพื่อมุ่งแก้ไขประเด็นปัญหาทางสังคม เช่น สนับสนุนการพัฒนาและผลจากการณรงค์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ อันได้แก่ ด้านสาธารณสุข ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัย หรือด้านสุขภาวะต่าง ๆ นั่นคือ Corporate Social Marketing จะเน้นไปที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior Change) เป็นหลัก

4) Corporate Philanthropy หมายถึง การบริจาคเพื่อการกุศล ซึ่งถือเป็นการช่วยเหลือทางสังคมโดยตรง ในรูปของการบริจาควัตถุสิ่งของหรือเงินเป็นหลัก ซึ่งมักจะพบเห็นในแทบทุก ๆ องค์กรธุรกิจ โดยมากจะเป็นไปตามกระแสความต้องการจากภายนอกให้ทำมากกว่าเกิดจากการวางแผนจากภายในองค์กรเอง จึงทำให้ไม่เกิดการเชื่อมโยงกับเป้าหมายหรือพันธกิจขององค์กรมากนัก

5) Community Volunteering หมายถึง การอาสาช่วยเหลือชุมชน ซึ่งถือเป็นการจูงใจหรือสนับสนุนให้ พนักงาน คู่ค้าร่วมกันสละเวลาและแรงงานเพื่อทำงานให้แก่ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ ในการตอบสนองต่อประเด็นปัญหาทางสังคมในเรื่องที่องค์กรให้ความสนใจหรือห่วงใย ทั้งนี้ พนักงานสามารถได้รับการชดเชยในรูปของวันลาเพิ่มเติมหรือวันหยุดได้

6) Socially Responsible Business Practices หมายถึง เป็นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่หลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมในเชิงป้องกัน เช่น การยกระดับสุขภาวะของชุมชนและการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม หรือร่วมกันแก้ไขด้วยการช่วยเหลือเยียวยาปัญหาทางสังคมต่าง ๆ

7) Developing and Delivering Affordable Products and Services หมายถึง การใช้กระบวนการทางธุรกิจในการผลิต หรือจำหน่ายสินค้าและบริการสู่ตลาด ที่เรียกว่า The Bottom of the Pyramid (BoP) ถือเป็นการพัฒนา/ส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการตามกำลังซื้อของคนในระดับฐานราก ในราคาที่ไม่แพง เพื่อให้เหมาะกับกำลังซื้อของผู้บริโภค

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นพันธสัญญาของบริษัทในการดำเนินการของบริษัททั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน และเป็นการปรับสมดุลของผลกำไรของบริษัทด้วย ในปัจจุบันนี้ CSR ได้มีความสำคัญมากขึ้นในทุก ๆ ธุรกิจ เพราะแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จนทำให้ทุก ๆ องค์กรทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทย ต้องกำหนด CSR เป็นหนึ่งในนโยบายของธุรกิจ เนื่องจากจะส่งเสริมภาพลักษณ์ และทำให้เกิดการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (วรารักษ์ เอื้ออาภรณ์, 2554)

### 2.1.5 ทฤษฎีการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PESTEL Analysis) และเศรษฐกิจดิจิทัล

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของ Francis J. Aguilar ในปี ค.ศ. 1967 (Bright hup PM project management, 2011) โดยมีหลักการ คือ ในการทำการใด ๆ มักจะมีปัจจัยหลายอย่างที่เข้ามากระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบกับธุรกิจ ที่จำเป็นต้องพิจารณาก่อนจะดำเนินแผนธุรกิจใด ๆ มีทั้งปัจจัยภายในองค์กรเองรวมไปถึงปัจจัยภายนอก (ปรีดี นกุลสมปรารถนา, 2563) ซึ่งในยุคปัจจุบันการดำเนินงานผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของปัจจัยแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นการเมือง เศรษฐกิจ สังคม โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี ล้วนส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของทุก ๆ คน รวมถึงการดำเนินการกิจการด้วยการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่สำคัญต่อความสำเร็จของกิจการ (เขาวลิต ประสิทธิ์, 2561) โดย PESTEL Analysis เป็นเครื่องมือที่เป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจ "ภาพรวม" ของสภาพแวดล้อม พื้นที่ที่กำลังจะเข้าไปดำเนินงานด้านธุรกิจและคิดเกี่ยวกับโอกาส และอุปสรรคที่อยู่ภายในพื้นที่ซึ่งจะต้องทำการค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและจะต้องคิดวางแผนเพื่อหาประโยชน์จากโอกาสและพยายามลดอุปสรรคลงให้ได้

PESTEL Analysis คือ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบ ซึ่งสะท้อนให้เห็นทั้งโอกาสและอุปสรรคในการทำธุรกิจ ประกอบไปด้วย 6 ปัจจัย ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) ปัจจัยด้านการเมือง (Political : P) ที่ส่งผลกระทบ เช่น นโยบายของภาครัฐ ความมั่นคงทางการเมือง นโยบายการค้าระหว่างประเทศ นโยบายภาษีต่าง ๆ กฎหมายแรงงาน ข้อจำกัดทาง การค้า เป็นต้น

2) ปัจจัยด้านการเศรษฐกิจ (Economic : E) ที่ส่งผลกระทบ เช่น อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา อัตราการว่างงาน และแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

3) ปัจจัยด้านสังคม (Social : S) ที่ส่งผลกระทบ เช่น อัตราการเติบโตของประชากร อายุเฉลี่ยของประชากร ทักษะการทำงาน การใส่ใจในสุขภาพ ทักษะการใช้ชีวิต วัฒนธรรม การอ่านออกเขียนได้ของประชากร เป็นต้น

4) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology : T) ที่ส่งผลกระทบ เช่น นวัตกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น การวิจัยและพัฒนาต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การรับรู้ในเทคโนโลยี ระบบเทคโนโลยีอัตโนมัติ การเข้ามาของดิจิทัลและ AI เป็นต้น

5) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment : E) ที่ส่งผลกระทบ เช่น สภาพภูมิอากาศ การเปลี่ยนแปลงของฤดูกาล โรคระบาด สภาพของโลก กฎระเบียบและนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

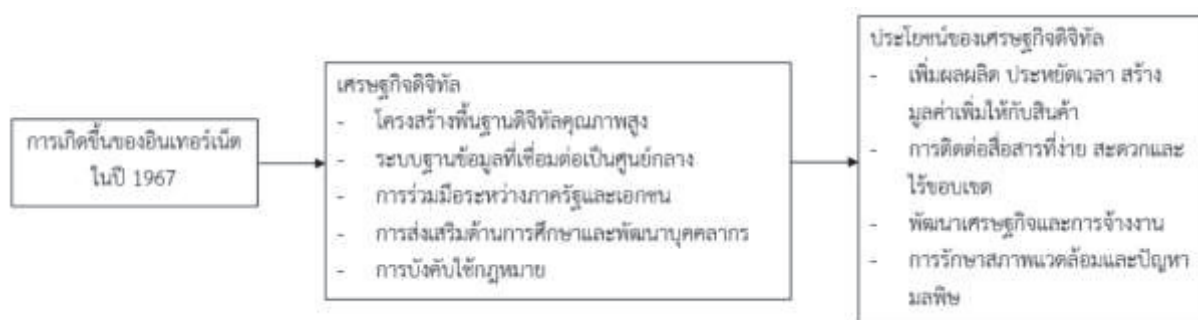
6) ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal : L) ที่ส่งผลกระทบ เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายลิขสิทธิ์ กฎหมายเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย กฎหมายคุ้มครองแรงงาน เป็นต้น

PESTEL Analysis จะช่วยในเรื่องของการวิเคราะห์การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และกฎหมาย เรื่องต่าง ๆ เหล่านี้ ใช้เพื่อระดมความคิดในขั้นตอนแรกของการทำงาน ใช้ได้ทั้งระดับบุคคล ระดับชุมชน ระดับของภูมิภาคและระดับประเทศ และนำข้อมูลที่ได้ผ่านการวิเคราะห์แล้วมาสรุปผล ที่สำคัญคือ ใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจเรื่องการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานภายในองค์กร (เอกกมล เอี่ยมศรี, 2555) ซึ่งจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกได้นั้น ทำให้เราได้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคที่ส่งผลต่อการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อนำไปแก้ไข หรือค้นหากลยุทธ์ในการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงให้ก้าวทันต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่จะส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ (วิภาภรณ์ ชัยรัตน์, 2560) และในปัจจุบันปัจจัยภายนอกด้านเทคโนโลยี จะมีคำสำคัญ คือ **“เศรษฐกิจดิจิทัล”**

“เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy หรือ DE)” ถูกบัญญัติศัพท์ ขึ้นเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1996 โดย Don Tapscott นักธุรกิจชาวแคนาดา ซึ่งเขียนหนังสือ The Digital Economy : Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence โดย Don Tapscott อธิบายเรื่องของยุคของเครือข่าย อัจฉริยะว่าไม่ได้เป็นเพียงเครือข่ายเทคโนโลยีหรือเครื่องมืออันชาญฉลาด แต่เป็นระบบเครือข่ายของมนุษย์ผ่านเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาสติปัญญา ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ ในการสร้างความมั่งคั่งและการพัฒนาสังคม มุ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจใหม่ ธุรกิจใหม่ และเทคโนโลยีใหม่ (Tapscott, 1996)

ต่อมา Russell and Lane (2002) ได้ให้ความหมาย “เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy)” ไว้ว่า เศรษฐกิจดิจิทัลเป็นการรวมเทคโนโลยีการสื่อสารและคอมพิวเตอร์ไว้ด้วยกันในรูปแบบของระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) และเกิดการส่งต่อข้อมูลรวมทั้งเทคโนโลยีต่าง ๆ ก่อให้เกิดความสะดวกและง่ายดายขึ้นในการประกอบธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การขยายตัวของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เช่น การขายสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านอีกต่อไป การเปลี่ยนแปลงในลักษณะนี้เกิดขึ้นทั้งในองค์กรขนาดเล็ก

และขนาดใหญ่ องค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (OECD), คณะกรรมาธิการยุโรป (European Commission) ว่าเศรษฐกิจดิจิทัลเป็นเครือข่ายของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมทั่วโลก เป็นการหาแหล่งเงินทุนหรือช่องทางในรูปแบบใหม่ ๆ การซื้อขายสินค้าและบริการผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล ที่สำคัญ คือ เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจดิจิทัลของภาครัฐ โครงสร้างเศรษฐกิจมีเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวหลักดันประสิทธิภาพผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) บนอินเทอร์เน็ตและมีเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเป็นตัวขับเคลื่อน เช่น การใช้งานของผู้บริโภค สภาพแวดล้อมและเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ รวมถึงมาตรการเชิงนโยบาย



ภาพที่ 2.3 : การเกิด พัฒนาการและประโยชน์ของเศรษฐกิจดิจิทัล

ที่มา : ชญาพัฒน์ เลิศอำนาจกิจเสรี, 2565

เศรษฐกิจดิจิทัลที่ประสบความสำเร็จมีองค์ประกอบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) เพื่อให้ครอบคลุมถึงประชาชนได้สามารถเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานในทุกพื้นที่ด้วยราคาที่เป็นธรรม จะใช้ระบบที่สามารถเชื่อมโยงทุกสิ่งเข้าด้วยกัน ด้วยการส่งเสริมการมีระบบโครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมที่มีคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นเครือข่าย Broadband, Cloud computing, IoT platform, อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ ระบบฐานข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลภาครัฐ โดยเฉพาะหน่วยงานที่ให้บริการสาธารณะ รวมถึงการเข้าถึงพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)

2) เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น/ความมั่นใจแก่ประชาชนในแง่ของผู้ค้าและผู้บริโภค รัฐบาลต้องส่งเสริมการผลักดันกฎหมายและระเบียบรับรองเอกสารทางการค้าในรูปแบบดิจิทัล รวมถึงการสร้างกลไกป้องกันอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ที่มีประสิทธิภาพ โดยเน้นกฎหมายและกฎระเบียบที่เอื้อในการทำธุรกิจและธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ที่สะดวก ปลอดภัยมีมาตรฐานรับรองการทำธุรกิจออนไลน์

3) Big Data หรือระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ เป็นการเชื่อมโยงข้อมูลของภาครัฐเพื่อประโยชน์หลายๆ อย่าง อาทิเช่น การมีข้อมูลที่ครบถ้วน การอำนวยความสะดวกให้สามารถเข้าถึงการใช้งานได้ง่าย และลดการทำงานที่ซ้ำซ้อน รวมถึงการจัดให้มีศูนย์กลางข้อมูลแห่งชาติให้สามารถทำงานแบบบูรณาการภาครัฐข้ามกระทรวงได้

4) การมีความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนอย่างเข้มแข็ง รวมทั้งพิจารณาธุรกิจที่แบ่งหน้าที่การขับเคลื่อนอย่างชัดเจน อาทิเช่น ธุรกิจ e-Commerce หรือธุรกิจโทรคมนาคม หรือธุรกิจเอกชนที่มีภาครัฐเป็นแกนนำ

5) การพัฒนาทรัพยากรบุคคลด้านเทคโนโลยีดิจิทัลให้เรียนรู้ มีความเข้าใจและมีการเข้าถึงเทคโนโลยีด้วยการส่งเสริมด้านการศึกษา ให้สามารถใช้งานได้อย่างรู้เท่าทันถึงประโยชน์และโทษ และส่งเสริมการมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของประเทศ

โครงสร้างพื้นฐานทางโทรคมนาคมที่มีคุณภาพเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ โดยเอื้อต่อการเข้าถึงเศรษฐกิจดิจิทัลของประชาชน การให้การศึกษาแก่ประชาชนที่ไม่ก้าวทันต่อเทคโนโลยี ให้มีการเรียนรู้และเพิ่มทักษะการใช้งาน และเมื่อประชาชนเข้าถึงและสามารถใช้งานเศรษฐกิจดิจิทัลจะเป็นการป้องกันมิฉ้อฉลและทำให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข (ชญาพัฒน์ เลิศอำนาจกิจเสรี, 2565)

ทั้งนี้ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ (ม.ป.ป.) ระบุว่า การบริหารจัดการระบบเศรษฐกิจให้สอดคล้องกับยุค Digital Economy แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) Digital Commerce ตลาดการค้าดิจิทัล เช่น ขายของผ่านเว็บไซต์ออนไลน์
- 2) Digital Transformation การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้เกิดมูลค่า
- 3) Digital Consumption การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพและการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า

อีกทั้ง Digital Economy หรือเศรษฐกิจดิจิทัล มีประโยชน์มากมายดังนี้

- 1) ลดต้นทุนในกิจการ ทั้งการผลิตและการขาย
- 2) ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยการต่อยอดการผลิตสินค้าและบริการใหม่สู่ตลาด
- 3) ส่งเสริมการขายตัวของ e-commerce ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น
- 4) ขยายการจ้างงานและสร้างการจ้างงานใหม่ ๆ เช่น นักโฆษณาสินค้าทาง Social Media
- 5) ส่งเสริมการลงทุนธุรกิจข้ามพรมแดน
- 6) สนับสนุนสื่อการเรียนการสอนผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (E-learning)

นอกจากนี้ Digital Economy ยังทำให้ประชาชนต้องเข้าไปเรียนรู้ ทั้งการเล่น Smartphone, Tablet และ Facebook เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูล Electronics ในการก้าวทันกับยุคไอที มีการส่งข้อมูลทำให้สามารถลดความซ้ำซ้อนในการสร้างเครือข่าย และเน้นการเข้าถึง ทั้งนี้ การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและการรับมือกับภาวะภัยคุกคามไซเบอร์ที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมออนไลน์เมื่อเข้าสู่ระบบประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน หรือ AEC ต่อไป

นั่นคือ การมีกำลังคนที่มีความสามารถใช้เทคโนโลยีจะทำให้ประเทศมีศักยภาพในการแข่งขันในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจในยุคต่อจากนี้ได้ ซึ่งเศรษฐกิจดิจิทัลเป็นตัวช่วยที่ส่งเสริมการทำงานเนื่องจากภายใต้สภาพแวดล้อมใหม่ของโลกรูปแบบเศรษฐกิจต่าง ๆ ได้เปลี่ยนไป ดังนั้น ไม่ว่าประเทศจะมี

ขนาดเศรษฐกิจเล็กหรือใหญ่ แต่หากมีความพร้อมทางด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมต่อกันได้ทั้งระหว่างทุกหน่วยงาน จะทำให้ประเทศประสบความสำเร็จได้ (นารินทิพย์ ท่องสายชล, 2563)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการใช้เทคโนโลยีในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลนั้นส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้แก่ การเพิ่มประสิทธิภาพวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วยความรู้ในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยส่งเสริมความสำเร็จและส่งผลทางบวกในการดำเนินงาน ซึ่งวิสาหกิจเพื่อสังคมจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้แข่งขันกับธุรกิจอื่นในยุคดิจิทัล โดยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ประโยชน์เพื่อบริหารจัดการ ช่วยก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและเกิดประสิทธิภาพต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม (ชาญชัย อรรคชาติ, 2565)

## 2.2 งานวิจัยในอดีต

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคม

เกวลิน มะลิ (2557) พบข้อเท็จจริงเหมือนกับ ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ (2558) ; วิภาภรณ์ ชัยรัตน์ (2560) ว่า กิจกรรมเพื่อสังคมถือเป็นกลไกที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาทางด้านสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ การจ้างงาน และเกิดความตระหนักในเรื่องอนุรักษ์ทรัพยากรทางด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญคือ สอดคล้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมจนประสบผลสำเร็จ มีบทบาทอย่างแข็งขันจากการผลักดันและสนับสนุนของภาครัฐ จากการผสานความร่วมมือ 5 ภาคส่วน ได้แก่ 1) ภาครัฐ 2) ภาคเอกชน 3) ภาควิชาการ 4) ภาคประชาสังคม และ 5) ภาคประชาชน เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการพัฒนาคุณภาพคน และเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในเวทีนานาชาติ

พชรภา วิริยะสืบพงศ์และคณะ (2562) พบข้อเท็จจริงเหมือนกับ บุษกร บังประเสริฐและคณะ (2563) ว่า ปัจจัยด้านความสามารถขององค์กร และปัจจัยด้านผู้ประกอบการส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ความสำเร็จด้านสถาบันและส่งผลโดยตรงต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมและความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้ ความสำเร็จด้านสถาบันไม่ส่งผลต่อการดำเนินงานของกิจการอย่างยั่งยืน โดยหลักการที่กล่าวมานี้สามารถเป็นแนวทางพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้ยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายใน

ปิติ ติธรรมเจริญ (2557) พบข้อเท็จจริงเหมือนกับ นฤมล พึ่งทอง (2557) ว่า องค์กรจะสามารถยืดหยุ่นได้ดีและมีความสามารถในการดำเนินงานนั้นจำเป็นต้องสร้างให้เกิดความเข้มแข็งจากภายใน และสามารถเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องมีความพร้อมที่จะสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่างๆ ได้ โดยต้องมีรากฐานที่สำคัญ นั่นคือสมาชิกในองค์กรที่มีความเข้าใจในหน้าที่จิตสำนึกและความมุ่งมั่นชัดเจนให้แก่องค์กรด้วย ซึ่งผู้นำทุกระดับต้องมีศักยภาพที่จะสามารถชักจูงให้สมาชิกพร้อมใจกันไปสู่จุดหมายขององค์กรด้วยความมุ่งมั่น ท่วมเท และมีความสุข ทั้งนี้ ปัจจัยภายในองค์กรด้านบุคลากร

ด้านเทคโนโลยีและเครื่องจักร ด้านเงินลงทุนในการวิจัยและพัฒนา ด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการขนส่ง มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ

นราธร ปานดี (2548) พบว่า แนวทางในการปฏิบัติงานที่มีผลกระทบต่อการประสบความสำเร็จของธุรกิจ คือ การวางแผนด้านการเงินล่วงหน้า การคิดค้นและปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับ นันทพร ดำรงพงศ์ (2561) ที่พบว่า อิทธิพลทางตรงที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจคือความยั่งยืนของผู้ประกอบการ และเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สำหรับการบริหารทรัพยากรบุคคลและการบริหารจัดการการตลาดนั้นเป็นอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจ ถ้าผู้ประกอบการวิสาหกิจสามารถเข้าถึงบริการของภาครัฐได้โดยมีระบบเทคโนโลยีช่วยบริหารจัดการมีเงินทุนหมุนเวียนต้นทุนต่ำ สินค้าที่ผลิตมีคุณภาพได้มาตรฐาน

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ชมพูนุท บุญประเสริฐ (2555) พบข้อเท็จจริงเหมือนกับ ชีรพร ทองชะโชคและอาคม ใจแก้ว (2556) ว่า กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลในทางบวกต่อความผูกพันของพนักงานรวมถึง ความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย และด้านจริยธรรมมีระดับสูงมาก ในขณะที่ความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านการกุศลอยู่ในระดับสูง โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทมากที่สุด คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง รองลงมาคือการกำกับดูแลกิจการ และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียตามลำดับ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ในบริษัทเพื่อเสนอแนะแนวทางเพื่อส่งเสริมปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเกิดความรับผิดชอบต่อสังคม

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอก

เกรียงไกร ทรัพย์แสนมาและบรรพต วิธุนราช (2562) พบข้อเท็จจริงเหมือนกับ รัตพงษ์ สอนสุภาพและบุญสม เกษะประดิษฐ์ (2561) ว่า รัฐบาลของหลายประเทศเห็นความสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมและมีนโยบายในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่น ในประเทศอังกฤษมีการก่อตั้งหน่วยงานชื่อ “Office of the Third Sector (OTS)” ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักคณะรัฐมนตรีโดยหน่วยงานมีนโยบายหลัก คือการผลักดันและสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่นเดียวกับประเทศไทยที่ภาครัฐบาลมีนโยบายที่จะพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมภายในประเทศ เพื่อเป็นการตอบสนองยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ

จิระ พุ่มพวงและกำชัย จงจักรพันธ์ (2565) พบข้อเท็จจริงเหมือนกับ มณีรัตน์ จันทร์หนิวและคณะ (2565) ว่าพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 มีวัตถุประสงค์มุ่งเน้นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจให้เกิดการจ้างงานแก่ผู้ด้อยโอกาสและการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อมหรือเพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่น แต่พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวยังไม่มีการกำหนดสิทธิประโยชน์ตามที่

กฎหมายบัญญัติไว้ คือ ไม่มีหลักเกณฑ์การให้ความช่วยเหลือทางการเงินจากกองทุน สิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากร สิทธิประโยชน์ตามมาตรการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ และมีปัญหาความล่าช้าในการออกกฎหมายลำดับรอง จึงควรแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายและเร่งออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมให้วิสาหกิจเพื่อสังคมขยายตัวมากขึ้นและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าทั้งภายในและระหว่างประเทศต่อไป รวมทั้งกฎหมายที่เกี่ยวข้องยังไม่เพียงพอและเหมาะสมอันอาจเป็นปัญหาและอุปสรรคในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจดิจิทัล

ศิริทิพย์ กุลจิตรตรีและสุภัทรศักดิ์ คำสามารถ (2563) พบข้อเท็จจริงเหมือนกับ สุฎฐิกา รักประสูติ และนนิกา ตุลยานนท์ (2563) ; ปฐมพงษ์ บำเร็บ (2563) ว่า นวัตกรรมเป็นส่วนประกอบสำคัญในการสร้างความสำเร็จด้านการลงทุนใหม่ ๆ มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการในประเทศไทยยังขาดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม รัฐบาลจึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาความสามารถในการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้ธุรกิจเกิดใหม่ ได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา-19 ที่แพร่ระบาดทั่วทั้งโลก ทำให้เครื่องมือทางการตลาดแบบเดิมที่เน้นการตลาดเคยใช้เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งแนวโน้มทางด้านการตลาด การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนประสมทางการตลาด นิยามความหมายของกลยุทธ์ทางการตลาดได้เปลี่ยนแปลงไปทั้งนี้ เทคโนโลยีดิจิทัลได้สร้างแนวคิดและเครื่องมือในการทำการตลาดแบบใหม่ เช่น Vlog การตลาดผ่าน mobile phone ช่องทางการตลาดแบบผสมผสาน การตลาดผ่านโปรแกรม Search ต่าง ๆ และในงานการตลาด การวิเคราะห์ Set ของข้อมูลขนาดใหญ่ เป็นต้น

## สรุปผลงานวิจัยในอดีต

| ชื่องานวิจัย/ชื่อผู้วิจัย/<br>ปี พ.ศ.                                                                    | วัตถุประสงค์                                                                                                                                                                                                                                   | หัวข้อ/ประเด็น                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| กิจการเพื่อสังคม<br>ในประเทศไทย<br>(เกวลิณ มะลิ, 2557)                                                   | เพื่อนำเสนอภาพของกิจการเพื่อสังคม<br>ในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับนิยาม<br>กิจการเพื่อสังคม ลักษณะของกิจการ<br>เพื่อสังคม ความแตกต่างระหว่าง<br>กิจการเพื่อสังคมกับสหกรณ์ และ<br>องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร รวมทั้ง<br>แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม | 1.ความต่อเนื่องของการผลิตสินค้าและ<br>บริการ<br>2.ระดับนัยสำคัญของความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ<br>3.การจ่ายค่าแรงขั้นต่ำ<br>4.การมีจุดมุ่งหมายเพื่อประโยชน์ทางสังคม<br>ที่ชัดเจน<br>5.การจัดตั้งองค์กรริเริ่มจากกลุ่มของ<br>ประชาชน<br>6.การกระจายผลกำไร<br>7.การมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องที่ได้รับ<br>ผลกระทบจากการดำเนินกิจกรรม                                                                                                                                |
| การศึกษากรอบแนวคิด<br>เพื่อการพัฒนาวิสาหกิจ<br>เพื่อสังคมในประเทศไทย<br>(ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ,<br>2558) | เพื่อศึกษาแนวคิดและปัจจัยที่ทำให้การ<br>พัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมประสบ<br>ความสำเร็จในต่างประเทศ ตลอดจน<br>สำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ<br>และ/หรือผู้มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง<br>กับการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมใน<br>ประเทศไทย               | 1. การสนับสนุนของรัฐบาล<br>2. การกำหนดนิยามที่ชัดเจน<br>3. ภาครัฐมีกลยุทธ์ในระยะยาว<br>4. นโยบายในการพัฒนาองค์กรตัวกลาง<br>5. การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมในเรื่อง<br>กฎหมายเฉพาะ<br>6. การสร้างการมีส่วนร่วมจากวิสาหกิจเพื่อ<br>สังคมเพื่อการพัฒนาบริการสาธารณะของรัฐ<br>7. กองทุนเฉพาะของวิสาหกิจเพื่อสังคม<br>8. ความร่วมมือและเครือข่ายระหว่าง<br>ประเทศ<br>9. การสนับสนุนทางการเงินสำหรับการ<br>วิจัยและนวัตกรรม<br>10. ตลาดทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม |

| ชื่องานวิจัย/ชื่อผู้วิจัย/<br>ปี พ.ศ.                                                                                    | วัตถุประสงค์                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | หัวข้อ/ประเด็น                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| รูปแบบของวิสาหกิจ<br>เพื่อสังคมของรัฐบาล<br>กับการพัฒนาเศรษฐกิจ<br>ของประเทศอย่างยั่งยืน<br>(วิภาภรณ์ ชัยรัตน์,<br>2560) | การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมจน<br>ประสบผลสำเร็จมีบทบาทอย่างแข็งขัน<br>จากการสนับสนุนและผลักดันของ<br>ภาครัฐ โดยรูปแบบโครงการสานพลัง<br>ประชารัฐที่อาศัยความร่วมมือจาก<br>5 ภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ เอกชน วิชาการ<br>ประชาสังคม และประชาชน                                                                                                                                       | 1.การพัฒนาองค์ความรู้และขีดความสามารถ<br>ในการแข่งขันทางธุรกิจ<br>2.การเข้าถึงแหล่งทุน<br>3.มาตรการส่งเสริมการลงทุน<br>4.การส่งเสริมการตลาดและการบริโภค<br>5.การสร้างเครือข่ายพันธมิตร                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| การพัฒนาแนวทาง<br>สนับสนุนการดำเนิน<br>กิจการเพื่อสังคมใน<br>ประเทศไทย<br>(วฐุ โรจนวงศ์ และ<br>อรพรรณ คงมาลัย,<br>2561)  | เพื่อส่งเสริม/สนับสนุนการพัฒนา<br>แนวทางการดำเนินกิจการเพื่อสังคม<br>ในประเทศไทย โดยผู้ประกอบการ<br>สามารถแก้ปัญหาและพัฒนากิจการ<br>เพื่อสังคม โดยกิจกรรมเพื่อสังคม<br>มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนิน<br>กิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย<br>มีทั้งหมด 3 กลุ่มหลัก คือ<br>1) กิจกรรมหลักภายในองค์กร<br>2) กิจกรรมสนับสนุนภายในองค์กร<br>และ 3) กิจกรรมสนับสนุนภายนอก<br>องค์กร | 1.การสนับสนุนด้านภาษีอากรและ<br>กฎระเบียบ<br>2.การสนับสนุนด้านการพัฒนาทรัพยากร<br>มนุษย์<br>3.การสนับสนุนด้านสวัสดิการและเงินทุน<br>4.การสนับสนุนด้านความรู้<br>5.การสนับสนุนด้านระบบเครือข่ายและ<br>ช่องทางการเข้าถึงตลาด<br>6.การสร้างแนวคิด<br>7.การออกแบบโครงสร้างและแผนทางธุรกิจ<br>8.การจัดหาเงินทุน<br>9.การผลิต<br>10.การชักจูงให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์และ<br>บริการ<br>11.การกระจายสินค้า<br>12.การประเมินผลตอบแทน<br>13.ทัศนคติและความเชื่อของบุคลากร<br>14.โครงสร้างและความสัมพันธ์ของบุคลากร |

| ชื่องานวิจัย/ชื่อผู้วิจัย/<br>ปี พ.ศ.                                                                                            | วัตถุประสงค์                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | หัวข้อ/ประเด็น                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย: ข้อเสนอแนะบางประการต่อร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประพนธ์ นุชเปี่ยมและคณะ, 2561) | ศึกษา และวิเคราะห์การดำเนินการของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย และนำเสนอข้อสังเกตบางประการต่อร่าง พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม หัวข้อถัดไปเป็นการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคม ประกอบด้วย กรอบแนวคิดเรื่อง CSR และวิสาหกิจเพื่อสังคม บทบาทของวิสาหกิจเพื่อสังคมในฐานะกลไกขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ และสังคมเพื่อสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืน | แนวทางการพัฒนาบทบาทของวิสาหกิจเพื่อสังคม<br>1. คำนียามทางกฎหมายของวิสาหกิจเพื่อสังคม<br>2. มาตรการทางภาษีสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม                                    |
| การวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย (พชรณา วิริยะสืบพงศ์ และคณะ, 2562)                                  | ศึกษาอิทธิพลของตัวแปรด้านพฤติกรรมองค์กรที่มุ่งเน้นด้านการตลาด นวัตกรรมสังคมทุนสังคมและความสามารถขององค์กรที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยทั้งเป้าหมายด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม                                                                                                                                                          | 1.ปัจจัยด้านความมุ่งมั่นทางการตลาด<br>2.ปัจจัยด้านนวัตกรรมสังคม<br>3.ปัจจัยด้านทุนสังคม<br>4.ปัจจัยด้านความสามารถองค์กร<br>5.ปัจจัยด้านความสำเร็จทางเศรษฐกิจและสังคม |
| การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย: วิธีการวิจัยแบบผสม (บุษกร ปังประเสริฐ และคณะ, 2563)     | เพื่อเสนอรูปแบบการดำเนินกิจการอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมและศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีผลต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในประเทศไทย                                                                                                                                                                                              | 1.ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ<br>2.ความสำเร็จด้านองค์กร<br>3.ความสำเร็จด้านสถาบัน<br>4.การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน                                                        |

| ชื่องานวิจัย/ชื่อผู้วิจัย/<br>ปี พ.ศ.                                                                                        | วัตถุประสงค์                                                                                                                                                                                                                                                                                              | หัวข้อ/ประเด็น                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| นวัตกรรมการจัดการ<br>ธุรกิจเพื่อสังคมในยุค<br>เศรษฐกิจดิจิทัล<br>(ศิริทิพย์ กุลจิตรตรี<br>และสุภัทรศักดิ์<br>คำสามารถ, 2563) | เพื่อศึกษาการสร้างโอกาสให้ธุรกิจ<br>ประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้นรวมทั้งมี<br>โอกาสทางการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้น<br>เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญในการ<br>ลดต้นทุนการผลิตอีกทั้งยังเป็นช่องทาง<br>ในการที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย<br>อย่างไร้พรมแดนนวัตกรรมการจัดการ<br>ธุรกิจเพื่อสังคมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล | 1. สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ให้ได้อย่าง<br>สตาร์ทอัพ<br>2. ก้าวสู่ยุคโปรเฟสชันแนลคลาวด์<br>3. ความท้าทายด้านซีเคียวริตี้<br>4. โพรแอคทีฟเทคโนโลยี<br>5. การใช้เทคโนโลยีขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจ |
| ผลกระทบของ<br>เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีต่อ<br>มุมมองทางการตลาด<br>(ปฐมพงษ์ บำเร็บ,<br>2563)                                      | ศึกษาว่าการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีส่ง<br>ผลกระทบต่อธุรกิจทั่วโลก ทำให้<br>เครื่องมือทางการตลาดเปลี่ยนแปลงไป<br>โดยเทคโนโลยีดิจิทัลได้สร้างเครื่องมือ<br>และแนวคิดในการทำการตลาด<br>แบบใหม่                                                                                                                   | 1. การเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ<br>2. การเติบโตของธุรกิจสตรีมมิ่ง<br>3. การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค<br>4. แนวโน้มทางการตลาด<br>5. ส่วนประสมทางการตลาด                              |

## 2.3 สมมติฐานงานวิจัย

ผลสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการประกอบกิจการที่มีความมั่นคง ส่งผลให้สังคมมีการเปลี่ยนแปลง รวมถึงได้รับการพัฒนา และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมได้ โดยเงื่อนไขของความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคม ประกอบด้วย การมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความคิดสร้างสรรค์ การบริหารจัดการที่ดี การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการร่วมมือจากเครือข่าย (วันสรา จันทร์กมล และคณะ, 2565) ดังนั้น การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล มีสมมติฐาน โดยแบ่งออกเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ดังนี้

### 2.3.1 ปัจจัยภายใน

คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการดำเนินวิสาหกิจให้ประสบความสำเร็จ เพราะเป็นสิ่งที่กำหนดความสำเร็จของกิจการ และเป็นแนวพฤติกรรมการดำเนินงานของธุรกิจโดยรวม การพยายามหาคุณลักษณะสำคัญสำหรับการเป็นผู้ประกอบการที่ดีจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการดำเนินกิจการ เป็นประโยชน์ทำให้ทราบจุดเด่น (Strength) และจุดด้อย (Weakness) ของตนเอง

ตลอดจนเป็นประโยชน์ในการพัฒนาความสามารถและทักษะต่าง ๆ รวมถึงคุณลักษณะสำคัญที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น (พนทิพย์ ชารสไว, 2554) โดย อายุของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถและความคาดหวังในการดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างกัน รวมทั้งรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความสำเร็จของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคมแตกต่างกัน (นิคม จารุมณี, 2544)

จึงนำมาสู่สมมติฐานที่ 1 คือ

สมมติฐานที่ 1 (H1) : ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการมีผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน โดยแบ่งออกเป็น

สมมติฐานที่ 1.1 (H1.1) : เพศของผู้ประกอบการมีผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 1.2 (H1.2) : อายุของผู้ประกอบการมีผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 1.3 (H1.3) : ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการมีผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 1.4 (H1.4) : รายได้ต่อเดือนของผู้ประกอบการมีผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

รูปแบบของการบริหารจัดการนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการกำหนดความสำเร็จของกิจการ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ธุรกิจสามารถควบคุมและกำหนดทิศทางในการปฏิบัติได้ ตัวแปรเกี่ยวกับรูปแบบ และวิธีบริหารจัดการขององค์กร (มณีรัตน์ จันทร์หนั้ว และคณะ, 2565) จึงนำมาสู่สมมติฐานที่ 2 คือ

สมมติฐานที่ 2 (H2) : ปัจจัยด้านการจัดการมีผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นพันธสัญญาของบริษัทในการดำเนินการของบริษัททั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน และเป็นการปรับสมดุลของผลกำไรของบริษัท ในปัจจุบันนี้ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้มีความสำคัญมากขึ้นในทุก ๆ ธุรกิจ เพราะแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จนทำให้ทุก ๆ องค์กรทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทย ต้องกำหนด นอกจากนี้ยังเป็นหนึ่งในนโยบายของธุรกิจ เนื่องจากจะส่งเสริมภาพลักษณ์ และทำให้เกิดการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (วรารณณ์ เอื้ออาภรณ์, 2554) จึงนำมาสู่สมมติฐานที่ 3 คือ

สมมติฐานที่ 3 (H3): ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรมีผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

### 2.3.2 ปัจจัยภายนอก

ในยุคปัจจุบันการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการเมือง เศรษฐกิจ สังคม โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี ล้วนส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน รวมถึงการดำเนินธุรกิจด้วย ซึ่งการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ (เขาวลิต ประสิทธิ์, 2561) จึงนำมาสู่สมมติฐานที่ 4 คือ

สมมติฐานที่ 4 (H4): ปัจจัยภายนอกมีผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม อย่างยั่งยืน

เศรษฐกิจดิจิทัลช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจ เนื่องจากรูปแบบเศรษฐกิจได้เปลี่ยนไปภายใต้สภาพแวดล้อมใหม่ของโลก ดังนั้น หากมีกำลังคนที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีจะมีศักยภาพในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจ และมีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมต่อกันได้ ไม่ว่าประเทศนั้น ๆ จะมีขนาดเศรษฐกิจที่เล็กหรือใหญ่ก็สามารถเติบโตได้ (นารินทิพย์ ท่องสายชล, 2563) และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่หรือนวัตกรรมช่วยสร้างมาตรฐานคุณภาพ การเพิ่มมูลค่าสินค้า มีผลต่อความสำเร็จของบริษัท ประชากรรักสามัคคีอย่างมีนัยยะสำคัญ (เกรียงไกร ทรัพย์แสนมาและบรรพต วิรุณราช, 2562) จึงนำมาสู่สมมติฐานที่ 5 คือ

สมมติฐานที่ 5 (H5): การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมีผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม อย่างยั่งยืน

## 2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

### ตัวแปรต้น/ตัวแปรอิสระ

#### ปัจจัยภายใน

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ
  - 1.1 เพศ
  - 1.2 อายุ
  - 1.3 ระดับการศึกษา
  - 1.4 รายได้ต่อเดือน
2. ปัจจัยทางธุรกิจ (ปัจจัยควบคุม)
3. ปัจจัยด้านการจัดการ
4. ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

#### ปัจจัยภายนอก (PESTEL)

1. ปัจจัยด้านการเมือง
2. ปัจจัยด้านการเศรษฐกิจ
3. ปัจจัยด้านสังคม
4. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี
  - \*โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจดิจิทัล
5. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม
6. ปัจจัยด้านกฎหมาย

### ตัวแปรตาม

#### ผลสัมฤทธิ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคม

1. มีเป้าหมายเพื่อช่วยเหลือสังคม
2. มีความยั่งยืนทางการเงิน
3. ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด
4. การตอบสนองความต้องการของลูกค้า
5. การสร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ
6. การส่งเสริมนวัตกรรมทางสังคมและความคิดสร้างสรรค์
7. การได้รับความเชื่อมั่นจากพนักงาน

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย ซึ่งมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน
2. เพื่อศึกษาการใช้หลักการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจ
3. เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมของผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

โดยการวิจัยนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การเก็บจากแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย ซึ่งมีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจคุณภาพเครื่องมือ
3. การรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมทั้งประเทศไทยในปี 2565 จำนวน 216 ราย ซึ่งตามฐานข้อมูลประกาศสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม เรื่อง ประกาศรายชื่อกิจการที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม ตามมาตรา 7 และ 8 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ที่ได้มีกิจการยื่นคำขอจดทะเบียน และนายทะเบียนให้เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมเรียบร้อยแล้ว มีรายนาม 216 แห่ง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม, 2565)

##### กลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม จำนวน 150 ราย ตามขั้นตอน ดังนี้

- 1) ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้โดยพิจารณาเกณฑ์ของ Hair, Black, Babin, Anderson and Tatham (2006) ที่ต้องใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 10 - 20 หน่วยต่อ 1 ตัวแปร การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 12 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ (1) เพศ (2) อายุ (3) การศึกษา (4) รายได้ต่อเดือน (5) ปัจจัยด้านการจัดการ (6) ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และปัจจัยภายนอก (7) การเมือง (8) เศรษฐกิจ (9) สังคม (10) เทคโนโลยีดิจิทัล (11) สิ่งแวดล้อม และ

(12) กฎหมาย ผู้วิจัยกำหนดตัวอย่างขั้นต่ำ 10 หน่วย ต่อ 1 ตัวแปร คิดเป็น 120 ราย และได้เก็บข้อมูลเพิ่มเพื่อป้องกันการการสูญหายหรือการตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์อีก 30 ราย จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างโดยเริ่มต้นจากการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

2) การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากปัจจัยแฝง จากคำแนะนำของ Hair et al. (2010) ได้กล่าวว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ควรไม่น้อยกว่า 100 ตัวอย่าง เพราะขนาดจำนวนตัวอย่างที่น้อยเกินไปจะไม่เพียงพอในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง โดย Hair et al. ยังแนะนำให้เพิ่มเติมเกี่ยวกับจำนวนตัวอย่างโดยคำนึงถึงปัจจัยแฝงไว้ดังนี้ คือ (1) กรณีโมเดลที่มีปัจจัยแฝง (Constructs) ไม่เกิน 5 ปัจจัย โดยแต่ละปัจจัยแฝงมีตัวแปรที่สังเกตได้ (Observed Variables) ไม่น้อยกว่า 3 ตัวแปร ควรมีขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 100 ตัวอย่าง และ (2) กรณีโมเดลที่มีปัจจัยแฝงไม่เกิน 7 ปัจจัย ควรมีขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 300 ตัวอย่าง

จากการพิจารณาเกณฑ์ปัจจัยแฝงในงานวิจัยนี้ เช่น เรื่องของเทคโนโลยีและเครื่องจักร การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 ราย

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจคุณภาพเครื่องมือ

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยแบบผสม (Mixed method) โดยการผสมผสานระหว่างการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณใช้วิธีการทดสอบแนวคิดทฤษฎีเพื่อหาข้อมูลมาประกอบ โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน ในด้านของปัจจัยภายใน (ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านการจัดการ ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร) ปัจจัยภายนอก (ใช้การวิเคราะห์แบบ PESTEL โดยเน้นด้านเทคโนโลยีดิจิทัล) สำหรับการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ/ประธาน/กรรมการในด้านของการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย และเครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการเก็บข้อมูลงานวิจัย แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยแบบสอบถามมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1) แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางธุรกิจ จำนวน 10 ข้อ

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ข้อคำถามมาจากแนวคิดงานวิจัยของพนทิพย์ ชูไรสว (2554) ที่กล่าวว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการดำเนินวิสาหกิจให้ประสบความสำเร็จ เพราะเป็นสิ่งที่กำหนดความสำเร็จของกิจการ และเป็นแนวพฤติกรรมการทำงานของธุรกิจโดยรวม และงานวิจัยของปรมะ สตะเวทิน (2564) กล่าวว่า การศึกษาว่ามีลักษณะสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้น โดยการศึกษาทำให้ทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมแตกต่างกัน ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันจะมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน

กันอีกด้วย และงานวิจัยของนิคม จารุมณี (2544) ที่ได้ระบุว่า อายุของบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีความสามารถและความคาดหวังในการดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างกัน รวมทั้งงานวิจัยของเกรียงไกร ทรัพย์แสนมาและบรรพต วิรุณราช (2562) อธิบายว่า รายได้กลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความสำเร็จของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคมแตกต่างกัน ทั้งนี้ ปัจจัยทางธุรกิจ อันได้แก่ แหล่งที่ตั้งของธุรกิจ ประเภทของธุรกิจแหล่งที่มาของเงินทุน ช่องทางการจัดจำหน่าย และช่องทางการประชาสัมพันธ์กำหนดเป็นปัจจัยควบคุม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน จำนวน 20 ข้อ

ข้อคำถามของปัจจัยด้านการจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน ได้แก่ การจัดการด้านวัฒนธรรมองค์กร การจัดการด้านการบริหารการผลิต การจัดการด้านการบริหารการตลาด การจัดการด้านการบริหารการเงิน และการจัดการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มาจากงานวิจัยของดำรง วัฒนา (2545) กล่าวว่า ผลสัมฤทธิ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วยบริบทการเข้าถึงทรัพยากร การบริหารการตลาด การบริหารทางการเงิน และการบริหารจัดการ ในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการบริหารเพื่อบริหารจัดการองค์กรเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และงานวิจัยของกุลภัทรา สิริธม (2546) ที่ได้อธิบายว่า รูปแบบของการบริหารจัดการเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการกำหนดความสำเร็จของกิจการ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ธุรกิจสามารถควบคุมและกำหนดทิศทางการปฏิบัติได้ ตัวแปรเกี่ยวกับรูปแบบ และวิธีบริหารจัดการขององค์กร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จำนวน 10 ข้อ

ข้อคำถามมาจากงานวิจัยของวราภรณ์ เอื้ออาภรณ์ (2554) ที่ได้อธิบายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นพันธสัญญาของบริษัทในการดำเนินการของบริษัททั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน และเป็นการปรับสมดุลของผลกำไรของบริษัทด้วย ในปัจจุบันนี้ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้มีความสำคัญมากขึ้นในทุก ๆ ธุรกิจ เพราะแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จนทำให้ทุก ๆ องค์กรทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทยต้องกำหนด นอกจากนี้ยังเป็นหนึ่งในนโยบายของธุรกิจ เนื่องจากจะส่งเสริมภาพลักษณ์ และทำให้เกิดการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน และงานวิจัยของพิมพ์พร ภูทองประเสริฐ (2564) อธิบายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสามารถสร้างคุณประโยชน์ในหลาย ๆ ด้านให้แก่การทำธุรกิจ เนื่องจากความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรช่วยสร้างภาพลักษณ์ในด้านที่ดีต่อสังคม บริษัทที่มีบทบาทแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง มีโอกาสที่จะได้รับความสนับสนุนอย่างมากต่อลูกค้ามากกว่าบริษัทที่ไม่ทำอะไรเพื่อสังคม นอกจากนี้ บริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับนักลงทุน ทั้งนี้ ข้อคำถามได้มาจากแนวคิดการจัดกิจกรรมของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) โดย ศ.ฟิลิป คอตเลอร์ แห่งมหาวิทยาลัยนอร์ทเวสเทิร์น และแนนซี ลี อาจารย์สมทบแห่งมหาวิทยาลัยวอชิงตัน และมหาวิทยาลัยซีแอตเติล ซึ่งได้จำแนกความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ 7 ชนิดกิจกรรม

#### ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก จำนวน 14 ข้อ

ปัจจัยภายนอก (PESTEL) ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และกฎหมาย โดยแบ่งเป็นด้านละ 2 ข้อ ข้อคำถามมาจากแนวคิดของชาวลิท ประสิทธิ์ (2561) ที่ได้อธิบายว่า ในยุคปัจจุบัน การดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการเมือง เศรษฐกิจ สังคม โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีล้วนส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน รวมถึงการดำเนินธุรกิจด้วย ซึ่งการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ และงานวิจัยของเกรียงไกร ทรัพย์แสนมาและบรรพต วิรุณราช (2562) อธิบายว่า รัฐบาลของหลายประเทศเห็นความสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมและมีนโยบายในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่น ในประเทศอังกฤษมีการก่อตั้งหน่วยงานชื่อ “Office of the Third Sector (OTS)” ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักคณะรัฐมนตรีโดยหน่วยงานนี้มีนโยบายหลัก คือการผลักดันและสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่นเดียวกับประเทศไทยที่ภาครัฐบาลมีนโยบายที่จะพัฒนา และส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมภายในประเทศ เพื่อเป็นการตอบสนองยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ รวมถึงงานวิจัยของจีระ พุ่มพวง และกำชัย จงจักรพันธ์ (2565) ว่าพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 มีวัตถุประสงค์มุ่งเน้นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจให้เกิดการจ้างงานแก่ผู้ด้อยโอกาสและการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อมหรือเพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่น แต่พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวยังไม่มีการกำหนดสิทธิประโยชน์ตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ คือ ไม่มีหลักเกณฑ์การให้ความช่วยเหลือทางการเงินจากกองทุน สิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากร สิทธิประโยชน์ตามมาตรการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ และมีปัญหาความล่าช้าในการออกกฎหมายลำดับรอง จึงควรแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายและเร่งออกกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมให้วิสาหกิจเพื่อสังคมขยายตัวมากขึ้นและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าทั้งภายในและระหว่างประเทศต่อไป รวมทั้งกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องยังไม่เพียงพอและเหมาะสมอันอาจเป็นปัญหาและอุปสรรคในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม

#### ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจดิจิทัล จำนวน 10 ข้อ

ข้อคำถามเกี่ยวข้องกับงานวิจัยของสุกัญญา รักประสูติ และณนิกา ตูลยานนท์ (2563) ที่อธิบายว่า มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเร่งพัฒนาขีดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อให้ธุรกิจที่เกิดใหม่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากผู้ประกอบการในประเทศไทยยังขาดความสามารถในการสร้างนวัตกรรม ถึงแม้จะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องแต่ก็ยังล้มเหลว ทั้งนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีความเสี่ยงสำคัญ 4 ด้าน คือ ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านการตลาด และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงานและสัมพันธ์กับงานวิจัยของเกรียงไกร ทรัพย์แสนมาและบรรพต วิรุณราช (2562) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่หรือนวัตกรรมช่วยสร้างมาตรฐานคุณภาพ การเพิ่มมูลค่าสินค้า การมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันมีผลต่อความสำเร็จของบริษัท

ประชารัฐรักสามัคคีอย่างมีนัยยะสำคัญ และงานวิจัยของศิรินทิตพย์ และสุภัทรศักดิ์ (2563) ที่ได้อธิบายว่า ผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญกับนวัตกรรมใหม่ๆ นำมาใช้ในการดำเนินงานทางธุรกิจเพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจ ประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น รวมทั้งมีโอกาสด้านการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ชีวิตของเราง่ายขึ้น โดยการลด ต้นทุนการผลิตเป็นช่องทางที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างไร้พรมแดนนวัตกรรม และงานวิจัยของ นารินทิพย์ ท่องสายชล (2563) ที่ได้อธิบายว่า เศรษฐกิจดิจิทัลช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจ เนื่องจากรูปแบบ เศรษฐกิจได้เปลี่ยนไปภายใต้สภาพแวดล้อมใหม่ของโลก ดังนั้น ไม่ว่าประเทศนั้น ๆ จะมีขนาดเศรษฐกิจที่เล็ก หรือใหญ่ แต่หากมีความพร้อมทางด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมต่อกันได้ และมีกำลังคนที่มี ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีจะมีศักยภาพในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจก็จะทำให้กิจการนั้น ๆ ประสบ ความสำเร็จ

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามถึงผลการดำเนินงานของกิจการ จำนวน 20 ข้อ

ผลการดำเนินงานของกิจการที่ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ทางสังคม มีความยั่งยืนทางการเงิน ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและส่งผลกระทบท่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด การตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ การส่งเสริมนวัตกรรม ทางสังคมและความคิดสร้างสรรค์ การได้รับความเชื่อมั่นจากพนักงาน โดยข้อคำถามมาจากแนวคิดเรื่อง การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Corporate Sustainability Performance: CSP) คือ องค์กรได้ทำการกระทำ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยคำนึงปัจจุบันและอนาคตไปพร้อมกันด้วยการสร้าง ความสมดุลระหว่าง 3 ด้าน (Elkington, 1998) ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสังคม 3) ด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ความเชื่อมโยงระหว่างประสิทธิภาพทางการเงินและทางสังคม พบว่า งานด้านสังคมขององค์กร (CSP) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน นั่นคือ การจัดการที่ดีและ CSP มีความสัมพันธ์ เชิงบวก (Waddock and Graves, 1997)

นอกจากนี้ ข้อคำถามได้มาจากรัตพงษ์ สอนสุภาพและบุญสม เกษะประดิษฐ์ (2561) ที่ได้อธิบายว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้วิสาหกิจเพื่อสังคมในบริบทต่างประเทศประสบความสำเร็จประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ การกิจเพื่อสังคม นวัตกรรมสังคม และผลกระทบทางสังคม นับเป็นสิ่งสำคัญในการทำให้เกิดมูลค่า ทางสังคม ซึ่งเป็นผลผลิตหลักของวิสาหกิจเพื่อสังคม และปัจจัยหลักที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้การดำเนินวิสาหกิจ เพื่อสังคมประสบผลสำเร็จ ได้แก่ ความเป็นผู้ประกอบการทางสังคม เป้าหมายทางสังคม นวัตกรรมทางสังคม ขีดความสามารถทางการแข่งขัน การเชื่อมสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความเป็นเจ้าของ และมีส่วนร่วมของ สังคม ความสามารถในการขยายกิจการ และมีผลสัมฤทธิ์ทางสังคม โดยการระบุวิสาหกิจหรือกิจการใด ประสบความสำเร็จหรือมีความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม ประกอบด้วย การมีความมั่นคงทาง สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

ผลสัมฤทธิ์หลักของวิสาหกิจเพื่อสังคมพิจารณาจากการทำให้กิจการอยู่รอดและมีผลกำไรที่นำไปสร้าง ผลกระทบทางสังคมได้ เช่น เกิดการจ้างงานในชุมชน ชุมชนมีมาตรฐานคุณภาพชีวิตดีขึ้น (เกศินี ประทุมสุวรรณ

และพีรพัฒน์ พันศิริ, 2564) 2) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยวิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้โดยการสร้างคุณค่า (Value) ให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ คำว่า “คุณค่า” หมายถึง การรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น (Chernatony, Harris, & Riley, 2000) 3) การสร้างสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ มีข้อกำหนดว่ากรณีที่เป็นกิจการจำหน่ายสินค้า สินค้าส่วนใหญ่ของกิจการต้องเป็นสินค้าสุขภาพ (สถาบันวิทยาการตลาดทุน, ม.ป.ป.) 4) การส่งเสริมนวัตกรรมทางสังคมและความคิดสร้างสรรค์ วิสาหกิจเพื่อสังคมแตกต่างจากธุรกิจทั่วไป เนื่องจากวิสาหกิจเพื่อสังคมมุ่งสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกให้กับสังคม จึงไม่อาจประสบความสำเร็จด้วยวิธีการและแนวคิดทางธุรกิจทั่วไปได้ ทั้งนี้ ความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบนวัตกรรมทางสังคมของผู้ประกอบการ เป็นสิ่งใหม่ ๆ ที่สร้างขึ้นมาก อาทิกกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเป็นรูปแบบการพัฒนาที่เป็นที่ยอมรับ เพื่อตอบสนองและแก้ไขต่อปัญหาทางสังคม (ฝ่ายนวัตกรรมเพื่อสังคม สังกัดงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2562) และ 5) การได้รับความเชื่อมั่นจากพนักงานโดยวิสาหกิจเพื่อสังคมมีการสนับสนุนความผูกพันต่อองค์กรเพื่อให้สามารถดำเนินวิสาหกิจได้อย่างราบรื่น โดยสนับสนุนให้พนักงานที่มีความใส่ใจต่องานที่พวกเขาทำอยู่มีความภูมิใจในงานที่ทำ มีความผูกพันกับงานที่ทำและยึดมั่นผูกพันกับองค์กรที่พวกเขาทำอยู่ รวมถึงมีการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ และส่งเสริมให้พนักงานได้เจริญก้าวหน้าโดยส่งไปรับการฝึกอบรมต่าง ๆ (จิราภรณ์ รังศิริและพิพัฒน์ นนทนาธรณ์, 2564)

โดยส่วนที่ 2 - 6 มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Likert scale) แบ่งเป็นระดับ 5 ระดับ ซึ่งจะทำการวัดค่าต่าง ๆ โดยมีความหมายของแต่ละระดับดังนี้

|         |         |                                                  |
|---------|---------|--------------------------------------------------|
| 5 คะแนน | หมายถึง | ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมเห็นด้วยมากที่สุด  |
| 4 คะแนน | หมายถึง | ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมเห็นด้วยมาก        |
| 3 คะแนน | หมายถึง | ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมเห็นด้วยปานกลาง    |
| 2 คะแนน | หมายถึง | ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมเห็นด้วยน้อย       |
| 1 คะแนน | หมายถึง | ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมเห็นด้วยน้อยที่สุด |

โดยเกณฑ์การประเมิน แบ่งช่วงคะแนนที่ใช้โดยคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น อภิปรายได้ดังนี้

$$I = \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

จะได้ เท่ากับ  $5 - 1$  หารด้วย 5 จะได้ 0.80 เป็นค่าเริ่มต้นของชั้นต่ำสุด

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมาย ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 4.21 - 5.00 หมายถึง ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 - 4.20 หมายถึง ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 - 3.40 หมายถึง ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.81 - 2.60 หมายถึง ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 - 1.80 หมายถึง ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

**2) แบบสัมภาษณ์** เป็นแบบสอบถามปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้าง เกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน รวมถึงแนวทางการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมของผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

### การสร้างเครื่องมือ

(1) ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อกำหนดหัวข้อคำถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การวิจัย

(2) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสัมภาษณ์จากเอกสาร บทความ งานวิจัยต่าง ๆ เพื่อกำหนด ขอบเขต และเนื้อหาของคำถาม

(3) ข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสัมภาษณ์ ซึ่งลักษณะเป็นแบบคำถามปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้าง

(4) นำแบบสัมภาษณ์เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อช่วยตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์

(5) ปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาจัดทำแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็น ปัญหา และข้อเสนอแนะของวิสาหกิจเพื่อสังคม จำนวน 15 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการเพื่อสังคม ได้แก่ ตำแหน่งงานในวิสาหกิจเพื่อสังคม และอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลให้วิสาหกิจเพื่อสังคมของท่านประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถตอบคำถามนี้ได้อย่างหลากหลาย

ข้อที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับการสร้างประโยชน์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมในปัจจุบัน ซึ่งประกอบด้วย ประโยชน์ต่อสังคม ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ และประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม

ข้อที่ 5 ข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) ของวิสาหกิจเพื่อสังคม และแนวทางการใช้ CSR ที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

ข้อที่ 6 ถึง ข้อที่ 11 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก (Pestel Analysis) โดยมีข้อคำถามเกี่ยวข้องกับการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และกฎหมาย อันประกอบด้วย (1) การส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาล (2) ภาวะเศรษฐกิจถดถอยของประเทศไทย (3) ปัจจัยทางสังคม (4) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (5) โรคระบาด Covid-19 และ (6) พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ข้อคำถาม คือ ปัจจัยภายนอกต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลอย่างไรต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม

ข้อที่ 12 ข้อคำถามเกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย คือ วิสาหกิจเพื่อสังคมมีการปรับตัวหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการอย่างไรบ้างในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงาน

ข้อที่ 13 ถึง ข้อที่ 15 ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเพื่อสังคม อันได้แก่ ปัญหาของวิสาหกิจเพื่อสังคม แนวทางต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม และข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ทั้งนี้ ขั้นตอนการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีดังนี้

1) ผู้วิจัยทำการติดต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) การติดต่อนัดสัมภาษณ์ทำได้หลายวิธี เช่น ผ่านทางโทรศัพท์/Facebook/Line และ E-mail ของวิสาหกิจเพื่อสังคม

2) เมื่อผู้ประกอบการเพื่อสังคมให้ความอนุเคราะห์ ผู้วิจัยจะนำส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ข้อมูลและสัมภาษณ์ (ในรูปแบบ PDF) ให้กับผู้ประกอบการเพื่อสังคม พร้อมนัดเวลาสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่จะเป็นช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์ อีกทั้งแจ้งเวลาว่าจะขอสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อสังคมแต่ละรายประมาณ 30 นาที

3) เมื่อถึงวันสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะโทรศัพท์ไปยังผู้ประกอบการเพื่อสังคม พร้อมแจ้งว่า ผู้วิจัยจะขอบันทึกเสียงของผู้ประกอบการเพื่อสังคมระหว่างการสัมภาษณ์ และรอก่อนว่าผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะให้ความยินยอมในการบันทึกเสียง

4) เมื่อทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อสังคม จนครบ 15 ข้อ ผู้วิจัยจะกล่าวขอบคุณ และกล่าวว่า ข้อมูลของท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมของประเทศไทย

5) จัดเก็บข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อสังคม จำนวน 15 ราย โดยการจัดพิมพ์ข้อมูล ซึ่งถือว่าเป็นข้อมูลระดับปฐมภูมิ

6) นำข้อมูลที่ได้รับจากผู้ประกอบการเพื่อสังคมมาวิเคราะห์เนื้อหา พร้อมทั้งการแยกประเภทและจัดหมวดหมู่ของข้อมูลให้เรียบร้อย

### การตรวจคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือวิจัยที่ให้ผลการวัดที่มีคุณสมบัติ อาทิเช่น ผลการวัดมีความเที่ยงตรง มีความเชื่อมั่น มีความครบถ้วน มีประสิทธิภาพ มีความเป็นปรนัย มีความยากง่ายพอเหมาะ มีอำนาจจำแนกสูง และ ไร้อคติ ถือเป็นเครื่องมือวิจัยที่มีคุณภาพ ดังนั้น หากนักวิจัยต้องการได้ข้อมูลที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการ นักวิจัยจึงต้องประเมินคุณภาพของข้อมูล ซึ่งทำได้โดยการประเมินหรือตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย หรือประเมินคุณภาพการวัดว่ามีคุณสมบัติเหมาะสมตามที่ต้องการในการวิจัยหรือไม่ ซึ่งการตรวจสอบคุณภาพของข้อคำถาม และการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือทั้งฉบับ (วรรณิ แกมเกตุ, 2555)

1) Content Validity หมายถึง ทดสอบความตรง ถือเป็นคุณสมบัติของเครื่องมือที่วิจัยวัดเนื้อหาสาระได้อย่างครอบคลุม และเป็นการวัดอย่างครบถ้วนของมวลเนื้อหา รายละเอียดของสิ่งที่ต้องการวัดอาจอยู่ในรูปของตารางกำหนดรายละเอียดของเนื้อหาและ จุดมุ่งหมายที่ต้องการวัด (Table of Specification) ในกรณี que เครื่องมือเป็นแบบทดสอบสำหรับเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามหรือแบบสัมภาษณ์ นักวิจัยอาจกำหนดเป็นตารางโครงสร้างเนื้อหาของ ตัวแปรและจำนวนข้อคำถามที่ต้องการวัด ตามรายละเอียดของคำนิยามเชิงทฤษฎี และนิยามเชิงปฏิบัติการ

ผู้วิจัยจึงนำข้อคำถามที่สร้างจากตัวแปรไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการทำธุรกิจ จำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบ และประเมินหาความตรงเชิงเนื้อหาและให้ข้อเสนอแนะกับผู้วิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่

- (1) ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการประกันภัยและการจัดการความเสี่ยง
- (2) อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล
- (3) อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

โดยคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ควรใส่ปัจจัยแต่ละด้านให้ตรงกับกรอบแนวคิด และใส่ประเด็นย่อยให้ชัดเจน การระบุข้อปัจจัยแต่ละด้านให้ตรงกับกรอบแนวคิด การปรับคำให้เหมาะสม เช่น โรค Covid-19 เป็นการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นต้น การปรับระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามควรมี ปวช. และ ปวส. รวมทั้งการยกตัวอย่างให้ชัดเจน เช่น หากเขียนว่าเครื่องมือทางการตลาดให้ยกตัวอย่างว่ามีอะไรบ้าง

จากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ผู้วิจัยได้นำไปปรับปรุง/แก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ และเหมาะสมมากยิ่งขึ้น อีกทั้งได้ทำการคิดค่า IOC โดยใช้ดัชนีสอดคล้องกับข้อคำถาม ทำการคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีความตรง ตั้งแต่ 0.66 ขึ้นไป สำหรับข้อที่น้อยกว่า 0.66 ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงเนื้อหา เพื่อให้มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา

2) Reliability หมายถึง การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ คุณสมบัติของเครื่องมือวิจัยที่มีความคงเส้นคงวาในการวัดสิ่งเดียวกันในเวลาที่แตกต่างกัน นั่นคือไม่ว่าจะนำเครื่องมือวิจัยนั้นไปวัดกี่ครั้งค่าที่ได้จากการวัดจะมีค่าไม่ต่างกัน (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2556)

ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหาในแต่ละตัวแปรที่ใช้เป็นแนวข้อคำถามของแบบสอบถามแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ/ประธาน/กรรมการจำนวน 10 ราย โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค โดยต้องมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นมากกว่า 0.8

**ตารางที่ 3.1 : แสดงผลการทดสอบความเชื่อมั่นในแต่ละปัจจัย**

| ตัวแปร                   |                                          | ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น |
|--------------------------|------------------------------------------|------------------------------|
| ปัจจัยภายใน              | ปัจจัยด้านการจัดการ                      | 0.95                         |
|                          | ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร | 0.82                         |
| ปัจจัยภายนอก             | ปัจจัยภายนอก (PESTEL)                    | 0.87                         |
|                          | ปัจจัยด้านเศรษฐกิจดิจิทัล                | 0.90                         |
|                          | ผลการดำเนินงานของกิจการ                  | 0.91                         |
| ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ |                                          | 0.89                         |

### 3.3 วิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ในเบื้องต้น ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม ทั้งงานวิจัย บทความ และเว็บไซต์ของ สวส. พร้อมทำการจัดทำแบบสอบถามให้เรียบร้อย และรวบรวมรายชื่อของวิสาหกิจเพื่อสังคมทั้ง 216 แห่งทั่วทั้งประเทศไทย

3.3.2 ทำการติดต่อไปยังวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยการโทรศัพท์ ติดต่อผ่านไลน์ หรือ Facebook ของวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ผู้บริหารทำการตอบแบบสอบถาม

3.3.3 ทำการจัดส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form หรือการจัดส่งไปรษณีย์และ J&T

3.3.4 ทำการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม ทั้งจาก Google Form และข้อมูลจากกระดาษ แล้วทำการบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ ในรูปแบบของ Microsoft Excel

3.3.5 ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูล แล้วนำมาจัดระบบในโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science)

3.3.6 ติดต่อขอนัดสัมภาษณ์กับผู้บริหารวิสาหกิจเพื่อสังคม จำนวน 10 ราย เพื่อสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคม และแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมของประเทศไทย โดยการสัมภาษณ์ใช้เวลาประมาณรายละเอียด 30 นาที

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนมาดำเนินการลงรหัสข้อมูล (Code Book) และใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

3.4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน รวมถึงข้อมูลทางธุรกิจต่าง ๆ เช่น แหล่งที่ตั้งของธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ แหล่งที่มาของเงินทุน

ช่องทางการจัดจำหน่ายและช่องทางการประชาสัมพันธ์ โดยใช้วิธีการหาค่าสถิติ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อต้องการทราบข้อมูลวิสาหกิจเพื่อสังคมในเบื้องต้น และต้องการจัดการข้อมูลให้มีความเป็นระบบระเบียบมากยิ่งขึ้นทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ

3.4.2 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน โดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำผลมาเปรียบเทียบ โดยใช้ค่าสถิติ F-test (One-way anova) และ T-test เพื่อต้องการทดสอบสมมติฐาน

3.4.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลของการใช้เทคโนโลยีในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลกับความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson 's Correlation Coefficient) โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นการวัดทางสถิติอย่างง่ายเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวขึ้นไป เช่น อาจเป็นการวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม 1 ตัวกับตัวแปรต้นตั้งแต่ 1 ตัว เป็นต้น (สุภมาส อังศุโชติ, 2551) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นดัชนีชี้วัดปริมาณของความสัมพันธ์ของตัวแปร ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัว เมื่อกำหนดให้ตัวแปร X มีค่ามากขึ้น ค่าของตัวแปร Y มีแนวโน้มมากขึ้นด้วย ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้ถือว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก (positive correlation) แต่ถ้าตัวแปร X มีค่ามากขึ้น แต่ค่าของตัวแปร Y มีแนวโน้มลดลงหรือตัวแปร X มีค่าน้อยลง แต่ค่าของตัวแปร Y มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้ถือว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงลบ (Negative correlation) (Tukey, 1977) โดยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้นสามารถพิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่แตกต่างกันตามระดับการวัดของตัวแปร สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่นิยมที่สุดในการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร รวมทั้งได้ทำการวิเคราะห์ด้วย Multiple Correlation หรือวิธีสหสัมพันธ์พหุคูณ ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมากกว่าหนึ่งตัว โดยความสัมพันธ์นี้เป็นการบอกให้ทราบว่าตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใดหรือในระดับใด เนื่องจากต้องการทดสอบตัวแปรของปัจจัยภายนอกด้านเทคโนโลยี และปัจจัยด้านเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งอาจมีความทับซ้อนกันได้ จึงได้มีการปรับงานวิจัย โดยปรับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยภายนอก

3.4.4 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน ความคาดหวัง แนวทาง และข้อเสนอแนะในการพัฒนาเพื่อการปรับปรุงการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคม จำนวน 15 ข้อ จากคำถามแบบปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้างโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นเทคนิคการวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับสาร มุ่งเน้นการค้นหาข้อสรุปและการตีความเกี่ยวกับคุณลักษณะต่าง ๆ ของสาร ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร บริบทในการสื่อสาร ผลจากการสื่อสาร พฤติกรรมทางสังคมที่สะท้อนผ่านสารตลอดจนเพื่อทดสอบสมมติฐานต่าง ๆ ที่กล่าวไว้ในทฤษฎี สำหรับวิธีการวิเคราะห์ คือ รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ (พัชรภรณ์ จารุพันธ์, 2556)

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย ซึ่งมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน การใช้หลักการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจ และศึกษาแนวทางการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมของผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล โดยเก็บข้อมูลผู้ประกอบการ/ประธานบริษัท/กรรมการบริษัทวิสาหกิจเพื่อสังคมทั้งประเทศไทย จำนวน 150 ราย ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็น 7 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทางธุรกิจ
- ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการจัดการ
- ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
- ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยภายนอก
- ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัล
- ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลการดำเนินงานของกิจการ
- ส่วนที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐาน

โดยมีสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

|           |     |                                                                            |
|-----------|-----|----------------------------------------------------------------------------|
| $\bar{X}$ | แทน | ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)                                                      |
| n         | แทน | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง                                                         |
| S.D.      | แทน | ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)                               |
| t         | แทน | ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม        |
| F         | แทน | ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม |

#### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลทางธุรกิจ

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 122 คน ซึ่งผู้ประกอบการ/ประธานบริษัท/กรรมการบริษัทวิสาหกิจเพื่อสังคมทั้งประเทศไทย ผลปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

| เพศ    | จำนวน | ร้อยละ |
|--------|-------|--------|
| - ชาย  | 62    | 41.3   |
| - หญิง | 88    | 58.7   |
| รวม    | 150   | 100.0  |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ประกอบการ/ประธาน/กรรมการวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.7 และเพศชาย จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

| อายุ          | จำนวน      | ร้อยละ       |
|---------------|------------|--------------|
| - 20 – 29 ปี  | 15         | 10.0         |
| - 30 – 39 ปี  | 29         | 19.3         |
| - 40 – 49 ปี  | 36         | 24.0         |
| - 50 – 59 ปี  | 40         | 26.7         |
| - 60 ปีขึ้นไป | 30         | 20.0         |
| <b>รวม</b>    | <b>150</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ประกอบการ/ประธานบริษัท/กรรมการบริษัทวิสาหกิจเพื่อสังคมทั้งประเทศไทย ส่วนใหญ่อายุ 50 – 59 ปีขึ้นไป จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมา คือ อายุ 40 – 49 ปี จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.0

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

| ระดับการศึกษาสูงสุด | จำนวน      | ร้อยละ       |
|---------------------|------------|--------------|
| - ประถมศึกษา        | 4          | 2.7          |
| - มัธยมศึกษา        | 4          | 2.7          |
| - ปวช.              | 2          | 1.3          |
| - ปวส.              | 5          | 3.3          |
| - ปริญญาตรี         | 76         | 50.7         |
| - ปริญญาโท          | 54         | 36.0         |
| - ปริญญาเอก         | 5          | 3.3          |
| <b>รวม</b>          | <b>150</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ประกอบการ/ประธานบริษัท/กรรมการบริษัทวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ส่วนใหญ่จบการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาคือปริญญาโท จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 36

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้ต่อเดือน                   | จำนวน      | ร้อยละ       |
|----------------------------------|------------|--------------|
| - น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท | 31         | 20.7         |
| - 15,001 – 30,000 บาท            | 45         | 30.0         |
| - 30,001 – 50,000 บาท            | 34         | 22.7         |
| - 50,001 – 100,000 บาท           | 29         | 19.3         |
| - มากกว่า 100,000 บาท            | 8          | 5.3          |
| - ไม่ระบุ                        | 3          | 2.0          |
| <b>รวม</b>                       | <b>150</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ประกอบการ/ประธาน/กรรมการวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยส่วนใหญ่มียาได้ 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมา คือ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.7

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งที่ตั้งของธุรกิจ

| แหล่งที่ตั้งของธุรกิจ   | จำนวน      | ร้อยละ       |
|-------------------------|------------|--------------|
| - กรุงเทพมหานคร         | 33         | 22.0         |
| - ภาคกลาง               | 42         | 28.0         |
| - ภาคตะวันออก           | 11         | 7.3          |
| - ภาคตะวันตก            | 6          | 4.0          |
| - ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 23         | 15.3         |
| - ภาคเหนือ              | 14         | 9.3          |
| - ภาคใต้                | 21         | 14.0         |
| <b>รวม</b>              | <b>150</b> | <b>100.0</b> |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า บริษัทวิสาหกิจเพื่อสังคมทั้งประเทศไทยส่วนใหญ่มียาได้ที่ตั้งของธุรกิจอยู่ที่ภาคกลาง จำนวน 42 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมา คือ กรุงเทพมหานคร จำนวน 33 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 22.0

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

| ประเภทของธุรกิจ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------|-------|--------|
| - ธุรกิจการผลิต | 45    | 30.0   |
| - ธุรกิจบริการ  | 53    | 35.3   |
| - ธุรกิจค้าปลีก | 24    | 16.0   |
| - ธุรกิจค้าส่ง  | 12    | 8.0    |
| - อื่นๆ         | 16    | 10.7   |
| รวม             | 150   | 100.0  |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ประเภทธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจบริการ จำนวน 53 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมา คือ ธุรกิจการผลิต จำนวน 45 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 30.0

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนประเภทของผลิตภัณฑ์

| จำนวนประเภทของผลิตภัณฑ์ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|-------|--------|
| - 1-5 ประเภท            | 132   | 88.0   |
| - 6-10 ประเภท           | 10    | 6.7    |
| - มากกว่า 10 ประเภท     | 8     | 5.3    |
| รวม                     | 150   | 100.0  |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า จำนวนประเภทของผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ 1-5 ประเภท จำนวน 132 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมา คือ 6-10 จำนวน 10 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 6.7 แสดงว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในแต่ละวิสาหกิจยังไม่หลากหลาย

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งที่มาของเงินลงทุน

| แหล่งที่มาของเงินลงทุน | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------|-------|--------|
| - ทุนตนเอง             | 79    | 52.7   |
| - กู้ยืมเงิน           | 44    | 29.3   |
| - อื่นๆ                | 27    | 18.0   |
| รวม                    | 150   | 100.0  |

จากตารางที่ 4.8 พบว่า แหล่งที่มาของเงินลงทุน ส่วนใหญ่เป็นทุนตนเอง จำนวน 79 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมา คือ กู้ยืมเงิน จำนวน 44 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 29.3 ส่วนอื่นๆ แหล่งที่มาของเงินลงทุนจากการระดมทุนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย

| ช่องทางการจัดจำหน่าย | จำนวน |
|----------------------|-------|
| - ขายตรง             | 103   |
| - ตัวแทนจำหน่าย      | 62    |
| - ผู้ค้าส่ง          | 55    |
| - พนักงาน            | 54    |
| - ขายผ่านไลน์        | 90    |
| - ขายผ่าน Facebook   | 84    |
| - ขายผ่าน Shopee     | 42    |
| - ขายผ่าน Lazada     | 32    |
| - อื่นๆ              | 18    |

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่เป็นการขายตรง จำนวน 103 แห่ง รองลงมา คือ ขายผ่านไลน์ จำนวน 90 แห่ง

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่องทางการประชาสัมพันธ์วิสาหกิจ

| ช่องทางการประชาสัมพันธ์วิสาหกิจ | จำนวน |
|---------------------------------|-------|
| - ช่องทางออนไลน์                | 125   |
| - โทรทัศน์                      | 38    |
| - วิทยุ                         | 37    |
| - งานแสดงสินค้า                 | 88    |
| - สื่อสิ่งพิมพ์                 | 53    |
| - อื่นๆ                         | 23    |

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ช่องทางการประชาสัมพันธ์วิสาหกิจเพื่อสังคม ส่วนใหญ่เป็นช่องทางออนไลน์ จำนวน 125 แห่ง และรองลงมา คือ งานแสดงสินค้า จำนวน 88 แห่ง

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการจัดการ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการจัดการของแบบสอบถาม จำนวน 150 ฉบับ ปรากฏผลดังนี้

### ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการจัดการด้านวัฒนธรรมองค์กร

| ข้อมูลการจัดการด้านวัฒนธรรมองค์กร                                | ค่าเฉลี่ย   | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน | แปลผล      |
|------------------------------------------------------------------|-------------|--------------------------|------------|
| - มีวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ชัดเจน                                | 4.26        | .83                      | มากที่สุด  |
| - พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายองค์กร                      | 3.93        | .85                      | มาก        |
| - มีการวางแผนการดำเนินงานล่วงหน้า 3-5 ปี                         | 3.71        | .92                      | มาก        |
| - มีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยในการสนับสนุน<br>การดำเนินงาน | 3.80        | 1.03                     | มาก        |
| <b>รวมข้อมูลการจัดการด้านวัฒนธรรมองค์กร</b>                      | <b>3.93</b> | <b>0.91</b>              | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ประกอบการมองว่าข้อมูลการจัดการด้านวัฒนธรรมองค์กร ในแต่ละรายการอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91

### ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการผลิต

| ข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการผลิต                                      | ค่าเฉลี่ย   | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน | แปลผล      |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------------------|------------|
| - มีการจัดวางอุปกรณ์และเครื่องจักรให้สามารถใช้งาน<br>ได้หลายวัตถุประสงค์ | 3.59        | 1.07                     | มาก        |
| - มีการควบคุมการผลิตด้วยระบบคอมพิวเตอร์                                  | 2.99        | 1.25                     | ปานกลาง    |
| - มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ส่งปัจจัยการผลิต                              | 3.82        | .97                      | มาก        |
| - มีการบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องจักร<br>อย่างต่อเนื่อง       | 3.56        | 1.12                     | มาก        |
| <b>รวมข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการผลิต</b>                            | <b>3.49</b> | <b>1.10</b>              | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ประกอบการมองว่าข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการผลิต ในแต่ละรายการ อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.10

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการตลาด

| ข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการตลาด                               | ค่าเฉลี่ย   | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน | แปลผล      |
|-------------------------------------------------------------------|-------------|--------------------------|------------|
| - มีการสำรวจความต้องการของลูกค้า และคาดการณ์<br>ตลาดอย่างสม่ำเสมอ | 3.70        | .93                      | มาก        |
| - เปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์                 | 3.69        | .97                      | มาก        |
| - มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการพัฒนาช่อง<br>ทางการจัดจำหน่าย   | 3.67        | .95                      | มาก        |
| - มีบริการหลังการขาย                                              | 3.55        | 1.02                     | มาก        |
| <b>รวมข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการตลาด</b>                     | <b>3.65</b> | <b>0.97</b>              | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ประกอบการมองว่าข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการตลาด ในแต่ละรายการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการเงิน

| ข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการเงิน                           | ค่าเฉลี่ย   | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน | แปลผล      |
|---------------------------------------------------------------|-------------|--------------------------|------------|
| - มีการวางแผนทางการเงินล่วงหน้า                               | 3.69        | .98                      | มาก        |
| - มีการพิจารณาแหล่งเงินทุน                                    | 3.51        | 1.17                     | มาก        |
| - มีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบและเป็นไปตาม<br>มาตรฐานการบัญชี | 4.10        | 1.02                     | มาก        |
| <b>รวมข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการเงิน</b>                 | <b>3.77</b> | <b>1.06</b>              | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ประกอบการมองว่าข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการเงิน ในแต่ละรายการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.06

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลการจัดการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

| ข้อมูลการจัดการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์                | ค่าเฉลี่ย   | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน | แปลผล      |
|-----------------------------------------------------------|-------------|--------------------------|------------|
| - ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกพนักงาน                       | 4.05        | 1.00                     | มาก        |
| - มีสวัสดิการให้กับบุคลากรอย่างเหมาะสม                    | 3.89        | 1.07                     | มาก        |
| - การจ่ายเงินเดือนและค่าจ้างเป็นธรรม                      | 4.25        | .96                      | มากที่สุด  |
| - มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีและปลอดภัย                  | 4.31        | .84                      | มากที่สุด  |
| - มีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นประจำ          | 3.84        | 1.02                     | มาก        |
| <b>รวมข้อมูลการจัดการด้านการบริหารทรัพยากร<br/>มนุษย์</b> | <b>4.07</b> | <b>0.98</b>              | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ประกอบการมองว่าข้อมูลการจัดการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละรายการ อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการจัดการของแบบสอบถาม จำนวน 150 ฉบับ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

| ข้อมูลการจัดการด้าน CSR                           | ค่าเฉลี่ย   | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน | แปลผล      |
|---------------------------------------------------|-------------|--------------------------|------------|
| - มีระบบการบริหารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดี   | 4.25        | .75                      | มากที่สุด  |
| - สนับสนุนการแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม              | 4.15        | .90                      | มาก        |
| - สนับสนุนกิจกรรมด้านการศึกษา                     | 3.97        | 1.05                     | มาก        |
| - สนับสนุนการพัฒนาเด็กและเยาวชน                   | 3.92        | 1.02                     | มาก        |
| - มีนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม       | 4.11        | .88                      | มาก        |
| - จัดหาเงินทุนในการส่งเสริมการแก้ปัญหาทางสังคม    | 3.66        | 1.18                     | มาก        |
| - มีการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งเพื่อช่วยเหลือสังคม   | 3.66        | 1.13                     | มาก        |
| - มีส่วนร่วมในโครงการเพื่อประโยชน์ต่อสังคม        | 4.00        | 1.00                     | มาก        |
| - สนับสนุนให้พนักงานเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน   | 4.00        | 1.00                     | มาก        |
| - จำหน่ายสินค้าที่เหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภค | 3.99        | .83                      | มาก        |
| <b>รวม</b>                                        | <b>3.97</b> | <b>0.97</b>              | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ประกอบการมองว่าข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในแต่ละรายการ อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97

#### ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยภายนอก

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการจัดการของแบบสอบถาม จำนวน 150 ฉบับ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านปัจจัยภายนอก

| ข้อมูลด้านปัจจัยภายนอก                                             | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | แปลผล     |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------|-----------|
| - ได้รับการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐ                          | 3.61      | 1.06                 | มาก       |
| - ได้รับการสนับสนุนการเข้าถึงเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐ              | 3.04      | 1.36                 | ปานกลาง   |
| - ได้รับการสนับสนุนในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศจากหน่วยงานภาครัฐ     | 2.59      | 1.32                 | น้อย      |
| - ผลของภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน                                      | 3.93      | 1.08                 | มาก       |
| - สามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบด้วยต้นทุนที่เหมาะสม                   | 3.63      | .98                  | มาก       |
| - มีโอกาสในการขยายตลาดสินค้าและบริการ                              | 3.89      | .89                  | มาก       |
| - ผลของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค                             | 4.05      | .87                  | มาก       |
| - ผลของการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมทางสังคม                            | 3.89      | .92                  | มาก       |
| - ผลของการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีด้านการผลิตและการบริการ           | 3.59      | .89                  | มาก       |
| - ผลของการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร                    | 3.71      | .87                  | มาก       |
| - ผลของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019                        | 4.05      | 1.08                 | มาก       |
| - มีการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม | 4.24      | .83                  | มากที่สุด |
| - ผลของกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค                                     | 3.49      | 1.16                 | มาก       |
| - ผลของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ.2562            | 3.84      | 1.06                 | มาก       |
| รวม                                                                | 3.68      | 1.03                 | มาก       |

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ประกอบการมองว่าข้อมูลด้านปัจจัยภายนอก ในแต่ละรายการอยู่ในระดับน้อย-มากที่สุด แต่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.03

#### ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัล จำนวน 150 ฉบับ ปรากฏผลดังนี้  
ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัล

| ข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัล                                        | ค่าเฉลี่ย   | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | แปลผล      |
|------------------------------------------------------------------|-------------|----------------------|------------|
| - การขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์                                 | 3.78        | 1.14                 | มาก        |
| - การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมูลค่าธุรกิจ                        | 3.80        | 1.13                 | มาก        |
| - การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการลดต้นทุน                               | 3.59        | 1.18                 | มาก        |
| - การนำเทคโนโลยีมาต่อยอดในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ออกสู่ตลาด   | 3.63        | 1.07                 | มาก        |
| - มีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย         | 3.84        | .97                  | มาก        |
| - การมีระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร (ERP)                         | 3.44        | 1.05                 | มาก        |
| - มีระบบบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า                              | 3.09        | 1.19                 | ปานกลาง    |
| - มีการทำธุรกรรมซื้อ/ขายสินค้า/บริการบนอินเทอร์เน็ต (E-commerce) | 3.39        | 1.20                 | ปานกลาง    |
| - ให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือทางการตลาด  | 3.63        | 1.09                 | มาก        |
| - มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการขนส่งสินค้า                       | 3.22        | 1.22                 | ปานกลาง    |
| <b>รวม</b>                                                       | <b>3.54</b> | <b>1.12</b>          | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ประกอบการมองว่าข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัล ในแต่ละรายการ อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 แต่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.12

## ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลการดำเนินงานของกิจการ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการดำเนินงานของกิจการ จำนวน 150 ฉบับ ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านผลการดำเนินงานของกิจการ

| ข้อมูลด้านผลการดำเนินงานของกิจการ                                 | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน | แปลผล     |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------------|-----------|
| - นำผลกำไรไปสร้างประโยชน์เพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง                 | 3.93      | .989                     | มาก       |
| - มีเป้าหมายหลักในการแก้ปัญหาทางสังคม                             | 4.11      | .864                     | มาก       |
| - มีการจัดสวัสดิการให้แก่ผู้ด้อยโอกาส                             | 3.48      | 1.214                    | มาก       |
| - มีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาค่าความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ<br>และสังคม | 4.01      | .828                     | มาก       |
| - ให้ความสำคัญกับชุมชน                                            | 4.41      | .769                     | มากที่สุด |
| - ให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กร                                  | 4.22      | .808                     | มากที่สุด |
| - ดำเนินงานตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล                  | 3.98      | .872                     | มาก       |
| - ได้รับกำไรทุกปี และนำกำไรไปช่วยเหลือสังคม                       | 3.29      | 1.364                    | ปานกลาง   |
| - มีกระแสเงินสดเพิ่มขึ้นตลอด 2-3 ปีที่ผ่านมา                      | 2.96      | 1.256                    | น้อย      |
| - มีนโยบายลดการใช้ทรัพยากร                                        | 3.81      | 1.031                    | มาก       |
| - มีการพัฒนาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า                    | 4.12      | .858                     | มาก       |
| - มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นในทุกปี                                   | 3.67      | 1.040                    | มาก       |
| - มีลูกค้าจำนวนมากกลับมาซื้อซ้ำ                                   | 3.71      | 1.040                    | มาก       |
| - สินค้าได้รับการรับรองมาตรฐาน                                    | 3.80      | 1.178                    | มาก       |
| - มีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมาอยู่เสมอ                       | 3.47      | 1.069                    | มาก       |
| - พนักงานอยู่กับกิจการเป็นเวลานาน                                 | 3.75      | .921                     | มาก       |
| - พนักงานส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในองค์กร                          | 4.01      | .886                     | มาก       |
| - มีนโยบายจ้างงานในชุมชน                                          | 3.85      | 1.111                    | มาก       |
| - การสร้างคุณค่าใหม่ให้กับสังคม (CSV)                             | 4.02      | .957                     | มาก       |
| - สามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว                                   | 3.89      | .925                     | มาก       |
| รวม                                                               | 3.82      | 0.99                     | มาก       |

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ประกอบการมองว่าข้อมูลด้านผลการดำเนินงาน ในแต่ละรายการ อยู่ในระดับน้อยถึงมากที่สุดแตกต่างกัน แต่โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8285 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81395

ตารางที่ 4.20 แสดงตารางเปรียบเทียบปัจจัยทั้ง 4 ด้าน

| เปรียบเทียบปัจจัยทั้ง 4 ด้าน             | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน |
|------------------------------------------|-----------|--------------------------|
| ปัจจัยด้านการจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน    | 3.80      | .67                      |
| ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร | 3.97      | .71                      |
| ปัจจัยภายนอก                             | 3.68      | .57                      |
| ปัจจัยด้านเศรษฐกิจดิจิทัล                | 3.54      | .86                      |

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ประกอบการมองว่าข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน

### ส่วนที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 (H1): ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการมีผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม จำแนกตามเพศ

| ผลการดำเนินงาน                              | เพศ  | n  | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน | t   | p   |
|---------------------------------------------|------|----|-----------|--------------------------|-----|-----|
| ความสามารถในการดำเนิน<br>วิสาหกิจเพื่อสังคม | ชาย  | 62 | 0.41      | .61                      | .13 | .89 |
|                                             | หญิง | 88 | 0.59      | .67                      |     |     |

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม จำแนกตามอายุ

| ผลการดำเนินงาน                              | อายุ         | SS    | df  | MS  | F   | p   |
|---------------------------------------------|--------------|-------|-----|-----|-----|-----|
| ความสามารถในการ<br>ดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม | ระหว่างกลุ่ม | .85   | 4   | .21 | .50 | .73 |
|                                             | ภายในกลุ่ม   | 49.22 | 117 | .42 |     |     |
|                                             | รวม          | 50.07 | 121 |     |     |     |

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม จำแนกตามระดับการศึกษา  
สูงสุด

| ผลการดำเนินงาน                          | ระดับการศึกษา | SS    | df  | MS   | F    | p     |
|-----------------------------------------|---------------|-------|-----|------|------|-------|
| ความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม | ระหว่างกลุ่ม  | 7.34  | 6   | 1.22 | 3.29 | .005* |
|                                         | ภายในกลุ่ม    | 42.73 | 115 | .37  |      |       |
|                                         | รวม           | 50.07 | 121 |      |      |       |

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| ผลการดำเนินงาน                          | รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | SS    | df  | MS  | F    | p    |
|-----------------------------------------|----------------------|-------|-----|-----|------|------|
| ความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม | ระหว่างกลุ่ม         | 4.36  | 5   | .87 | 2.21 | .058 |
|                                         | ภายในกลุ่ม           | 45.71 | 116 | .39 |      |      |
|                                         | รวม                  | 50.07 | 121 |     |      |      |

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่างๆกับความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม

#### Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .81 <sup>a</sup> | .66      | .65               | .38                        | 2.12          |

a. Predictors: (Constant), digital\_m, csr\_m, pestel\_m, manage\_m

b. Dependent Variable: result\_m

ระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มอยู่ที่ 0.812

| ปัจจัย                                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | P Value |
|------------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|---------|
|                                          | B                           | Std. Error | Beta                      |       |         |
| (Constant)                               | 1.01                        | .26        |                           | 3.97  | .000    |
| ปัจจัยด้านการจัดการ                      | .64                         | .09        | .64                       | 7.50  | .002*   |
| ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร | .20                         | .07        | .25                       | 2.74  | .007*   |
| ปัจจัยภายนอก                             | -.15                        | .08        | -.06                      | -1.89 | .062    |
| ปัจจัยด้านเศรษฐกิจดิจิทัล                | .03                         | .06        | -.04                      | .51   | .612    |

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการจัดการ ( $B=0.64$ ,  $t=7.50$ ,  $p=.002$ ) และ ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ( $B=0.20$ ,  $t=2.74$ ,  $p=.007$ ) มีผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยภายนอก ( $B=-.15$ ,  $t=-1.89$ ,  $p=.062$ ) และปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจดิจิทัล ( $B=0.03$ ,  $t=.51$ ,  $p=.612$ ) ไม่มีผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม

#### การแก้ปัญหา Multicollinearity

เนื่องจากตัวแปรของปัจจัยภายนอกด้านเทคโนโลยี และปัจจัยด้านเศรษฐกิจดิจิทัล อาจมีความซับซ้อนกันได้ จึงได้ทำการวิเคราะห์โดยวิธีสหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation) เป็นวิธีการหาค่าของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมากกว่าหนึ่งตัว และค่าของความสัมพันธ์นี้จะบอกให้ทราบว่าตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับใด และมักเขียนด้วยตัวย่อ R

สำคัญที่ค่า R หลังจากที่ได้คำนวณได้นั้นมีนัยสำคัญหรือไม่ โดยต้องทดสอบจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่า R ก่อน เมื่อทราบว่า R มีนัยสำคัญ จึงจะทำให้มั่นใจได้ว่ากลุ่มตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามค่า  $R^2$  ซึ่งเรียกว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของการทำนาย เป็นการชี้ถึงสัดส่วนที่กลุ่มตัวแปรตามสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระมากน้อยเพียงใด โดยกลุ่มของตัวแปรอิสระกลุ่มนั้น โดยทั่วไปจะเสนอในรูปร้อยละ โดยเอา  $R^2$  คูณด้วย 100

ค่า R จะมีค่าอยู่ระหว่าง .00 ถึง +1.00 และไม่มีค่าที่ติดลบ

สำหรับลักษณะการแจกแจงที่แสดงถึงลักษณะสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวดังกล่าว โดยจะคำนวณเฉพาะสหสัมพันธ์เชิงเส้นตรง แสดงให้เห็นใน 3 รูป ดังนี้

1. Positive Correlations หรือ สหสัมพันธ์เชิงบวก หมายถึง เมื่อตัวแปรตัวหนึ่งเพิ่มหรือลดลงอีกตัวแปรหนึ่งก็จะเพิ่มขึ้นหรือลดลงไปด้วย นั่นคือ ทั้ง 2 ตัวแปรเคลื่อนที่ทางเดียวกัน

2. Negative Correlations หรือ สหสัมพันธ์เชิงลบ หมายถึง เมื่อตัวแปรตัวหนึ่งมีค่าเพิ่มขึ้นหรือลดลงอีกตัวหนึ่งจะมีค่าเพิ่มหรือลดตรงข้ามเสมอ นั่นคือ ทั้ง 2 ตัวแปรเคลื่อนที่ทางที่ต่างกัน

3. Zero Correlations หรือ สหสัมพันธ์เป็นศูนย์ หมายถึง ตัวแปรสองตัวไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน

ทั้งนี้ การแปลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ สามารถแปลคะแนนได้ 4 ประการ ได้แก่

1. ปริมาณของค่า Correlations
2. ทิศทางของความสัมพันธ์ว่าเป็นทางบวกหรือทางลบ
3. การทดสอบสมมติฐานจะบอกถึงว่าตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กันหรือไม่
4. บอกความมากน้อยของความสัมพันธ์ว่าสัมพันธ์กันเท่าไร

ซึ่งอาจตัวเลขที่ออกมาอาจกำหนดได้ดังนี้

| ค่าสหสัมพันธ์          | หมายถึง                               |
|------------------------|---------------------------------------|
| ค่าระหว่าง 0.85 – 1.00 | ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์มากที่สุด  |
| ค่าระหว่าง 0.71 – 0.84 | ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์มาก        |
| ค่าระหว่าง 0.51 – 0.70 | ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์น้อย       |
| ค่าระหว่าง 0.00 – 0.50 | ตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์น้อยที่สุด |

ทั้งนี้ หากตัวแปร 2 ตัวใดมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากกว่า 0.71 อาจพิจารณารวมตัวแปรนั้น หรือนำตัวแปรนั้นออกจากการวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากตัวแปรทั้ง 2 ตัวนั้นมีความสัมพันธ์กันมากเกินไป ทั้งนี้ จากการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการให้พิจารณา รวมทั้งตัวแปรที่มีความซ้ำซ้อนกัน

**ตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเทคโนโลยี และปัจจัยด้านเศรษฐกิจดิจิทัล**

|                         | e9     | e10    | t1     | t2     | t3     | t4     | t5     | t6     | t7     | t8     | t9     | t10    |
|-------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| e9 Pearson Correlation  | 1      | .678** | .375** | .475** | .432** | .507** | .370** | .459** | .370** | .430** | .378** | .391** |
| Sig. (2-tailed)         |        | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |
| e10 Pearson Correlation | .678** | 1      | .382** | .479** | .214*  | .324** | .358** | .371** | .304** | .409** | .433** | .410** |
| Sig. (2-tailed)         | .000   |        | .000   | .000   | .021   | .000   | .000   | .000   | .001   | .000   | .000   | .000   |



ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกด้านเทคโนโลยี และปัจจัยด้านเศรษฐกิจดิจิทัล พบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อกัน และจากการพิจารณาค่าสหสัมพันธ์ที่เกิน 0.71 อยู่ 4 คู่ด้วยกัน ได้แก่

t1 กับ t2 มีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.791,

t2 กับ t5 มีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.739,

t3 กับ t4 มีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.757,

t4 กับ t5 มีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.754 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงพิจารณารวมตัวแปร ดังนี้

| ข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัล                                           | ค่าเฉลี่ย |
|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| - การขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (t1)                               | 3.78      |
| - การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมูลค่าธุรกิจ (t2)                      | 3.80      |
| - การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการลดต้นทุน (t3)                             | 3.59      |
| - การนำเทคโนโลยีมาต่อยอดในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ออกสู่ตลาด (t4) | 3.63      |
| - มีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย (t5)       | 3.84      |

จึงทำให้เกิดตารางของข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัลใหม่ ดังนี้

รวม t1 กับ t2 จะได้ข้อคำถาม คือ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมูลค่าธุรกิจ เช่น การขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

รวม t2 กับ t5 จะได้ข้อคำถาม คือ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมูลค่าธุรกิจ เช่น มีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

รวม t3 กับ t4 จะได้ข้อคำถาม คือ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการลดต้นทุน โดยมีการนำเทคโนโลยีมาต่อยอดในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ออกสู่ตลาด และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

รวม t4 กับ t5 จะได้ข้อคำถาม คือ มีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยมีการนำเทคโนโลยีมาต่อยอดในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ออกสู่ตลาด และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัลใหม่

| ข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัล                                                                                                          | ค่าเฉลี่ย   | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน | แปลผล      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--------------------------|------------|
| - การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมูลค่าธุรกิจ เช่น การขาย<br>สินค้าผ่านช่องทางออนไลน์                                                  | 3.79        | 1.14                     | มาก        |
| - การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมูลค่าธุรกิจ เช่น มีการ<br>ปรับตัวและเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย                          | 3.82        | 1.13                     | มาก        |
| - การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการลดต้นทุน โดยมีการนำ<br>เทคโนโลยีมาต่อยอดในการผลิตสินค้าและบริการใหม่<br>ออกสู่ตลาด                       | 3.61        | 1.18                     | มาก        |
| - มีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อเทคโนโลยีที่<br>ทันสมัย โดยมีการนำเทคโนโลยีมาต่อยอดในการผลิต<br>สินค้าและบริการใหม่ออกสู่ตลาด | 3.74        | 1.07                     | มาก        |
| - การมีระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร (ERP)                                                                                           | 3.44        | 1.05                     | มาก        |
| - มีระบบบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า                                                                                                | 3.09        | 1.19                     | ปานกลาง    |
| - มีการทำธุรกรรมซื้อขายสินค้า/บริการบนอินเทอร์เน็ต                                                                                 | 3.39        | 1.20                     | ปานกลาง    |
| - ให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือ<br>ทางการตลาด                                                                | 3.63        | 1.09                     | มาก        |
| - มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการขนส่งสินค้า                                                                                         | 3.22        | 1.22                     | ปานกลาง    |
| <b>รวม</b>                                                                                                                         | <b>3.52</b> | <b>1.14</b>              | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ประกอบการมองว่าข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัล ในแต่ละรายการ อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก และโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.14

ดังนั้น ตารางเปรียบเทียบปัจจัยทั้ง 4 ด้าน จึงมีการเปลี่ยนแปลงใหม่ ดังนี้  
 ตารางที่ 4.28 แสดงตารางเปรียบเทียบปัจจัยทั้ง 4 ด้านใหม่

| เปรียบเทียบปัจจัยทั้ง 4 ด้าน             | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน |
|------------------------------------------|-----------|--------------------------|
| ปัจจัยด้านการจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน    | 3.80      | .67                      |
| ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร | 3.97      | .71                      |
| ปัจจัยภายนอก                             | 3.68      | .57                      |
| ปัจจัยด้านเศรษฐกิจดิจิทัล                | 3.52      | 1.14                     |

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ประกอบการมองว่าข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสำคัญ  
 มากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน

### ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความคิดเห็น ปัญหา และข้อเสนอแนะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการเพื่อสังคมจำนวน 10 ราย โดยคำถามเป็นแบบปลายเปิด แบบกึ่งโครงสร้าง ได้ข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 4.29 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ลำดับที่ | เพศ  | อายุ  | ตำแหน่งงาน                     |
|----------|------|-------|--------------------------------|
| 1.       | หญิง | 43 ปี | กรรมการผู้จัดการ               |
| 2.       | ชาย  | 61 ปี | กรรมการผู้จัดการ               |
| 3.       | ชาย  | 51 ปี | กรรมการผู้จัดการ               |
| 4.       | ชาย  | 64 ปี | ประธานบริษัท                   |
| 5.       | ชาย  | 44 ปี | ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร     |
| 6.       | หญิง | 45 ปี | ประธานบริษัท                   |
| 7.       | ชาย  | 74 ปี | ประธานบริษัท                   |
| 8.       | หญิง | 40 ปี | กรรมการผู้จัดการ/เจ้าของบริษัท |
| 9.       | ชาย  | 52 ปี | ผู้จัดการงานสนับสนุน           |
| 10.      | หญิง | 60 ปี | นายกสมาคม                      |

ตารางที่ 4.30 ปัจจัยที่ส่งผลให้วิสาหกิจเพื่อสังคมประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

| ลำดับที่ | ประเด็นสำคัญ                                                                                                    |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | การช่วยเหลือของภาครัฐ การสร้างความเข้าใจให้ประชาชน                                                              |
| 2.       | คนที่เข้ามาร่วมงานก็ต้องมีใจที่จะไม่หวังผลกำไรส่วนตน                                                            |
| 3.       | ด้านสังคมและด้านความยั่งยืนทางการเงิน คือ มีรายได้และเกิดกำไร                                                   |
| 4.       | ความเข้าใจของกรรมการในการเข้าใจบทบาทและภาระหน้าที่                                                              |
| 5.       | แนวคิด/ทิศทางในการบริหารงาน Core ขององค์กรต้องชัดเจน                                                            |
| 6.       | ใจของคนที่ทำ และทุนของเจ้าของ                                                                                   |
| 7.       | ยุทธศาสตร์ชาติด้านการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม                                               |
| 8.       | 4 เรื่องที่สำคัญ ได้แก่ 1) การมีเครือข่าย 2) เงินทุนสำรอง 3) ความรู้สร้างสรรค์สิ่งใหม่ 4) การจัดการอย่างยั่งยืน |
| 9.       | ความร่วมมือจากภาคีภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน                                                           |
| 10.      | เกิดการรวมกลุ่ม การติดต่อกับเครือข่ายที่ประสบความสำเร็จมาแบ่งปันประสบการณ์                                      |

ตารางที่ 4.31 ประโยชน์ต่อสังคมของวิสาหกิจเพื่อสังคม

| ลำดับที่ | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | สนับสนุนการสร้างเครือข่ายชาวบ้านเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ไม่ใช่สารเคมี                                                                                                                                                                                  |
| 2.       | มีการให้บริการ Platform ชื่อ <a href="http://www.konnthai.com">www.konnthai.com</a> ซึ่งเกษตรกรสามารถเข้ามาใช้ในการวางแผนการผลิต การจัดการ การแปรรูป การตลาดออนไลน์แบบประมูลค้าส่ง                                                                    |
| 3.       | องค์กรเราทำเพื่อเด็กพิเศษ ซึ่งหมายถึง เด็กออทิสติก เป็นเด็กที่ไม่สบตา ไม่พูด ไม่เข้าสังคม มีโลกส่วนตัว ส่งเสียงกรีดร้อง จุดเริ่มต้นมาจากลูกชายเป็นเด็กพิเศษ ถึงแม้จะสร้างทรัพย์สินไว้ให้ลูกก็ไม่มีประโยชน์ จึงต้องสร้างองค์กรที่สามารถดูแลเขาต่อไปได้ |
| 4.       | สร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างช่องทางการขายสินค้าให้กับชาวบ้านที่ขาดโอกาส                                                                                                                                                                               |
| 5.       | คนในชุมชนมีงานทำ อยู่ในพื้นที่ มีความเป็นครอบครัว เยาวชนในพื้นที่มีพื้นที่แสดงความสามารถ                                                                                                                                                              |
| 6.       | เน้นเรื่องของการพึ่งพาตนเอง โดยสามารถทำเกษตรอินทรีย์ได้                                                                                                                                                                                               |
| 7.       | เพิ่มศักยภาพทรัพยากรมนุษย์                                                                                                                                                                                                                            |
| 8.       | ใช้ต้นทุนจากชุมชน ปันกำไรของบริษัท 70% ลงไปสนับสนุนโครงการทางสังคมและสิ่งแวดล้อม และมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับชุมชนหรือเกษตรกร                                                                                                                     |
| 9.       | สนับสนุนชุมชนให้มีโอกาสเชื่อมโยงตลาดและเพิ่มพูนองค์ความรู้ต่าง ๆ ให้ชุมชน                                                                                                                                                                             |
| 10.      | เราไม่มีการปันผล รายได้ที่ได้จากการขายผลิตภัณฑ์จะนำไปช่วยเหลือคนพิการ และคนด้อยโอกาส                                                                                                                                                                  |

ตารางที่ 4.32 ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม

| ลำดับที่ | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                     |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | การไม่ใช่สารเคมีที่มีต้นทุนสูง ได้ save cost เรื่องการผลิตทำให้ต้นทุนลดลง                                                                                                        |
| 2.       | รายได้จากบริษัทได้จากการเรียกเก็บจากผู้ซื้อ ทำให้เกษตรกรมีโอกาสเข้าถึงตลาดมากขึ้น โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และเกษตรกรมีช่องทางการตลาดมากขึ้นก็จะมีวางแผนจัดการคุณภาพผลผลิตได้ |
| 3.       | การนำกำไร 70% สร้างที่อยู่ ที่กิน ที่ทำงานให้กับพวกเขา สนับสนุนการจ้างงานในกลุ่มผู้ปกครองที่มีลูกเป็นเด็กพิเศษ และสนับสนุนการจ้างเด็กพิเศษด้วย                                   |
| 4.       | ช่วยลดภาระหนี้สินแก่กลุ่มอาชีพเกษตรกร เพิ่มมูลค่าสินค้าทางเกษตร จากเดิมขายเหวี่ยงละ 6,000 บาทเป็น 14,500 บาท/เหวี่ยง                                                             |
| 5.       | การนำรายได้รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรในราคาที่เป็นธรรม และสูงกว่าราคาตลาด                                                                                                           |

| ลำดับที่ | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                             |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6.       | การจ้างแรงงานคนในพื้นที่ไม่ต้องไปทำงานไกลบ้าน และให้โอกาสผู้สูงอายุได้ทำงานตรงกับคุณสมบัติของตน นอกจากนี้เน้นการลดรายจ่าย บางอย่างไม่ต้องไปซื้อ เช่น การแจกพืชผักสวนครัว                 |
| 7.       | พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอันเป็นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้เข้มแข็ง                                                                                                                              |
| 8.       | ได้สร้างเศรษฐกิจชุมชน มีการกระจายรายได้ลงชุมชนโดยตรง สร้างธุรกิจที่ยั่งยืน และสนับสนุนการจ้างงานในชุมชน                                                                                  |
| 9.       | สร้างรายได้ให้ชุมชน ชุมชนมีความสุข                                                                                                                                                       |
| 10.      | นำผลกำไรไปช่วยเหลือฟื้นฟูคนพิการที่ยังไม่มีงานทำ มีค่าอาหารกลางวันให้กับคนพิการใน 1 เดือนถ้าทำงานได้ จะให้ 50 บาทต่อวัน ถ้าคนไหนผ่านกระบวนการฟื้นฟูแล้วทำงานได้ก็จะได้ 5,000 บาทต่อเดือน |

#### ตารางที่ 4.33 ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจเพื่อสังคม

| ลำดับที่ | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                       |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | ไม่มีการปล่อยสารเคมีลงสู่สิ่งแวดล้อม                                                                                                                                               |
| 2.       | เน้นสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีการนำกำไรเข้าในกองทุนพัฒนาเกษตรอินทรีย์ เช่น กิโลกรัมละ 10 สตางค์, 50 สตางค์, 1 บาท แล้วแต่สินค้า และให้เกษตรกรใช้กองทุนนี้พัฒนาการเกษตรที่ไม่มีสารพิษ   |
| 3.       | มีประโยชน์ทางอ้อม เป็นสถานที่ผลิต Skincare โรงงานก็มีการรักษาสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เน้นสารจากธรรมชาติ                                                                    |
| 4.       | ส่งเสริมการลดใช้สารเคมีที่ใช้ในการทำเกษตร การปลูกข้าว                                                                                                                              |
| 5.       | ใช้นโยบายบริษัท Go Green เช่น การทำท่อบำบัดน้ำเสีย โดยทำเป็น Bio gas เพื่อต่อท่อแก๊สส่งต่อให้กับชาวบ้านได้ใช้ การทำ Solar Cell การสร้างโรงเก็บผลิตภัณฑ์ที่เป็นอาคารเขียวแบบอเมริกา |
| 6.       | การสร้างสิ่งแวดล้อมสีเขียวและการทำกิจกรรมโดยไม่ใช้สารเคมี รวมทั้งการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้ออกมาในแนวธรรมชาติมากที่สุด ส่งเสริมการสร้างพื้นที่สีเขียวและการปลูกป่า                      |
| 7.       | อนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและรักษาสิ่งแวดล้อม                                                                                                                                  |
| 8.       | อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสินค้าและบริการแบบใหม่ และเป็นคนกลางที่ให้ความรู้แก่ทั้งชุมชน และองค์กรที่มาร่วมทำกิจกรรมหรือนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว                                         |
| 9.       | เน้นการทำเกษตรปลอดภัย/เกษตรอินทรีย์ และน้อมนำหลักเศรษฐกิจพอเพียง และ BCG มาใช้กับชุมชน                                                                                             |

| ลำดับที่ | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                   |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10.      | เราทำเรื่องของเกษตรปลอดสาร เรื่องของความมั่นคงทางอาหาร มีการปลูกผักทานกันเอง ผักของเราปลอดสารและมีการปลูกไม้สวยงามเพื่อจำหน่าย |

ตารางที่ 4.34 การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) และผลต่อความสามารถในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

| ลำดับที่ | มีการทำ CSR | ไม่มีการทำ CSR | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------|-------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | ✓           |                | CSR มีการทำอยู่แล้ว เช่น การดูงานของโรงเรียน มีการให้เรียนรู้ฟรี การเอามือสามัคคี การจัดงานที่จวนผู้ว่า การเรียนรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียง เป็นต้น CSR นี้เป็นหนึ่งในงาน ไม่ก่อให้เกิดรายได้                                                                                                                                                  |
| 2.       |             | X              | ไม่ได้ใช้ CSR โดยตรง มองว่า SE จะลึกซึ้งกว่า CSR เป็นแค่การโปรโมท โปรโมชัน เป็นแค่การทำกิจกรรม แต่ SE โดยเนื้อในเป็นการจัดการที่ให้ประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดย CSR กับ SE มีความแตกต่างกัน SE เป็นของจริง ลึกซึ้ง เป็นวิถีชีวิตที่อยู่ในกระบวนการทำงาน มองว่า CSR กับ SE คนละระดับกัน                                                |
| 3.       | ✓           |                | CSR ของเรา คือ การนำเงิน 70% สนับสนุนการสร้าง Community ที่ทำงานและที่อยู่ให้กับเด็กพิเศษ                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 4.       | ✓           |                | มีการช่วยเหลือเกษตรกร นำผู้เชี่ยวชาญลงไปแนะนำการปลูกข้าว และร่วมรณรงค์โครงการรักชนนาท กินข้าวที่คนจังหวัดชัยนาทปลูกและใช้ สิ่งของที่คนจังหวัดชัยนาทผลิต ทำให้เกิดความคิดรักบ้านเกิด สนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่ดี มีชื่อเสียง ให้เป็นที่รู้จักภายในจังหวัด และเกิดการขยายช่องทางการจำหน่ายออกไปสู่ต่างจังหวัดต่อไป                                 |
| 5.       |             | X              | ใช้คำว่า CSV การช่วยเหลือใด ๆ ก็ตามถือว่าเป็นการแชร์กันมากกว่า ไม่ใช่การให้เปล่า เช่น การสนับสนุนออกค่ายต่างจังหวัด เด็ก ๆ ได้งานในสิ่งที่เด็ก ๆ ได้ทำ เราก็จะสนับสนุนเรื่องของน้ำ/ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ก็หวังให้เด็ก ๆ ได้ทำเรื่องของแกะล้างเก็บกล่องกลับมาให้เรา เพื่อเป็นการใส่ใจสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น และเมื่อเกิดอุทกภัยในพื้นที่เกษตรของเรา |

| ลำดับ<br>ที่ | มีการทำ<br>CSR | ไม่มีการทำ<br>CSR | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                                                       |
|--------------|----------------|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              |                |                   | เราจะไปช่วยทำแปลงเกษตรให้กับเกษตรกร เกษตรกรมีรายได้จากการขายผลผลิตออกมา เราก็ได้ผลผลิตมาแปรรูปและขายออกไป                                                                                                          |
| 6.           |                | X                 | ไม่เชิงเป็น CSR เน้นการลดการใช้สารเคมี เราเป็นเหมือนเป็น Starter ในการกระตุ้นเรื่องเกษตรอินทรีย์                                                                                                                   |
| 7.           | ✓              |                   | มีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการกระตุ้นให้มีการทำกิจกรรม CSR ทุกภาคส่วน ในด้านการรักษาระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพส่งผลให้เกิดความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ                                                    |
| 8.           | ✓              |                   | ใช้แนวคิด CSR เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนสินค้าและบริการ สร้างความรู้ความเข้าใจให้กับเครือข่ายแต่ละฝั่งโดยทำหน้าที่เป็นตัวกลาง หรือฟันเฟืองตัวเล็ก ๆ ที่เชื่อมให้ทุกส่วนสามารถขับเคลื่อนต่อไปได้                  |
| 9.           |                | X                 | ไม่ได้เป็น CSR แต่เป็นการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และ BCG Economy จะส่งเสริมให้การดำเนินงานของ SE มีความยั่งยืนต่อไปในอนาคต                                                                                 |
| 10.          | ✓              |                   | คล้าย ๆ กับการทำ CSR อยู่แล้ว เกิดประโยชน์ต่อสังคมของเราในการฝึกคนพิการไปทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น เปิดโรงงานทำอาหารเลี้ยงเพื่อน ๆ<br>คนพิการในสถานสงเคราะห์ มีการคัดแยกของบริจาค ฝึกให้คนพิการมีการแบ่งปันและช่วยเหลือ |

ตารางที่ 4.35 การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมจากรัฐบาล

| ลำดับที่ | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | สนับสนุนโดยการให้งบประมาณเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้ประชาชนได้เรียนรู้และฝึกฝนในการพัฒนาตนเอง                                                                                                                                                                                |
| 2.       | มีสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมอยู่แล้ว ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รัฐบาลตั้งขึ้นภายใต้กระทรวงพม. มีการบริการสนับสนุนให้สิทธิพิเศษ มีการอบรม สัมมนา ถ้าอยากให้ชัดเจนมากขึ้นจะต้องมีพี่เลี้ยง เช่น มศว. ม.ธรรมศาสตร์ มาเป็นพี่เลี้ยง และควรโปรโมทให้ประชาชนเข้าใจใน SE มากขึ้น |

| ลำดับที่ | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3.       | ทุกวันนี้ หน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง คือ สวส. ซึ่งพยายามผลักดันให้วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นรูปธรรม ชัดเจนมากขึ้น                                                                                                                                                                                  |
| 4.       | ทำกฎหมายที่ออกมาให้ใช้บังคับได้จริง ๆ และรวดเร็ว                                                                                                                                                                                                                                               |
| 5.       | เรื่องเงินทุนดอกเบี้ยต่ำและช่องทางการตลาดที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน จับต้องได้และเห็นผล                                                                                                                                                                                                           |
| 6.       | เรื่องแหล่งเงินทุนสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 7.       | การส่งเสริมให้หน่วยงานราชการ ภาครัฐบาล และเอกชนทั่วไป ใช้บริการหรือสินค้าของวิสาหกิจต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นการพัฒนาช่วยเหลือสังคมทางอ้อม ทำให้วิสาหกิจสามารถยืนได้ด้วยตนเอง อาจส่งเสริมให้สามารถหักภาษีจากการสนับสนุนสินค้าหรือบริการจากวิสาหกิจต่าง ๆ ได้เช่นเดียวกับการบริจาคเงินให้มูลนิธิต่าง ๆ |
| 8.       | ให้สิทธิพิเศษในการเข้าถึงแหล่งทุนหรืองบประมาณในส่วนต่าง ๆ เพราะเราไม่ใช่บริษัทเอกชนที่มุ่งกำไรสูงสุด และไม่ใช่องค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร เช่น มูลนิธิหรือสมาคม ทำให้เกิดเป็นสถานะสูญญากาศในการขับเคลื่อน                                                                                           |
| 9.       | การจัดตั้งกองทุนของ สวส. เพื่อมาส่งเสริมและสนับสนุน SE น่าจะช่วยให้การดำเนินงานมีความคล่องตัวยิ่งขึ้น                                                                                                                                                                                          |
| 10.      | การลดหย่อนภาษีให้กับกลุ่มคนพิการที่ขึ้นทะเบียนเป็น SE และอยากให้รัฐบาลสนับสนุนเรื่องการจัดอบรมอย่างต่อเนื่อง เช่น การอบรมทำ Packaging และเพิ่มตลาดให้กับคนพิการ เพื่อดึงดูดให้หน่วยงานต่าง ๆ และภาคเอกชนให้ความสนใจกับสินค้าคนพิการมากขึ้น                                                     |

ตารางที่ 4.36 ภาวะเศรษฐกิจถดถอยของประเทศไทยส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคมของท่าน

| ลำดับที่ | ส่งผลบวก | ส่งผลลบ | ไม่ส่งผล | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------|----------|---------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | +        |         |          | ส่งผลดีต่อวิสาหกิจ เนื่องจากเมื่อประชาชนอยู่อย่างยากลำบากทำให้มีความสนใจที่จะอบรมมากขึ้นได้พึ่งพาตนเอง                                                                                                                                                                             |
| 2.       |          |         | X        | เห็นผลไม่ชัดเจน เพราะ 1) เราทำงานกับเกษตรกรไม่ได้หวังรายได้แบบการส่งออก มองว่าเศรษฐกิจถดถอยไม่กระทบ เราไม่มีการกู้ยืมเงินด้วย ทำด้วย 1 สมอง 2 มือ ไม่มีการกู้ ไม่มีภาระเรื่องดอกเบี้ย เป็นผลดีกับเกษตรกรด้วยซ้ำ เพราะคนจะได้หันมาทำระบบการซื้อขายในชุมชนท้องถิ่น ผ่านระบบ Platform |

| ลำดับที่ | ส่งผลบวก | ส่งผลลบ | ไม่ส่งผล | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                             |
|----------|----------|---------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |          |         |          | มองว่าเศรษฐกิจแบบนี้ทำให้กิจการดีขึ้นไม่ได้แย่ง<br>ทำให้คนสนใจสินค้าในท้องถิ่นมากขึ้น                                                                    |
| 3.       |          | -       |          | ส่งผล เพราะเศรษฐกิจไม่ดี ในมุมมองคือ คำว่า<br>วิสาหกิจก็เป็นภาคธุรกิจหนึ่ง จึงทำให้มีผลกระทบกัน<br>หมด                                                   |
| 4.       |          | -       |          | กำลังซื้อของกลุ่มตลาดล่างหายไปเยอะมาก ทำให้<br>ยอดขายลดลงกว่า 50% ไม่สามารถทำให้การผลิตคงที่<br>ได้ ต้องหยุดการผลิตข้าว และเร่งระบายข้าวออกใน<br>ราคาต่ำ |
| 5.       |          |         | X        | ไม่ค่อยส่งผลอะไร ยอดขายยังอยู่ในเป้าที่วางไว้ ไม่มี<br>เรื่องของการเอาพนักงานออกเลย                                                                      |
| 6.       |          | -       |          | ในภาพรวมจะส่งผลกระทบ คือเป็นทั่วโลก แต่จะ<br>กระทบมากขึ้นกับพื้นฐานของการพึ่งพาตนเอง<br>และต้องเปลี่ยนวิธีคิดให้พึ่งพาตนเองให้ได้                        |
| 7.       | +        |         |          | ส่งผลให้ต้องปรับปรุง แก้ไขกระบวนการคิดและการ<br>ทำเพื่อให้สอดคล้องถูกต้องตามภาวะการเปลี่ยนแปลง<br>ของโลก                                                 |
| 8.       | +        |         |          | ต้องสร้างสรรค์สินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ เพื่อ<br>ทดแทนสิ่งต่าง ๆ และตอบโจทย์ผู้บริโภคในยุคใหม่                                                         |
| 9.       |          | -       |          | ส่งผลให้ความต้องการซื้อสินค้าและบริการลดลง                                                                                                               |
| 10.      |          | -       |          | ส่งผล การสั่งซื้อลดลง                                                                                                                                    |

ตารางที่ 4.37 ปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม

| ลำดับที่ | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | กลุ่มที่ตื่นรู้ต้องการที่จะเป็นผู้ผลิตสินค้าอินทรีย์มากขึ้นก็จะมาเรียนรู้                                                                                                                                                                                  |
| 2.       | มีผลดีเรื่องการที่คนจะได้รู้จัก SE มากขึ้น มองว่า ประชาชนจะได้มุมมองที่แตกต่างจาก<br>การทำธุรกิจปกติ มีคนเข้าใจและอุดหนุนสินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น บริษัทเล็ก ๆ นี้<br>ให้บริการผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง ผู้บริโภคมีทางเลือกและช่องทางการซื้อสินค้ามากขึ้น |
| 3.       | ความเข้าใจเกี่ยวกับเด็กพิเศษ คือ สังคมมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเด็กพิเศษ<br>น้อยมาก                                                                                                                                                                  |

| ลำดับที่ | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4.       | สังคมมีการแบ่งฝ่าย ทำให้ชื่อคำว่า “ประชารัฐ” ไปตรงกับชื่อพรรคการเมืองฝ่ายตรงข้าม ทำให้ความสามัคคีและการร่วมมือลดน้อยลง                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 5.       | ทัศนคติต่อน้ำตาล มองว่าน้ำตาลในน้ำผลไม้เป็นผลเสียต่อสุขภาพ เป็นผลวิจัยที่ทางการแพทย์ให้มา แต่ในความเป็นจริงแล้วพันธุ์ของคนที่เกิดใน South East Asia ทานของที่อยู่ในท้องถื่น การย่อยน้ำตาลของเราดีกว่าฝรั่งอยู่แล้ว เพราะอยู่ในเขตร้อน ฟรุคโตสก็เป็นความหวานจากน้ำตาล ดังนั้น ความหวานที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ จริง ๆ ต้องมีการแบ่งประเภทของผู้บริโภคด้วย เพราะเด็ก ๆ ก็ยังจำเป็นที่จะต้องความหวานเพื่อให้มีพลังงาน |
| 6.       | คนส่วนใหญ่ติดความสะดวกสบาย และอยู่ในโลก Social ควรเน้นว่าคนที่เข้ามาช่วยวิสาหกิจต้องเห็นประโยชน์พอสมควร ปรับเปลี่ยนมุมมองให้คนมองเห็นประโยชน์ของส่วนรวม ทำเพื่อส่วนรวมมากขึ้น                                                                                                                                                                                                                                     |
| 7.       | ปัญหาความขัดแย้งภายในชุมชน ขาดการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งและเป็นเอกภาพ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 8.       | การไม่รู้และไม่เข้าใจในความหมายที่แท้จริงของการเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม ทำให้การสนับสนุนและพัฒนาไม่เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 9.       | ความรู้/ความสามารถโดยเฉพาะด้านการค้าขายของชุมชน รวมถึงการบริหารธุรกิจ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 10.      | ค่านิยมของการซื้อของคนพิการ มักจะซื้อด้วยความสงสาร เขาจะซื้อครั้งเดียว อยากให้คนทั่วไปซื้อเพราะความอยากใช้ เห็นว่าของนั้นมีประโยชน์จริง ๆ                                                                                                                                                                                                                                                                         |

ตารางที่ 4.38 การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม

| ลำดับที่ | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                               |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เช่น Facebook, Line, Open chat ส่งผลให้ประชาสัมพันธ์กิจการได้ง่ายขึ้น Keep Contact ได้สะดวก ส่งผลให้กิจการเข้มแข็ง |
| 2.       | เทคโนโลยีเป็นเรื่องหลัก ใช้ Platform Digital เป็น Service ในการให้บริการ                                                                   |
| 3.       | ส่งผล เพราะว่า วิสาหกิจเราทำการตลาดทาง Digital แบบออนไลน์ เรามีการเปิด Platform รูปแบบต่าง ๆ                                               |
| 4.       | เป็นผลดีด้านการเพิ่มช่องทางการผลิตและการจัดการภายในมีความง่าย/สะดวกมากขึ้น แต่บุคลากรขององค์กรต้องปรับตัวและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ให้ทัน      |

| ลำดับที่ | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                     |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5.       | ช่วยในเรื่องของการถนอมคน 1 หีบของน้ำผลไม้จะมี 36 กล่อง หนักประมาณ 7 กิโลกรัม จะไม่ใช่คนในการจัดเรียง แต่จะใช้เครื่องจักรในการยกขึ้นชั้น แต่จะใช้คนทำงานที่ ประณีต                |
| 6.       | ส่งผล จะทำอะไรก็ตามต้องทันยุคทันสมัย ต้องประยุกต์ความเป็นสังคมกับเทคโนโลยีให้ ควบคู่กันไป                                                                                        |
| 7.       | ส่งผลให้ต้องพัฒนาชุมชนได้เรียนรู้การใช้เทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น                                                                                                                     |
| 8.       | ส่งผลดีมากกว่า หากเป็นเครื่องมือและใช้เป็น                                                                                                                                       |
| 9.       | ทำให้การดำเนินงานของ SE เกิดความคล่องตัวยิ่งขึ้น สามารถเข้าถึงตลาดได้ง่ายกว่าเดิม อีกทั้ง Social Media ต่าง ๆ ส่งเสริมให้ชุมชนประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการให้เข้าถึง ตลาดมากขึ้น |
| 10.      | สื่อดีขึ้น ในภาพรวมองค์กรจะมีศักยภาพในการใช้สื่อทางเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน องค์กร ที่มีความพร้อม สื่อของเขาก็จะดีขึ้น ควรเน้นให้มีการอบรม และมีเครื่องมือในการพัฒนา ตนเอง         |

ตารางที่ 4.39 โรคระบาด Covid-19 ที่ส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม

| ลำดับที่ | ส่งผลบวก | ส่งผลลบ | ไม่ส่งผล | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                                             |
|----------|----------|---------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       |          | -       |          | ช่วงแรก ๆ ส่งผลให้จัดการจัดฝึกอบรม                                                                                                                                                                       |
| 2.       | +        |         |          | ถือว่าเป็นบวก คนในชุมชนกลับบ้านมาอยู่ในท้องถิ่น และเด็กรุ่นใหม่ได้มีการใช้ Platform พัฒนาการผลิต และการตลาด                                                                                              |
| 3.       |          | -       |          | ส่งผล ยอดขายเมื่อก่อนอยู่ที่ 3 แสนบาท ตอนโควิดก็ ลงเหลือ 3 หมื่น ยอดขายลดลง 10 เท่า                                                                                                                      |
| 4.       |          | -       |          | ส่งผลด้านการผลิตและจัดจำหน่ายลดลงมากกว่า 50%                                                                                                                                                             |
| 5.       |          |         | X        | ไม่ค่อยส่งผล เพราะ เราทำเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ดูแล สุขภาพอยู่แล้ว เน้นเรื่องของสมุนไพร การป้องกัน และการดูแลสุขภาพมากขึ้นด้วยน้ำผลไม้ และ สมุนไพรต่าง ๆ และวิกฤติโควิดทำให้ทุกคนใส่ใจเรื่อง สุขภาพมากขึ้น |
| 6.       |          |         | X        | ไม่ส่งผล ช่วงเกิดการระบาดโควิด-19 ทำให้ผู้คนได้ เรียนรู้การอยู่กับตนเอง โดยหันหน้าเข้าหาธรรมชาติ                                                                                                         |

|     |  |   |  |                                                                                                                   |
|-----|--|---|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |  |   |  | ปลูกอยู่ ปลูกกิน สร้างอาหารปลอดภัยมากขึ้น ซึ่งเรา<br>ได้มีส่วนช่วยส่งเสริมในการแจกกล้าผักสวนครัวให้กับ<br>ผู้สนใจ |
| 7.  |  | - |  | ส่งผลให้ต้องชะลอการพัฒนาเชิงพื้นที่แบบบูรณาการ                                                                    |
| 8.  |  | - |  | กระทบ เนื่องจากคนหยุดการเดินทาง แต่กระทบ<br>เพียงชั่วคราว                                                         |
| 9.  |  | - |  | ส่งผลให้ยอดขายลดลง รวมถึงทำให้มีกิจกรรมต่าง ๆ<br>น้อยลง เช่น การจัดประชุม การจัดอบรมสัมมนา                        |
| 10. |  | - |  | ส่งผลเยอะมากต่อการสั่งซื้อ                                                                                        |

ตารางที่ 4.40 พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม

| ลำดับที่ | ส่งผล | ไม่ส่งผล | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------|-------|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | ✓     |          | เป็นเรื่องใหม่ที่ยังขาดองค์ความรู้ คิดว่าต้องเพิ่มเรื่องการเรียนรู้โดย<br>ต้องศึกษา ทำความเข้าใจให้มากขึ้น                                                                                                                                                                                                                          |
| 2.       | ✓     |          | ดีมาก เพราะถ้าไม่มี พรบ. นี้ กฎหมายบางเรื่องเราก็ทำไม่ได้ เช่น<br>ส่งเสริมเรื่องภาษี ไม่เก็บภาษีกับ SE                                                                                                                                                                                                                              |
| 3.       | ✓     |          | ส่งผล เพราะ พ.ร.บ.ตัวนี้ทำให้คนเริ่มเข้าใจคำว่า วิสาหกิจเพื่อ<br>สังคมมากขึ้น คิดว่า คนทั่วไปเข้าใจมากขึ้น จาก 1% เป็น 5% จาก<br>ประชาชนทั้งหมด เช่น ชาวบ้านต่างจังหวัดเข้าใจมากขึ้น                                                                                                                                                |
| 4.       | ✓     |          | ส่งผลดีเรื่องความสามารถในการรับ/ร่วมประมูลกับบริษัทเอกชน<br>รายใหญ่ ๆ ได้ และจะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ<br>มากขึ้น                                                                                                                                                                                                        |
| 5.       | ✓     |          | บริษัทน่าจะเป็น 1 ใน 5 ของวิสาหกิจที่ได้ผลกำไรจากการ<br>ดำเนินงาน และสามารถเรียกคืนภาษีได้ เป็นผลดีเพราะไม่ต้องใช้<br>จ่ายเงินไปกับค่าภาษีนำไปพัฒนาในส่วนต่าง ๆ ได้ เช่น พัฒนาคน<br>เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะ Chain หลักของเราคือ<br>พัฒนาเกษตรกร มีการตรวจเลือดให้ เพราะเราเน้นเรื่องการปลูกที่<br>มีความปลอดภัยจากสารเคมี |
| 6.       |       | X        | ไม่ได้ส่งผลอะไร เพราะ เราทำตามระบบและเข้าใจว่าการทำอะไร<br>ต้องมีเอกสารรองรับ มีเรื่องของกติกาในระดับหนึ่ง ถ้าคุณอยากจะ                                                                                                                                                                                                             |

|     |   |  |                                                                                                                                        |
|-----|---|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |   |  | เข้าไปในระบบ คุณก็ต้องยอมรับกติกาให้ได้ แต่ถ้ามี พ.ร.บ. รองรับก็ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ                                               |
| 7.  | ✓ |  | ต้องปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อสังคมให้เป็นไปตาม พ.ร.บ.                                                                                |
| 8.  | ✓ |  | สามารถเดินหน้าได้อย่างชัดเจนมากขึ้น เนื่องจากมีกฎหมายมารองรับ                                                                          |
| 9.  | ✓ |  | มีผลด้านภาษีเงินได้ของกิจการและด้านการจัดซื้อจัดจ้างจากภาครัฐโดยไม่ต้องผ่านขั้นตอน e-bidding                                           |
| 10. | ✓ |  | ยังไม่มีประสบการณ์มากนัก แต่ทุกอย่างที่ภาครัฐสร้างขึ้นมาก็เพื่อประโยชน์ขององค์กร ด้วย พ.ร.บ. เป็นเรื่องใหม่ และการประชาสัมพันธ์ยังน้อย |

ตารางที่ 4.41 วิสาหกิจเพื่อสังคมมีการปรับตัวหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย

| ลำดับที่ | ส่งผล | ส่งผลไม่มาก | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------|-------|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       |       | ✓           | ไม่มีการปรับตัวมาก เพราะไม่มีการจ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์                                                                                                                                                                                                                    |
| 2.       | ✓     |             | มี คือ เรามีการสร้างเว็บไซต์ที่เป็น E-commerce และไปเปิดร้านใน Shopee Lazada tiktok line OA                                                                                                                                                                               |
| 3.       | ✓     |             | เป็นงานหลักของเราเลย เรื่องของ Platform การจ่ายเงินออนไลน์ การประมูลคำสั่ง ค้าปลีก มีเครือข่ายระบบนิเวศเศรษฐกิจ การสั่งของล่วงหน้า (Preorder) แล้วเราก็ผลิตตามสิ่งที่สำคัญคือ เราเป็น Service Provider ไม่ได้ผลิตสินค้าเอง                                                |
| 4.       |       | ✓           | ยังไม่มีมีการปรับตัวมากนัก เหตุผลหลักคือทีมบริหารเป็นผู้เข้ามาบริหาร ไม่ได้มีหน้าที่ทำเอง แค่เพียงจัดการและวางแผนนโยบายเท่านั้น ตอนนี้ยังขาดทีมปฏิบัติการภาคธุรกิจที่จะลุยงานโครงการต่าง ๆ ที่วางนโยบายไว้                                                                |
| 5.       | ✓     |             | การปรับตัวในตลาด E-commerce คือตลาดออนไลน์เป็นตลาดหนึ่งที่เราสามารถทำกำไรได้ แล้วก็สะดวกในการจำหน่ายสินค้า มองว่าตลาดนี้ไปได้ไกลกว่าออฟไลน์มาก เราเน้นกระจายสินค้าไปที่ CLMV และล่าสุดมีการโปรโมทที่หาดใหญ่ ต้องยอมรับว่าผลิตภัณฑ์หลัก ๆ คือ การจำหน่ายมะเขือเทศ ปัจจุบัน |

|     |   |  |                                                                                                                                                                                              |
|-----|---|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |   |  | มีการนำดาราศาสตร์ช่วยมาช่วยประชาสัมพันธ์และโฆษณาในต่างประเทศ เช่น จีน ไต้หวัน มีเทคโนโลยีที่ช่วยคือ การแปลภาษา สะดวกในการทำการตลาด                                                           |
| 6.  | ✓ |  | ใช้เทคโนโลยีในเรื่องของการเป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องพันธุ์ไม้ใช้ระบบ Scan QR code ให้คนที่เข้ามาชมดูได้สะดวกขึ้น และเราก็มีเว็บไซต์แต่ไม่ค่อยมีเวลาทำ                                           |
| 7.  | ✓ |  | สร้างสังคมดิจิทัลโดยประสานกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องมาถ่ายทอดเทคโนโลยีให้ชุมชนท้องถิ่น                                                                                        |
| 8.  | ✓ |  | ปรับใช้เรื่องสินค้าและบริการมาสู่ช่องทางออนไลน์มากขึ้น วัดผลได้ชัดเจนจากตัวชี้วัดของแต่ละ Platform ต่าง ๆ                                                                                    |
| 9.  | ✓ |  | มีการใช้ Digital Platform ต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานมากขึ้น ทั้ง Social Media ในการเข้าถึงตลาด/ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ หรือการใช้ระบบประชุม online สนับสนุนการประชุม/สัมมนาต่าง ๆ |
| 10. | ✓ |  | พยายามที่จะทำผลิตภัณฑ์ออกสื่อ โดยเชื่อมกับน้อง ๆ มหาวิทยาลัยที่จบนิเทศมาถ่ายทำวิดีโอ และประชาสัมพันธ์ให้เป็นการประสานงานกับสถานศึกษาในพื้นที่มาช่วยจัดทำสื่อได้เรียนรู้เทคนิคและการเตรียมตัว |

#### ตารางที่ 4.42 ปัญหาของวิสาหกิจเพื่อสังคม

| ลำดับที่ | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                      |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | ตอนนี้ยังไม่มีปัญหา มีความลงตัวมากขึ้น                                                                                                                            |
| 2.       | ไม่มีปัญหา เพราะเป็นกิจการเล็ก ๆ ใช้ Platform บริหารเป็นหลัก ไม่มีปัญหาอะไร ใช้ Digital ปัญหาน้อย เพราะทุกอย่างต้องผ่านระบบหมด                                    |
| 3.       | ปัญหาเรื่องยอดขาย                                                                                                                                                 |
| 4.       | ขาดทรัพยากรในการดำเนินการ และทรัพยากรที่รัฐจัดให้กับประชาชนมักถูกกีดกันในการใช้ประโยชน์ เช่น โรงสี โรงอบข้าว เป็นต้น                                              |
| 5.       | การไม่ได้รับการส่งเสริมในรูปของเงินทุนหมุนเวียน เทคโนโลยี และการส่งเสริมการรับรู้ให้ภาคประชาชนได้รับทราบถึงประโยชน์ของหน่วยงานที่ได้ชื่อว่าเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม |
| 6.       | ยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร อีกทั้งยังเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ตั้งขึ้นใหม่ ยังอยู่ในช่วงของการลงทุน                                                                 |

|     |                                                                                                                                                                                                                      |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7.  | การประสานความร่วมมือกับภาครัฐ โดยเฉพาะกฎระเบียบของภาครัฐ                                                                                                                                                             |
| 8.  | ความไม่เข้าใจของคนส่วนใหญ่ว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมคืออะไร ทำเพื่ออะไร และในเรื่องของแหล่งทุน/งบประมาณที่จะสนับสนุน SE โดยตรง                                                                                            |
| 9.  | ความสามารถในการบริหารธุรกิจ โดยเฉพาะการคิดราคาต้นทุน/สภาพคล่องทางการเงิน รวมถึงการบริหารเงินให้เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย                                                                                                  |
| 10. | เรื่องของการจำหน่าย อยากให้มีหน่วยงานสนับสนุนเรื่อง Packaging ที่ยังไม่ดึงดูด หรือมีทุนสนับสนุนการจำหน่าย คือ การหาตลาดให้เราไปวางขายสินค้า รวมทั้งมีทุนให้กับบริษัทที่จดทะเบียนเป็น SE พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตนเอง |

#### ตารางที่ 4.43 แนวทางที่สำคัญที่สุดต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม

| ลำดับที่ | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                                                                    |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | เรื่องการสนับสนุน การให้ข้อมูล ควรเข้าถึงประชาชนมากขึ้น เพราะวิสาหกิจเพื่อสังคมยังเป็นเรื่องใหม่ บริษัทที่ทำบัญชีให้ก็ยังไม่เข้าใจในหลักการของกิจการ                                                                            |
| 2.       | การหาพื้นที่ สมาชิก เกษตรกร องค์กรชุมชน ผู้ใช้ให้มากขึ้น ตอนนี้ผู้ใช้บริการเริ่มใช้เมื่อมีนาคม 2565 เพิ่งเปิดได้ 8-9 เดือนแบบเป็นทางการ แต่พัฒนามานานแล้ว เราต้องการการนำไปใช้ การไปประยุกต์ใช้กับกลุ่มมากขึ้น                  |
| 3.       | พัฒนายอดขาย จะส่งผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจ                                                                                                                                                                                          |
| 4.       | การได้รับความร่วมมือและช่วยเหลือจากภาครัฐในการทำกิจกรรมและทำการค้ากับภาครัฐ ต่อเนื่องไปถึงภาคเอกชนต่อไป                                                                                                                         |
| 5.       | ภายในองค์กรเรื่องของการเข้าใจ เข้าถึง การดำเนินงานที่ดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งหากบุคลากรภายในยังไม่เข้าใจเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจในรูปแบบดังกล่าวอย่างเด่นชัด ก็คงไม่สามารถทำให้การดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมเป็นไปอย่างยั่งยืน |
| 6.       | ค่อย ๆ ทำและวางระบบไปเรื่อย ๆ บนพื้นฐานของความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน                                                                                                                                                        |
| 7.       | การประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วนและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพ                                                                                                                                                           |
| 8.       | สร้างความรู้ความเข้าใจใน SE และสนับสนุนในรูปแบบองค์ความรู้ และทรัพยากรบุคคล                                                                                                                                                     |
| 9.       | การบริหารกิจการให้มีรายได้เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย หรือให้กิจการมีกำไรจะส่งผลให้กิจการดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน                                                                                                                    |
| 10.      | จากมุมมองกลุ่มจิตเวช มองว่า การยอมรับผลิตภัณฑ์ของคนพิการจากหน่วยงาน/สังคม ไม่อยากให้มีความว่าเวทนาหรือสงสาร แต่ให้ซื้อเพราะคุณภาพ ตอนนี้เห็น SE เชิงบวกเยอะมาก                                                                  |

|  |                                                                                                                                                   |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | แต่ความรู้/ความสามารถพวกเขายังมีน้อย การได้อบรมให้ความรู้เป็นการสร้างกำลังใจ และอยากให้มีอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้องค์กรกลุ่มเล็ก ๆ ประสบความสำเร็จ |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### ตารางที่ 4.44 ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

| ลำดับที่ | ประเด็นสำคัญ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.       | ควรให้มีการจดทะเบียนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมเพิ่มขึ้น แยกให้ชัดเจนระหว่างวิสาหกิจเพื่อสังคมกับกิจการทั่วไป และเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐ เช่น กรมสรรพากร กรมบัญชี                                                                                                                                                                             |
| 2.       | เน้นการขยายตัวของวิสาหกิจเพื่อสังคม ตอนนี้มีเครือข่ายและกลุ่มไลน์ มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ มีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง SE ด้วยกัน และการแลกเปลี่ยนสินค้า การซื้อขายระหว่างเครือข่ายกันเอง เป็นการสร้างความแข็งแกร่งใน SE ด้วยกัน และมีกองทุน SE ใครเดือดร้อนสามารถกู้ยืมโดยไม่มีดอกเบี้ย ที่สำคัญในตอนนี้คือ ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เรียนรู้ SE มากขึ้น |
| 3.       | ตอนนี้เรามีการผลักดันให้ทางราชการซื้อสินค้าของวิสาหกิจเพื่อสังคม ในขณะเดียวกัน หลาย ๆ ธุรกิจไม่สามารถขายราชการได้ ควรส่งเสริมให้สินค้าวิสาหกิจเพื่อสังคมเข้าห้างได้ อยากให้เขามีการส่งเสริมภาคธุรกิจ ในเรื่องกฎหมายที่จะสนับสนุน Modern Trade เช่น ให้ขายในพื้นที่ห้างหรือแบ่งพื้นที่ 1% ในการเปิดตลาดให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคม                           |
| 4.       | 90% กรรมการคือผู้เสียสละ แต่ไม่ใช่ผู้ลงมือปฏิบัติงาน ทำให้งานไม่มีความคืบหน้า ต้องปรับเปลี่ยนแนวทางของกรรมการใหม่ ดึงเด็กรุ่นใหม่เข้ามาเป็นเวลา 1 ปี ทำหน้าที่เชิงรุก ต้องให้คำตอบแทนที่เหมาะสมและมีการติดตามประเมินผลทุก 6 เดือน                                                                                                                        |
| 5.       | สิ่งหนึ่งที่รัฐบาลต้องให้การสนับสนุน คือ เพิ่มเงินทุนให้มากขึ้นหรือสนับสนุนให้วิสาหกิจเข้าตลาดหลักทรัพย์ เพื่อให้มีเงินทุนหมุนเวียนและพัฒนาต่อไปได้ รวมถึงสถานศึกษาต้องเข้าไปช่วยดูวิสาหกิจในพื้นที่ของตน เพื่อช่วยในด้านวิชาการและเทคโนโลยีต่าง ๆ                                                                                                       |
| 6.       | อยากให้รัฐบาลสนับสนุนเรื่องเงินทุน จริง ๆ วิสาหกิจก็มีเยอะ ด้วยความที่เขาทำด้วยตัวเขาเอง การพัฒนาจะค่อนข้างช้า คนที่ก็ทำจริง ๆ ไม่ได้ฉาบฉวยในหลาย ๆ ที่ แต่ก็เจอติดปัญหาเรื่องเงินทุนต่าง ๆ ทุก ๆ อย่างก็ดำเนินไปด้วยเงินทุนทั้งนั้น                                                                                                                     |
| 7.       | ผู้บริหารต้องมีภาวะผู้นำ มีการบริหารงานเชิงรุก มีการพัฒนาเชิงพื้นที่แบบบูรณาการทุกภาคส่วน และมีการบริหารจัดการแบบองค์รวมเพื่อให้เกิดความยั่งยืน                                                                                                                                                                                                          |
| 8.       | ต้องไม่ยึดติดกับรูปแบบและระบบของราชการ ต้องกล้าคิด กล้าแตกต่าง และกล้าสนับสนุน                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 9.       | การอบรม/สัมมนา เพื่อให้ความรู้ด้านต่าง ๆ อาทิ การดำเนินธุรกิจเบื้องต้น และการมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาและแนะนำการดำเนินการ หรือการมีพี่เลี้ยง                                                                                                                                                                                                            |
| 10.      | รูปแบบของการจดทะเบียนและจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมควรจะมีมากขึ้น ชื่อของหน่วยงานต้องมีความสอดคล้องกับวิสาหกิจหรือไม่                                                                                                                                                                                                                                      |

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน มีการใช้หลักการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจ แนวทางการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมของผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล และการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในด้านต่างๆ กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ/ประธานบริษัท/กรรมการบริษัทวิสาหกิจเพื่อสังคมทั้งประเทศไทย จำนวน 150 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) และสุ่มตามความสะดวก (Convenience sampling) โดยเครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปสำหรับการวิจัย (SPSS) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) และสถิติทดสอบ ได้แก่ ค่าสถิติ F-test (One-way anova) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson 's Correlation Coefficient ) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.7 มีอายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.7 ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.7 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท แต่น้อยกว่า 30,000 บาท จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 30

##### 5.1.2 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจเพื่อสังคม

แหล่งที่ตั้งของวิสาหกิจเพื่อสังคมอยู่ที่ภาคกลาง จำนวน 42 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 28 เป็นธุรกิจบริการ 53 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 35.3 โดยมีประเภทของผลิตภัณฑ์ 1-5 ประเภท จำนวน 132 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 88 แหล่งที่มาของเงินลงทุนส่วนใหญ่เป็นทุนตนเอง 79 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 52.7 ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นลักษณะการขายตรง จำนวน 103 แห่ง และมีช่องทางการประชาสัมพันธ์วิสาหกิจช่องทางออนไลน์ จำนวน 125 แห่ง

##### 5.1.3 ข้อมูลด้านการจัดการ โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่

###### 1) ข้อมูลการจัดการด้านวัฒนธรรมองค์กร

ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่าข้อมูลการจัดการด้านวัฒนธรรมองค์กร มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .91 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 รองลงมา คือ พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายองค์กรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และมี

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.85

### 2) ข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการผลิต

ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่าข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการผลิต มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ส่งปัจจัยการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .97 รองลงมา คือ การจัดวางอุปกรณ์ให้สามารถใช้งานได้หลายวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.07

### 3) ข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการตลาด

ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่าข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการตลาด มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าและคาดการณ์ตลาดอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .93 รองลงมา คือ เปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97

### 4) ข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการเงิน

ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่าข้อมูลการจัดการด้านการบริหารการเงิน มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบและเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.02 รองลงมา คือ มีการวางแผนทางการเงินล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98

### 5) ข้อมูลการจัดการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่าข้อมูลการจัดการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .98 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีและปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .84 รองลงมา คือ การจ่ายเงินเดือนและค่าจ้างอย่างเป็นธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96

#### 5.1.4 ข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่าข้อมูลด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .973 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีระบบการบริหารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .75 รองลงมา คือ สนับสนุนการแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .97

### 5.1.5 ข้อมูลด้านปัจจัยภายนอก

ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่าข้อมูลด้านปัจจัยภายนอก มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.03 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .83 รองลงมา คือ ผลของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .87

### 5.1.6 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัล

ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่าข้อมูลด้านเศรษฐกิจดิจิทัล มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมูลค่าธุรกิจในเรื่องของการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงกิจการให้มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.13 รองลงมา คือ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมูลค่าธุรกิจในเรื่องของการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.14

### 5.1.7 ข้อมูลด้านผลการดำเนินงานของกิจการ

ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่าข้อมูลด้านผลการดำเนินงาน มีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8285 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .81 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ให้ความสำคัญกับชุมชน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .77 รองลงมา คือ ให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .81

### 5.1.8 การเปรียบเทียบปัจจัยทั้ง 4 ด้าน

จากผลการวิจัย ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่า ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสำคัญที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .71 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการจัดการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .67 รองลงมา คือ ปัจจัยภายนอกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .57 และปัจจัยที่ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่าสำคัญน้อยที่สุด คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.12

### 5.1.9 การทดสอบสมมติฐานที่ 1

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน โดยแบ่งออกเป็น

- 1) เพศของผู้ประกอบการไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

- 2) อายุของผู้ประกอบการไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน
- 3) ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน
- 4) รายได้ต่อเดือนของผู้ประกอบการไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

#### 5.1.10 การทดสอบสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยด้านการจัดการส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

#### 5.1.11 การทดสอบสมมติฐานที่ 3

ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

#### 5.1.12 การทดสอบสมมติฐานที่ 4

ปัจจัยภายนอกไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

#### 5.1.13 การทดสอบสมมติฐานที่ 5

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

#### 5.1.14 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานจากงานวิจัยเชิงปริมาณ

| ปัจจัยที่ศึกษา |                                          | ผลการศึกษา                                                     |
|----------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| ปัจจัยภายใน    | ปัจจัยด้านการจัดการ                      | ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน    |
|                | ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร |                                                                |
| ปัจจัยภายนอก   | PESTEL Analysis                          | ไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน |
|                | ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจดิจิทัล             |                                                                |

จากผลการทดสอบสมมติฐานดังที่กล่าวไปแล้ว ได้ตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน ได้แก่ ปัจจัยภายใน (ปัจจัยด้านการจัดการและปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร) และปัจจัยภายนอก (การวิเคราะห์ PESTEL โดยเน้นด้านเศรษฐกิจดิจิทัล) ผลของงานวิจัยเชิงปริมาณ คือ ปัจจัยภายในส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน ส่วนปัจจัยภายนอกไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

สำหรับแนวคิดการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม พบว่า ผู้ประกอบการเพื่อสังคมได้มีการนำแนวคิด

การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมไปใช้และส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยผู้ประกอบการเพื่อสังคมมีระบบการบริหารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดี มีส่วนร่วมในโครงการเพื่อประโยชน์ต่อสังคม สนับสนุนให้พนักงานเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน และที่สำคัญ คือ ผู้ประกอบการเพื่อสังคมได้มีการสนับสนุนการแก้ปัญหาทั้งทางด้านสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้ประกอบการที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งเป็นการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในประเทศไทย โดยจากการวิจัยเชิงปริมาณผู้ประกอบการเพื่อสังคมได้มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเพิ่มมูลค่าธุรกิจ เช่น มีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย การขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ รวมทั้งได้มีการนำเทคโนโลยีมาต่อยอดในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ออกสู่ตลาด แต่เนื่องจากการวิจัยเชิงปริมาณนี้ ได้ผลการทดสอบสมมติฐานว่าปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจดิจิทัลไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพต่อไป เพื่อค้นหาเหตุผลว่าเหตุใดผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่าปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจดิจิทัลไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

## 5.2 อภิปรายผลการศึกษา

งานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

### 5.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

ผลการวิจัยว่า เฉพาะระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งความสอดคล้องกับงานวิจัยของปรเม สตะเวทิน (2564) ที่ได้กล่าวถึงการศึกษาว่ามีลักษณะสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้น โดยการศึกษาทำให้ทัศนคติ ค่านิยมและคุณธรรมแตกต่างกัน ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันจะมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกันอีกด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทพร ดำรงพงศ์ (2561) ที่อธิบายว่าผู้ประกอบการที่จะประสบผลสำเร็จในการทำธุรกิจได้จะต้องเข้าใจถึงความแตกต่างในกระบวนการตัดสินใจที่มีความสลับซับซ้อน

เพศของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพนทิพย์ ชวโร (2554) ที่อธิบายว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการดำเนินวิสาหกิจให้ประสบความสำเร็จ เพราะเป็นสิ่งที่กำหนดความสำเร็จของกิจการ และเป็นแนวพฤติกรรมการทำงานของธุรกิจโดยรวม

อายุของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนิคม จารุมณี (2544) ที่ได้ระบุว่า อายุของบุคคลที่แตกต่างกันจะมีความสามารถและความคาดหวังในการดำเนินกิจกรรมที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ รายได้ต่อเดือนของผู้ประกอบการไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเกรียงไกร ทรัพย์แสนมาและบรรพต วิรุณราช (2562) ที่กล่าวว่า รายได้กลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อความสำเร็จของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคมแตกต่างกัน

### 5.2.2 ปัจจัยด้านการจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน

ปัจจัยด้านการจัดการ ได้แก่ การจัดการด้านวัฒนธรรมองค์กร การจัดการด้านการบริหารการผลิต การจัดการด้านการบริหารการตลาด การจัดการด้านการบริหารการเงิน และการจัดการด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ พบว่าปัจจัยด้านการจัดการส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล สอดคล้องกับงานวิจัยของปราโมทย์ ยอดแก้ว และคณะ (2563) กล่าวว่า ผลสัมฤทธิ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วยบริบทการเข้าถึงทรัพยากร การบริหารการตลาด การบริหารทางการเงินและการบริหารจัดการ ในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรนั้นจำเป็นต้องมีการบริหารเพื่อบริหารจัดการองค์กรเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของวนัสรา จันทร์กมล และคณะ (2565) ที่ได้อธิบายว่า รูปแบบของการบริหารจัดการเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการกำหนดความสำเร็จของกิจการเนื่องจากเป็นปัจจัยที่ธุรกิจสามารถควบคุมและกำหนดทิศทางในการปฏิบัติได้ ตัวแปรเกี่ยวกับรูปแบบและวิธีบริหารจัดการขององค์กร

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของเกรียงไกร ทรัพย์แสนมาและบรรพต วิรุณราช (2562) ที่ได้กล่าวว่า การบริหารจัดการตามหลักการของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการภายในคือเรื่องการคัดเลือก บุคลากรหรือเจ้าหน้าที่หรือกรรมการผู้จัดการบริษัทที่เหมาะสมนั้นสอดคล้องกับผลการสำรวจความคิดเห็นจากทุกฝ่ายในจังหวัดเชียงใหม่ อุดรธานี บุรีรัมย์ เพชรบุรีและภูเก็ต พบว่า ปัจจัยด้านการจัดการนี้ได้รับการแสดงความเห็นในอันดับต้น ๆ

### 5.2.3 ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ปัจจัยด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวราภรณ์ เอื้ออาภรณ์ (2554) ที่ได้อธิบายว่าความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นพันธสัญญาของบริษัทในการดำเนินการของบริษัททั้งทางด้านเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน และเป็นการปรับสมดุลของผลกำไรของบริษัทด้วย ในปัจจุบันนี้ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรได้มีความสำคัญมากขึ้นในทุก ๆ องค์กร เพราะแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จนทำให้ทุก ๆ องค์กรทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กทั่วโลก รวมทั้ง

ในประเทศไทยต้องกำหนด นอกจากนี้ ยังเป็นหนึ่งในนโยบายขององค์กร เนื่องจากจะส่งเสริมภาพลักษณ์ และทำให้เกิดการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับงานวิจัยของสถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (2553) ที่ได้ อธิบายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยองค์กรธุรกิจต้องมี จิตอาสาในการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และสังคมโดยรวม โดยบทบาทขององค์กรธุรกิจในสังคม และความคาดหวัง ของสังคมที่มีต่อองค์กรธุรกิจจะต้องทำด้วยความสมัครใจ

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์พร ภูทองประเสริฐ (2564) อธิบายว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสามารถสร้างคุณประโยชน์ในหลาย ๆ ด้านให้แก่การทำธุรกิจ เนื่องจากความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรช่วยสร้างภาพลักษณ์ในด้านที่ดีต่อสังคม บริษัทที่มีบทบาทแสดงความรับผิดชอบต่ออย่าง ต่อเนื่องมีโอกาที่จะได้รับความสนับสนุนอย่างมากต่อลูกค้ามากกว่าบริษัทที่ไม่ทำอะไรเพื่อสังคม นอกจากนี้ บริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับนักลงทุน

#### 5.2.4 ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอกไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเชาวลิต ประสิทธิ์ (2561) ที่ได้อธิบายว่า ในยุคปัจจุบัน การดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการเมือง เศรษฐกิจ สังคม โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีล้วนส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ ของประชาชนรวมถึงการดำเนินธุรกิจด้วย ซึ่งการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่สำคัญต่อ ความสำเร็จของธุรกิจ

ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเกรียงไกร ทรัพย์แสนมาและบรรพต วิรุณราช (2562) ว่า รัฐบาลของหลายประเทศเห็นความสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมและมียุทธศาสตร์ในการสนับสนุน วิสาหกิจเพื่อสังคม เช่น ในประเทศอังกฤษมีการก่อตั้งหน่วยงานชื่อ “Office of the Third Sector (OTS)” ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักคณะรัฐมนตรีโดยหน่วยงานนี้มีนโยบายหลัก คือการผลักดัน และสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่นเดียวกับประเทศไทยที่ภาครัฐบาลมีนโยบายที่จะพัฒนา และส่งเสริมให้ เกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมภายในประเทศ เพื่อเป็นการตอบสนองยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ และไม่สอดคล้องกับจีระ พุ่มพวงและกำชัย จงจักรพันธ์ (2565) ว่าพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 มีวัตถุประสงค์มุ่งเน้นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจ ให้เกิดการจ้างงานแก่ผู้ด้อยโอกาสและการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อมหรือเพื่อ ประโยชน์ส่วนรวมอื่นแต่พระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวยังไม่มีการกำหนดสิทธิประโยชน์ตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ คือ ไม่มีหลักเกณฑ์การให้ความช่วยเหลือทางการเงินจากกองทุน สิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากร สิทธิประโยชน์ตาม มาตรการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ และมีปัญหาความล่าช้าในการออกกฎหมายลำดับรอง จึงควรแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายและเร่งออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมให้วิสาหกิจเพื่อสังคมขยายตัว มากขึ้นและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าทั้งภายในและระหว่างประเทศต่อไป รวมทั้ง

กฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องยังไม่เพียงพอและเหมาะสมอันอาจเป็นปัญหาและอุปสรรคในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

### 5.2.5 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจดิจิทัล

องค์ประกอบอย่างน้อย 3 ข้อของการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลให้ยั่งยืนนั้นต้องประกอบด้วย (1) รัฐบาลต้องกำกับดูแล ส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพสูง ประสานไปกับการขับเคลื่อนทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน ที่สำคัญ คือ ไม่แบ่งหน้าที่แต่ถือเอาประโยชน์ของประชาชนและประเทศชาติเป็นหลัก (2) ส่งเสริมความสามารถของบุคลากรหรือมนุษย์ภายในประเทศ อาทิเช่น การเรียนรู้ให้การศึกษา และอบรม การใช้เทคโนโลยีให้ จากรัฐที่เป็นผู้ให้บริการ รวมถึงการคำนึงถึงการเข้าถึงเทคโนโลยีในผู้ด้อยโอกาส จากผู้สูงอายุ ผู้บกพร่องทางร่างกาย ผู้ยากไร้ เป็นต้น และ (3) ในทุก ๆ สังคมย่อมมีทั้งคนดีและคนไม่ดี ดังนั้น ควรส่งเสริม การตรากฎหมายและการบังคับใช้ เนื่องจากกฎระเบียบ กฎหมายในการควบคุมเป็นปัจจัยที่จะทำให้สังคมพัฒนาและอยู่อย่างมีความสุข อีกทั้งกฎหมายยังเป็นพลังขับเคลื่อนและสามารถช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลได้อีกทางหนึ่ง (ชญาพัฒน์ เลิศอำนาจกิจเสรี, 2565)

พบว่าปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจดิจิทัลไม่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล สอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา รักประสูติ และนางนิภา ตูลยานนท์ (2563) ที่ได้อธิบายว่า การขาดความสามารถในการสร้างนวัตกรรมของผู้ประกอบการเพื่อสังคมในประเทศไทยเป็นสิ่งสำคัญจึงจำเป็นต้องเร่งการพัฒนาขีดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง แต่ก็ยังประสบความล้มเหลว เนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เผชิญกับความเสี่ยงสำคัญ 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยี และด้านการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ ผลของงานวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของเกรียงไกร ทรัพย์แสนมาและบรรพต วิรุณราช (2562) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่หรือนวัตกรรม การช่วยสร้างมาตรฐานคุณภาพ การเพิ่มมูลค่าสินค้า การมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน มีผลต่อความสำเร็จของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีอย่างมีนัยยะสำคัญ

ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินทิพย์ กุลจิตรตรีและสุภัทรรค์ดี คำสามารถ (2563) ที่ได้อธิบายว่า ผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญกับนวัตกรรมใหม่ๆ นำมาใช้ในการดำเนินงานทางธุรกิจเพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น รวมทั้งมีโอกาสด้านการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ชีวิตของเรายั่งยืน เทคโนโลยีจัดเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับการลดต้นทุนการผลิต และยังส่งเสริมช่องทางที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างไร้พรมแดน ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลนี้ นวัตกรรมการจัดการธุรกิจเพื่อสังคมต้องคำนึงถึงระบบเศรษฐกิจ สังคมที่มีการติดต่อสื่อสารและการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนารินทิพย์ ท่องสายชล (2563) ที่ได้อธิบายว่า เศรษฐกิจดิจิทัลช่วยส่งเสริมการทำธุรกิจ เนื่องจากรูปแบบเศรษฐกิจได้เปลี่ยนไปภายใต้สภาพแวดล้อมใหม่ของโลก ดังนั้น ไม่ว่าประเทศนั้น ๆ จะมีขนาดเศรษฐกิจที่เล็กหรือใหญ่ แต่หากมีความพร้อมทางด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมต่อกันได้ และมีกำลังคนที่มี

ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีจะมีศักยภาพในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจ ก็จะทำให้กิจการนั้น ๆ ประสบความสำเร็จ

### 5.2.6 ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความคิดเห็น ปัญหา และข้อเสนอแนะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยคำถามเป็นแบบปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้างจากผู้ประกอบการ/ประธานบริษัท/กรรมการบริษัทของวิสาหกิจเพื่อสังคมจำนวน 10 ราย โดยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็นเพศชาย 6 รายและเพศหญิง 4 ราย อายุระหว่าง 40 – 74 ปี อายุเฉลี่ย 53.4 ปี เป็นประธานบริษัท 3 ราย กรรมการผู้จัดการ 4 ราย นายกสมาคม 1 ราย ผู้จัดการฝ่ายสื่อสารองค์กร 1 ราย และผู้จัดการงานสนับสนุน 1 ราย โดยผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้วิสาหกิจเพื่อสังคมของท่านประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ได้แก่ การช่วยเหลือของภาครัฐ การสร้างความเข้าใจให้ประชาชน ทศนคติของคนในองค์กร ความยั่งยืนทางสังคมและทางการเงิน ทิศทางการบริหารงาน ยุทธศาสตร์ชาติ การมีเครือข่ายหรือ Supplier ความรู้ในการออกแบบสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ความร่วมมือจากภาคีภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ปัจจุบันวิสาหกิจเพื่อสังคมสร้างประโยชน์ต่อสังคมมากมาย ได้แก่ สนับสนุนการสร้างเครือข่ายชาวบ้านการให้บริการ Platform ช่วยเหลือเกษตรกร การสร้างงาน สร้างอาชีพ ให้ความรู้ และสร้างช่องทางการขายสินค้าให้กับชาวบ้านที่ขาดโอกาส เพิ่มศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ส่งเสริมการพึ่งพาตนเอง การช่วยเหลือเด็กพิเศษและคนพิการ การใช้ต้นทุนจากชุมชน โดยการสนับสนุนชุมชนให้มีโอกาสเชื่อมโยงตลาดและเพิ่มพูนองค์ความรู้ต่าง ๆ ให้ชุมชน

วิสาหกิจเพื่อสังคมสร้างประโยชน์ต่อสังคมเศรษฐกิจมากมาย ได้แก่ การส่งเสริมการลดต้นทุนการผลิต ช่วยเหลือเกษตรกรให้มีช่องทางการตลาดมากขึ้นก็จะมีวางแผนจัดการคุณภาพผลผลิตได้ การช่วยลดภาระหนี้สินแก่กลุ่มอาชีพเกษตรกร การนำรายได้รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรในราคาที่ เป็นธรรม และสูงกว่าราคาตลาด เพิ่มมูลค่าสินค้าทางเกษตร การสร้างที่อยู่ ที่กิน ที่ทำงานให้คนในพื้นที่ เด็กพิเศษ ผู้สูงอายุ ผู้ที่เดือดร้อนและคนพิการ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอันเป็นเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้เข้มแข็ง ด้วยการกระจายรายได้

วิสาหกิจเพื่อสังคมสร้างประโยชน์ต่อสังคมสิ่งแวดล้อมมากมาย ได้แก่ การส่งเสริมการไม่ปล่อยสารเคมีลงสู่สิ่งแวดล้อม เน้นสินค้าเกษตรอินทรีย์ สถานที่ผลิต โรงงาน พื้นที่เกษตรต่าง ๆ มีการรักษาสีสิ่งแวดล้อมเน้นสารจากธรรมชาติ ส่งเสริมการลดใช้สารเคมีที่ใช้ในการทำเกษตร ส่งเสริมการใช้นโยบายบริษัท Go Green เช่น การทำท่อน้ำเสีย โดยทำเป็น Bio gas เพื่อต่อท่อแก๊สส่งต่อไปให้กับชาวบ้านได้ใช้ การทำ Solar Cell การสร้างโรงเก็บผลิตก๊าซที่เป็นอาคารเขียวแบบอเมริกา การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ และรักษาสีสิ่งแวดล้อม การเป็นคนกลางที่ให้ความรู้แก่ทั้งชุมชนและองค์กรต่าง ๆ

การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) มีผู้ตอบแบบสอบถาม 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 60 กล่าวว่า บริษัทมีการทำ CSR ได้แก่ การดูงานของโรงเรียน มีการให้เรียนรู้ฟรี การเอามื้อสามัคคี การจัดงานที่จวนผู้ว่า การเรียนรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียง มีการช่วยเหลือเกษตรกร นำผู้เชี่ยวชาญลงไปแนะนำ

เกษตรกร การกระตุ้นให้มีการทำกิจกรรม CSR ทุกภาคส่วน การใช้แนวคิด CSR เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนสินค้าและบริการ สร้างความรู้ความเข้าใจให้กับเครือข่ายแต่ละฝั่ง โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลาง หรือฟันเฟืองตัวเล็ก ๆ ที่เชื่อมให้ทุกส่วนสามารถขับเคลื่อนต่อไปได้ และสนับสนุนการสร้าง Community ที่ทำงานและที่อยู่ให้กับเด็กพิเศษและคนพิการ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม 4 ราย มองว่า บริษัทไม่เชิงใช้ CSR ได้แก่มากไม่ได้ใช้ CSR โดยตรง มองว่า SE จะลึกซึ้งกว่า CSR เป็นแค่การโปรโมท โปรโมชัน เป็นแค่การทำกิจกรรม แต่ SE โดยเนื้อในเป็นการจัดการที่ให้ประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดย CSR กับ SE มีความแตกต่างกัน SE เป็นของจริง ลึกซึ้ง เป็นวิถีชีวิตที่อยู่ในกระบวนการทำงาน มองว่า CSR กับ SE คนละระดับกัน ใช้คำว่า CSV การช่วยเหลือใด ๆ ก็ตามถือว่าเป็นการแชร์กันมากกว่าไม่ใช่การให้เปล่า เช่น การสนับสนุนออกค่ายต่างจังหวัด เด็ก ๆ ได้งานในสิ่งที่เด็ก ๆ ได้ทำ เราก็จะสนับสนุนเรื่องของน้ำ/ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เราก็หวังให้เด็ก ๆ ได้ทำเรื่องของแกะล้าง เก็บกล่องกลับมาให้เรา เพื่อเป็นการใส่ใจสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น และเมื่อเกิดอุทกภัยในพื้นที่เกษตรของเรา เราจะไปช่วยทำแปลงเกษตรให้กับเกษตรกร เกษตรกรมีรายได้จากการขายผลผลิตออกมา เราก็ได้ผลผลิตมาแปรรูปและขายออกไป อีกทั้งไม่เชิงเป็น CSR เน้นการลดการใช้สารเคมี เราเป็นเหมือนเป็น Starter ในการกระตุ้นเรื่องเกษตรอินทรีย์ รวมถึงไม่ได้เป็น CSR แต่เป็นการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และ BCG Economy จะส่งเสริมให้การดำเนินงานของ SE มีความยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ดังนั้น สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการได้ดำเนินการใช้หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร มาปรับใช้ในองค์กร เช่น การดูงานของโรงเรียน การสนับสนุนออกค่ายต่างจังหวัด มี การเอาใจสามัคคี การให้เรียนรู้ฟรี การจัดงานที่จวนผู้ว่า การเรียนรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียง การสร้างที่ทำงานและที่อยู่ให้กับเด็กพิเศษ การเปิดโรงทานทำอาหารเลี้ยงคนพิการ การคัดแยกของบริจาค การฝึกให้คนพิการมีการแบ่งปันและช่วยเหลือ รวมทั้งการช่วยเหลือเกษตรกร การกระตุ้นเรื่องเกษตรอินทรีย์ การรักษาระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งการใช้หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน เนื่องจากส่งผลดีทั้งต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

สำหรับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคม มีดังนี้

การส่งเสริมและสนับสนุนกิจการจากรัฐบาล ได้แก่ การสนับสนุนโดยการให้งบประมาณเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้ประชาชนได้เรียนรู้และฝึกฝนในการพัฒนาตนเอง การมีสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รัฐบาลตั้งขึ้นภายใต้กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ มีการบริการสนับสนุน ให้สิทธิพิเศษ มีการอบรม สัมมนา ถ้าอยากให้ชัดเจนมากขึ้น จะต้องมีพี่เลี้ยง เช่น มศว. ม.ธรรมศาสตร์ มาเป็นพี่เลี้ยง และควรโปรโมทให้ประชาชนเข้าใจใน SE มากขึ้น ทุกวันนี้ สวส. พยายามผลักดันให้วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นรูปธรรม ชัดเจนมากขึ้น การส่งเสริมให้กฎหมายที่ออกมาให้ใช้บังคับได้จริง ๆ และรวดเร็ว การส่งเสริมให้หน่วยงานราชการ ภาครัฐบาล และเอกชนทั่วไป ใช้บริการหรือสินค้าของวิสาหกิจต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นการพัฒนาช่วยเหลือสังคมทางอ้อม ทำให้วิสาหกิจสามารถยืนได้ด้วยตนเอง อาจส่งเสริมให้สามารถหักภาษีจากการสนับสนุนสินค้าหรือบริการจากวิสาหกิจต่าง ๆ ได้เช่นเดียวกับการบริจาคเงินให้มูลนิธิต่าง ๆ

การสนับสนุนเรื่องเงินทุนดอกเบี้ยต่ำและช่องทางการตลาดที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน จำต้องได้และเห็นผล การสนับสนุนเรื่องแหล่งเงินทุนสนับสนุนเศรษฐกิจฐานราก การให้สิทธิพิเศษในการเข้าถึงแหล่งทุนหรือ งบประมาณในส่วนต่าง ๆ เพราะวิสาหกิจไม่ใช่บริษัทเอกชนที่มุ่งกำไรสูงสุด และไม่ใช่องค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร เช่น มูลนิธิหรือสมาคม ทำให้เกิดเป็นสถานะสุญญากาศในการขับเคลื่อน รวมถึงการจัดตั้งกองทุนของ สวส. เพื่อมาส่งเสริมและสนับสนุน SE น่าจะช่วยให้การดำเนินงานมีความคล่องตัวยิ่งขึ้น อีกทั้งรัฐบาลควรส่งเสริม การลดหย่อนภาษีให้กับกลุ่มคนพิการที่ขึ้นทะเบียนเป็น SE และอยากให้รัฐบาลสนับสนุนเรื่องการจัดอบรม อย่างต่อเนื่อง เช่น การอบรมทำ Packaging และเพิ่มตลาดให้กับคนพิการ เพื่อดึงดูดให้หน่วยงานต่าง ๆ และ ภาคเอกชนให้ความสนใจกับสินค้าคนพิการมากขึ้น

ภาวะเศรษฐกิจถดถอยของประเทศไทย มีผู้ประกอบการเพื่อสังคม 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 30 ที่มองว่าส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม เนื่องจากเมื่อประชาชนอยู่อย่างยากลำบากทำให้มีความสนใจที่จะอบรม มากขึ้น ได้พึ่งพาตนเองและส่งผลให้ต้องปรับปรุง/แก้ไขกระบวนการคิดและการทำเพื่อให้สอดคล้องถูกต้อง ตามภาวะการเปลี่ยนแปลงของโลก ต้องสร้างสรรค์สินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ เพื่อทดแทนสิ่งต่าง ๆ และ ตอบโจทย์ผู้บริโภคในยุคใหม่มีผู้ประกอบการเพื่อสังคม จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 50 ที่มองว่าปัจจัยนี้ไม่ได้ ส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม เนื่องจากกำลังซื้อของกลุ่มตลาดล่างหายไปเยอะมาก ทำให้ยอดขายลดลงกว่า 50% ไม่สามารถทำให้การผลิตคงที่ได้ ต้องหยุดการผลิตชั่วคราว และเร่งระบายข้าวออกในราคาต่ำ คือส่งผลให้ ความต้องการซื้อสินค้าและบริการลดลง รวมถึงการสั่งซื้อลดลง อีกทั้งผู้ประกอบการเพื่อสังคม 2 ราย คิดเป็น ร้อยละ 20 มองว่า ภาวะเศรษฐกิจถดถอยของประเทศไทยไม่ส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม เนื่องจากเห็นผลไม่ ชัดเจน เพราะการทำงานกับเกษตรกร ไม่ได้หวังรายได้ของการส่งออก มองว่า เศรษฐกิจถดถอยไม่กระทบ เนื่องจากบริษัทไม่มีการกู้ยืมเงิน ทำด้วย 1 สมอง 2 มือ ไม่มีการกู้ ไม่มีภาระเรื่องดอกเบี้ย เป็นผลดีกับ เกษตรกรด้วย เพราะประชาชนจะได้หันมาทำระบบการซื้อขายในชุมชนท้องถิ่นผ่านระบบ Platform ของเรา มองว่าเศรษฐกิจแบบนี้ทำให้กิจการดีขึ้นไม่ได้แย่ง ทำให้คนมาสนใจสินค้าในท้องถิ่นมากขึ้น พึ่งพาตนเอง มากขึ้น รวมถึงมองว่าไม่ค่อยส่งผลกระทบ เนื่องจากยอดขายยังอยู่ในเป้าที่วางไว้ไม่มีเรื่องของการเอาพนักงานออก

ปัจจัยทางสังคมที่ส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่าปัจจัยทางสังคม หลาย ๆ ด้านส่งผลต่อวิสาหกิจ ได้แก่ กลุ่มที่ตื่นรู้ต้องการที่จะเป็นผู้ผลิตสินค้าอินทรีย์มากขึ้นก็จะมาเรียนรู้ มีผลดีเรื่องราคาที่คนจะรู้จัก SE มากขึ้น มองว่า ประชาชนจะได้มองมุมมองที่แตกต่างจากการทำธุรกิจปกติ มีคนเข้าใจและอุดหนุนสินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น บริษัทเล็ก ๆ นี้ให้บริการผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง ผู้บริโภค มีทางเลือกและช่องทางการซื้อสินค้ามากขึ้น การแบ่งฝ่ายของสังคมทำให้ชื่อว่า “ประชารัฐ” ไปตรงกับชื่อ พรรคการเมืองฝ่ายตรงข้าม ทำให้ความสามัคคีและการร่วมมือลดน้อยลง ทักษะคือน้ำตาล มองว่าน้ำตาลใน น้ำผลไม้เป็นผลเสียต่อสุขภาพ เป็นผลวิจัยที่ทางการแพทย์ให้มา แต่ในความเป็นจริงเผ่าพันธุ์ของคนที่เกิดใน South East Asia ทานของที่อยู่ในท้องถิ่น การย่อยน้ำตาลของเราดีกว่าฝรั่งอยู่แล้ว เพราะอยู่ในเขตร้อน พรุกโตสก็เป็นความหวานจากน้ำตาล ดังนั้น ความหวานที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ จริง ๆ ต้องมีการแบ่ง

ประเภทของผู้บริโภคด้วย เพราะเด็ก ๆ ก็ยังจำเป็นที่จะต้องหาความหวานเพื่อให้มีพลังงาน การที่คนส่วนใหญ่ติดความสะดวกสบาย และอยู่ในโลก Social คนที่เข้ามาช่วยวิสาหกิจต้องเห็นประโยชน์พอสมควร ปรับเปลี่ยนมุมมองให้คนมองเห็นประโยชน์ของส่วนรวม ทำให้ส่วนรวมมากขึ้น ปัญหาความขัดแย้งภายในชุมชนขาดการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งและเป็นเอกภาพ การไม่รู้และไม่เข้าใจในความหมายที่แท้จริงของการเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม ทำให้การสนับสนุนและพัฒนาไม่เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมความรู้/ความสามารถโดยเฉพาะด้านการค้าขายของชุมชน รวมถึงการบริหารธุรกิจ รวมถึงค่านิยมของการซื้อของคนพิการ มักจะซื้อด้วยความสงสาร เขาจะซื้อครั้งเดียว อยากให้คนทั่วไปซื้อเพราะความอยากใช้ เห็นว่าของนั้นมีประโยชน์จริง ๆ และความเข้าใจเกี่ยวกับเด็กพิเศษ คือ สังคมมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเด็กพิเศษน้อยมาก

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่าปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีหลาย ๆ รูปแบบส่งผลต่อวิสาหกิจได้แก่ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เช่น Facebook, Line, Open chat ส่งผลให้ประชาสัมพันธ์กิจการได้ง่ายขึ้น Keep Contact ได้สะดวก ส่งผลให้กิจการเข้มแข็งมีเทคโนโลยีเป็นเรื่องหลัก ใช้ Platform Digital เป็น Service ในการให้บริการ การตลาดทาง Digital แบบออนไลน์ เรามีการเปิด Platform รูปแบบต่าง ๆ เป็นผลดีด้านการเพิ่มช่องทางการผลิตและการจัดการภายในมีความง่าย/สะดวกมากขึ้น แต่บุคลากรขององค์กรต้องปรับตัวและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ให้ทัน การใช้เทคโนโลยีช่วยในเรื่องของการถนอมคน โดยที่บริษัท 1 หีบของน้ำผลไม้จะมี 36 กล้อง หนักประมาณ 7 กิโลกรัม จะไม่ใช่คนในการจัดเรียง แต่จะใช้เครื่องจักรในการยกขึ้นขึ้น แต่จะใช้คนทำงานที่ประณีต แนวคิดว่าการพัฒนาต้องทันยุคทันสมัย ต้องประยุกต์ความเป็นสังคมกับเทคโนโลยีให้ควบคู่กันไป รวมทั้งต้องพัฒนาชุมชนได้เรียนรู้การใช้เทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น และเทคโนโลยีจะส่งผลดีมากหากเป็นเครื่องมือและใช้เป็น โดยทำให้การดำเนินงานของ SE เกิดความคล่องตัวยิ่งขึ้น สามารถเข้าถึงตลาดได้ง่ายกว่าเดิม อีกทั้ง Social Media ต่าง ๆ ส่งเสริมให้ชุมชนประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการให้เข้าถึงตลาดมากขึ้น สื่อดีขึ้น ในภาพรวมองค์กรจะมีศักยภาพในการใช้สื่อทางเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน องค์กรที่มีความพร้อม สื่อของวิสาหกิจก็จะดีขึ้น ควรเน้นให้มีการอบรม และมีเครื่องมือในการพัฒนาตนเอง

โรคระบาด Covid-19 ส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยมีผู้ประกอบการเพื่อสังคม 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 70 ที่มองว่า ส่งผลในด้านลบ เนื่องจากส่งผลต่อการจัดกิจกรรม ส่งผลต่อยอดขาย ตัวอย่างเช่น เมื่อก่อนอยู่ที่ 3 แสนบาท ตอนโควิดลดลงเหลือ 3 หมื่น ยอดขายลดลง 10 เท่า ส่งผลด้านการผลิตและจัดจำหน่ายลดลงมากกว่า 50% รวมทั้งส่งผลให้ต้องชะลอการพัฒนาเชิงพื้นที่แบบบูรณาการ แต่มีผู้ประกอบการเพื่อสังคม 1 ราย ที่มองว่า โรคระบาด Covid-19 ส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม เนื่องจากคนในชุมชนกลับบ้านมาอยู่ในท้องถิ่น และได้เริ่มใหม่ได้มีการใช้ Platform พัฒนาการผลิตและการตลาด และผู้คนแสวงหาที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์มากขึ้น และมีผู้ประกอบการเพื่อสังคม 2 ราย ที่มองว่า โรคระบาด Covid-19 ไม่ส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม เนื่องจากบริษัททำเรื่องของผลิตภัณฑ์ที่ดูแลสุขภาพอยู่แล้ว เน้นเรื่องของสมุนไพร การป้องกัน และการดูแลสุขภาพมากขึ้นด้วยน้ำผลไม้ และสมุนไพรต่าง ๆ

และวิกฤติโควิดทำให้ทุกคนใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น รวมถึงช่วงเกิดการระบาดโควิด-19 ทำให้ผู้คนได้เรียนรู้การอยู่กับตนเอง โดยหันหน้าเข้าหาธรรมชาติ ปลูกอยู่ ปลูกกิน สร้างอาหารปลอดภัยมากขึ้น ซึ่งเราได้มีส่วนช่วยส่งเสริมในการแจกกล้าผักสวนครัวให้กับผู้สนใจ

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 มีผู้ประกอบการเพื่อสังคม 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 90 มองว่า พ.ร.บ.นี้ส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม เนื่องจากพ.ร.บ.ตัวนี้ทำให้คนเริ่มเข้าใจคำว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมมากขึ้น คิดว่าคนทั่วไปเข้าใจมากขึ้น จาก 1 % เป็น 5% จากประชาชนทั้งหมด เช่น ชาวบ้านต่างจังหวัดเข้าใจมากขึ้นและต้องปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อสังคมให้เป็นไปตาม พ.ร.บ. และสามารถเดินหน้าได้อย่างชัดเจนมากขึ้น เนื่องจากมีกฎหมายมารองรับ และมีผลด้านภาษีเงินได้ของกิจการ ส่งเสริมเรื่องภาษี ไม่เก็บภาษีกับ SE และด้านการจัดซื้อจัดจ้างจากภาครัฐโดยไม่ต้องผ่านขั้นตอน e-bidding อีกทั้งมองว่า พ.ร.บ. นี้เป็นเรื่องใหม่ที่ยังขาดองค์ความรู้ คิดว่าต้องเพิ่มเรื่องการเรียนรู้โดยต้องศึกษาทำความเข้าใจให้มากขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่มีประสบการณ์มากนัก แต่ทุกอย่างที่ภาครัฐสร้างขึ้นมาเพื่อประโยชน์ขององค์กร ด้วย พ.ร.บ. เป็นเรื่องใหม่ และการประชาสัมพันธ์ยังน้อย ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถาม 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 10 ที่มองว่า พ.ร.บ.นี้ ไม่ได้ส่งผลอะไร เพราะ บริษัททำตามระบบและเข้าใจว่าการทำอะไรต้องมีเอกสารรองรับ มีเรื่องของกติกาในระดับหนึ่งถ้าคุณอยากจะเข้าในระบบ คุณก็ต้องยอมรับกติกาให้ได้ แต่ถ้ามี พ.ร.บ. รองรับก็ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ

วิสาหกิจเพื่อสังคมมีการปรับตัวหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย มีผู้ประกอบการเพื่อสังคม 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 80 ที่ได้อธิบายว่า บริษัทได้มีการปรับตัวหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างมาก ได้แก่ เป็นงานหลักของบริษัทเลย เรื่องของ Platform การจ่ายเงินออนไลน์ การประมูลคำสั่ง คำปลีก มีเครือข่ายระบบนิเวศน์เศรษฐกิจ การสั่งของล่วงหน้า (Preorder) แล้วเราก็ผลิตตามสิ่งที่สำคัญคือ เราเป็น Service Provider ไม่ได้ผลิตสินค้าเอง การสร้างเว็บไซต์ที่เป็น E-commerce และไปเปิดร้านใน Shopee Lazada tiktok line OA

การปรับตัวในตลาด E-commerce คือตลาดออนไลน์เป็นตลาดหนึ่งที่เราสามารถทำกำไรได้ แล้วก็สะดวกในการจำหน่ายสินค้า มองว่าตลาดนี้ไปได้ไกลกว่าออฟไลน์มาก เราเน้นกระจายสินค้าไปที่ CLMV และล่าสุดมีการโปรโมทที่หาที่ใหญ่ ต้องยอมรับว่าผลิตภัณฑ์หลัก ๆ คือ การจำหน่ายมะเขือเทศ ปัจจุบันมีการนำดาราชิริส่วยมาช่วยประชาสัมพันธ์และโฆษณาในต่างประเทศ เช่น จีน ไต้หวัน มีเทคโนโลยีที่ช่วยคือการแปลภาษา สะดวกในการทำการตลาด การใช้เทคโนโลยีในเรื่องของการเป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องพันธุ์ไม้ ใช้ระบบ Scan QR code ให้คนที่เข้ามาชมดูได้สะดวกขึ้น และบริษัทมีเว็บไซต์ การสร้างสังคมดิจิทัลโดยประสานกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องมาถ่ายทอดเทคโนโลยีให้ชุมชนท้องถิ่น

การปรับใช้เรื่องสินค้าและบริการมาสู่ช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยสามารถวัดผลได้ชัดเจนจากตัวชี้วัดของแต่ละ Platform ต่าง ๆ การใช้ Digital Platform ต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานมากขึ้น ทั้ง Social Media ในการเข้าถึงตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ หรือการใช้ระบบประชุม online

สนับสนุนการประชุม/สัมมนาต่าง ๆ และการพยายามที่จะทำผลิตภัณฑ์ออกสื่อ โดยเชื่อมกับน้อง ๆ มหาวิทยาลัยที่จบนิเทศมาถ่ายทำวิดีโอ และประชาสัมพันธ์ให้เป็นการประสานงานกับสถานศึกษาในพื้นที่มาช่วยจัดทำสื่อ ได้เรียนรู้เทคนิคและการเตรียมตัว

ทั้งนี้ มีผู้ประกอบการเพื่อสังคม 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 ที่ได้อธิบายว่า บริษัทได้มีการปรับตัวหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลไม่มากนัก เนื่องจากไม่มีการจ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์และเหตุผลหลัก คือ ทีมบริหารเป็นผู้เข้ามาบริหาร ไม่ได้มีหน้าที่ทำเอง แค่เพียงจัดการและวางแผนนโยบายเท่านั้น ตอนนี้อย่างขาดทีมปฏิบัติการภาคธุรกิจที่จะลุยงานโครงการต่าง ๆ ที่วางนโยบายไว้จึงไม่ได้มีการปรับตัวหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบมากนัก

สำหรับปัญหาของวิสาหกิจเพื่อสังคมส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับยอดขาย เนื่องจากการขาดความสามารถในการบริหารธุรกิจ โดยเฉพาะการคิดราคาต้นทุน/สภาพคล่องทางการเงิน รวมถึงการบริหารเงินให้เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย การไม่ได้รับการส่งเสริมในรูปของเงินทุนหมุนเวียน เทคโนโลยีของการจำหน่าย อยากให้มีหน่วยงานสนับสนุนเรื่อง Packaging ที่ยังไม่ดึงดูด หรือมีทุนสนับสนุนการจำหน่าย คือ การหาตลาดให้เราไปวางขายสินค้า รวมทั้งมีทุนให้กับบริษัทที่จดทะเบียนเป็น SE พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตนเองการขาดทรัพยากรในการดำเนินการ และทรัพยากรที่รัฐจัดให้กับประชาชนมักถูกกีดกันในการใช้ประโยชน์ เช่น โรงสี โรงอบข้าว เป็นต้น และการส่งเสริมการรับรู้ให้ภาคประชาชนได้รับทราบถึงประโยชน์ของหน่วยงานที่ได้ชื่อว่าเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม ยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร อีกทั้งยังเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ตั้งขึ้นใหม่ ยังอยู่ในช่วงของการลงทุน การประสานความร่วมมือกับภาครัฐ โดยเฉพาะกฎระเบียบของภาครัฐ ความไม่เข้าใจของคนส่วนใหญ่ว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมคืออะไร ทำเพื่ออะไร และในเรื่องของแหล่งทุน/งบประมาณที่จะสนับสนุน SE โดยตรง

แนวทางที่สำคัญที่สุดต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม คือ เรื่องการสนับสนุน การให้ข้อมูลควรเข้าถึงประชาชนมากขึ้น เพราะวิสาหกิจเพื่อสังคมยังเป็นเรื่องใหม่ บริษัทที่ทำบัญชีให้ก็ยังไม่เข้าใจในหลักการของกิจการ การหาพื้นที่ สมาชิก เกษตรกร องค์กรชุมชน ผู้ใช้ให้มากขึ้น ตอนนี้อยู่บริการเริ่มใช้เมื่อมีนาคม 2565 เพิ่งเปิดได้ 8-9 เดือนแบบเป็นทางการ แต่พัฒนามานานแล้ว เราต้องการการนำไปใช้การไปประยุกต์ใช้กับกลุ่มมากขึ้น การพัฒนายอดขาย จะส่งผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจ การได้รับความร่วมมือและช่วยเหลือจากภาครัฐในการทำกิจกรรมและทำการค้ากับภาครัฐ ต่อเนื่องไปถึงภาคเอกชนต่อไป ภายในองค์กรเรื่องของการเข้าใจ เข้าถึง การดำเนินงานที่ดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งหากบุคลากรภายในยังไม่เข้าใจเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจในรูปแบบดังกล่าวอย่างเด่นชัด ก็คงไม่สามารถทำให้การดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมเป็นไปอย่างยั่งยืน ค่อย ๆ ทำและวางระบบไปเรื่อย ๆ บนพื้นฐานของความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน การประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วนและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพ การสร้างความรู้ความเข้าใจใน SE และสนับสนุนในรูปแบบองค์ความรู้ และทรัพยากรบุคคล การบริหารกิจการให้มีรายได้เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย หรือให้กิจการมีกำไรจะส่งผลให้กิจการดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ มุมมองของกลุ่มจิตเวชมองว่า การยอมรับผลิตภัณฑ์ของคนพิการจากหน่วยงานและสังคม ไม่ยากให้มีคำว่าเวทนาหรือสงสาร แต่

ให้ซื้อเพราะคุณภาพ ตอนนี้เห็น SE เชิงบวกเยอะมากแต่ความรู้/ความสามารถพวกเรายังมีน้อย การได้อบรมให้ความรู้เป็นการสร้างกำลังใจ และอยากให้มีความต่อเนื่อง เพื่อให้องค์กรกลุ่มเล็ก ๆ ประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ได้แก่ ควรให้มีการจดทะเบียนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมเพิ่มขึ้น แยกให้ชัดเจนระหว่างวิสาหกิจเพื่อสังคมกับกิจการทั่วไป และเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐ เช่น กรมสรรพากร กรมบัญชี และเน้นการขยายตัวของวิสาหกิจเพื่อสังคมขณะนี้เครือข่ายและกลุ่มไลน์ มีการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์กัน มีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง SE ด้วยกัน และการแลกเปลี่ยนสินค้า และการซื้อขายระหว่างเครือข่ายกันเอง และมีกองทุน SE ใครเดือดร้อนสามารถกู้ยืมโดยไม่มีดอกเบี้ย และที่สำคัญในตอนนี้คือ ส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เรียนรู้ SE มากขึ้น และตอนนี้มีการผลักดันให้ทางราชการซื้อสินค้าของวิสาหกิจเพื่อสังคม ในขณะเดียวกัน หลาย ๆ ธุรกิจไม่สามารถขายราชการได้ ควรส่งเสริมให้สินค้าวิสาหกิจเพื่อสังคมเข้าห้างได้ อยากให้เขามีการส่งเสริมภาคธุรกิจ ในเรื่องหมายที่จะสนับสนุน Modern Trade เช่น ให้ขายในพื้นที่ห่าง หรือแบ่งพื้นที่ 1% ในการเปิดตลาดให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคม และ 90% กรรมการคือผู้เสียสละ แต่ไม่ใช่ผู้ลงมือปฏิบัติงาน ทำให้งานไม่มีความคืบหน้าต้องปรับเปลี่ยนแนวทางของกรรมการใหม่ตั้งแต่กรุ่นใหม่เข้ามาเป็นเวลา 1 ปี ทำหน้าที่เชิงรุก ต้องให้คำตอบแทนที่เหมาะสมและมีการติดตามประเมินผลทุก 6 เดือน และสิ่งหนึ่งที่รัฐบาลต้องให้การสนับสนุน คือ เพิ่มเงินทุนให้มากขึ้นหรือสนับสนุนให้วิสาหกิจเข้าตลาดหลักทรัพย์ เพื่อทำให้มีเงินทุนหมุนเวียนและพัฒนาต่อไปได้ รวมถึงสถานศึกษาต้องเข้าไปช่วยดูวิสาหกิจในพื้นที่ของตน เพื่อช่วยในด้านวิชาการและเทคโนโลยีต่าง ๆ และอยากให้รัฐบาลสนับสนุนเรื่องเงินทุน จริง ๆ วิสาหกิจมีเยอะ ด้วยความที่เขาทำด้วยตัวเอง การพัฒนาจะค่อนข้างช้า คนที่ก็ทำจริง ๆ ไม่ได้ฉาบฉวยในหลาย ๆ ที่ แต่จะติดปัญหาเรื่องเงินทุนต่าง ๆ ทุก ๆ อย่างก็ดำเนินไปด้วยเงินทุนทั้งนั้น และผู้บริหารต้องมีภาวะผู้นำ มีการบริหารงานเชิงรุก มีการพัฒนาเชิงพื้นที่แบบบูรณาการทุกภาคส่วน และมีการบริหารจัดการแบบองค์รวมเพื่อให้เกิดความยั่งยืน และต้องไม่ยึดติดกับรูปแบบและระบบของราชการ ต้องกล้าคิด กล้าแตกต่าง และกล้าสนับสนุน รวมทั้งส่งเสริมการอบรม/สัมมนา เพื่อให้ความรู้ด้านต่าง ๆ อาทิ การดำเนินธุรกิจเบื้องต้น และการมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาและแนะนำการดำเนินการ หรือการมีพี่เลี้ยง รวมถึงรูปแบบของการจดทะเบียนและจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมควรจะมี ความชัดเจนมากขึ้นชื่อของหน่วยงานต้องมีความสอดคล้องกับวิสาหกิจหรือไม่

ดังนั้น สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการเพื่อสังคมมองว่าปัจจัยภายนอกส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ทั้งทางบวก และทางลบ สอดคล้องกับงานวิจัยของปรีดี นุกุลสมปรารถนา (2563) ที่อธิบายว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกมีหลักการ คือ ในการทำธุรกิจมักจะมีปัจจัยหลายอย่างที่เข้ามากระทบทั้งเชิงบวก และเชิงลบกับธุรกิจ ที่จำเป็นต้องพิจารณาก่อนจะดำเนินแผนธุรกิจใด ๆ

สำหรับการปรับตัวหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล มีผู้ประกอบการ 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 80 มองว่า มีการปรับตัวหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบอย่างมาก ได้แก่

เรื่องของ Platform การจ่ายเงินออนไลน์ การประมูลค้าส่ง ค้าปลีก การปรับตัวในตลาด E-commerce เทคโนโลยีในการแปลภาษา

ในการทำการตลาด การใช้ระบบ Scan QR code ให้คนที่เข้ามาชมดูได้สะดวกขึ้น และการสร้างสังคมดิจิทัลโดยประสานกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องมาถ่ายทอดเทคโนโลยีให้ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินทิพย์ กุลจิตรตรีและสุภัทรศักดิ์ คำสามารถ (2563) อธิบายว่าในปัจจุบันความสามารถเชิงนวัตกรรมเป็นส่วนประกอบสำคัญในการสร้างความสำเร็จด้านการลงทุนใหม่ ๆ มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อสร้างโอกาสให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการในประเทศไทยขาดความสามารถในการสร้างนวัตกรรม จึงมีความจำเป็นต้องเร่งพัฒนาความสามารถในการสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่

ดังนั้น สรุปได้ว่า จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพื่อสังคมสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ผู้ประกอบการเพื่อสังคมได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงาน เช่น การใช้ Platform การจ่ายเงินออนไลน์ การสร้างเว็บไซต์ในตลาด E-commerce การใช้ระบบ Scan QR code เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ ซึ่งผู้ประกอบการเพื่อสังคมได้ระบุว่า เทคโนโลยีมีประโยชน์อย่างมากต่อการถนอมคน และสามารถส่งเสริมยอดขาย เพราะ ช่วยส่งเสริมการตลาดออนไลน์ได้อย่างกว้างไกลมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ผู้วิจัยพิจารณานำเสนอแนวทาง/กลยุทธ์ที่จะพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมของประเทศไทยให้สามารถดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน ตามกลยุทธ์ **SWOT Analysis** ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

### 1) จุดแข็ง (Strengths : S)

- ผู้ประกอบการเพื่อสังคมส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับที่สูง สามารถนำความรู้มาพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมได้
- การมีระบบการบริหารจัดการที่ดี มีวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ชัดเจน มีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ส่งปัจจัยการผลิต มีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบและเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี และมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี/ปลอดภัย
- การมีระบบการบริหารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดี ส่งเสริมการดำเนินงานให้มีประโยชน์ทั้งต่อสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม

### 2) จุดอ่อน (Weaknesses : W)

- การขาดแหล่งเงินทุน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้ทุนตนเอง การขาดความสามารถในการบริหาร โดยเฉพาะการคิดราคาต้นทุน/สภาพคล่องทางการเงิน รวมถึงการบริหารเงินให้เพียงพอต่อค่าใช้จ่าย การไม่ได้รับการส่งเสริมในรูปของเงินทุนหมุนเวียน
- การขาดความรู้ในเรื่องของการตลาด การประชาสัมพันธ์ รวมทั้ง Packaging ที่ยังไม่ดึงดูด
- การขาดแคลนทรัพยากรในด้านต่าง ๆ เช่น การเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ

### 3) โอกาส (Opportunities : O)

- การได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เช่น การมีสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นหน่วยงานที่รัฐบาลตั้งขึ้นภายใต้กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ มีการบริการสนับสนุน ให้สิทธิพิเศษ มีการอบรม สัมมนา
- การประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วนและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพ การสร้างความรู้ความเข้าใจในวิสาหกิจเพื่อสังคม และสนับสนุนในรูปแบบองค์ความรู้ เช่น มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ให้การสนับสนุนการทำสื่อประชาสัมพันธ์
- เมื่อเกิดวิกฤติต่าง ๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ และทางโรคระบาด ทำให้ประชาชนบางส่วนหันกลับมาพึ่งพาตนเอง กลับมาพัฒนาท้องถิ่นในบ้านเกิดของตน หรือหันกลับมาเรียนรู้เกษตรอินทรีย์
- การเข้ามาของเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ เป็นผลดีด้านการเพิ่มช่องทางการผลิตและการจัดการ มีความสะดวกและคล่องตัวยิ่งขึ้น สามารถเข้าถึงตลาดได้ง่าย อีกทั้ง Social Media ต่าง ๆ ส่งเสริมให้ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการให้เข้าถึงตลาดมากขึ้น เช่น การขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ทำให้สะดวกในการจำหน่ายสินค้ามากขึ้น
- พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าใจคำว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมมากขึ้น พ.ร.บ. นี้ส่งเสริมเรื่องภาษี ไม่เก็บภาษีกับวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งส่งผลดีเรื่องความสามารถในการรับ/ร่วมประมูลกับบริษัทเอกชนรายใหญ่ ๆ ได้ และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการมากขึ้น

### 4) อุปสรรค (Threats : T)

- การที่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่รู้และไม่เข้าใจในความหมายที่แท้จริงของการเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม ทำให้การสนับสนุนและพัฒนาไม่เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม
- เมื่อเกิดวิกฤติต่าง ๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลให้ความต้องการซื้อสินค้าและบริการลดลง
- สังคมมีการแบ่งฝ่าย ทำให้ชื่อของวิสาหกิจเพื่อสังคม คือ ประชาธิปไตยรักสามัคคี ไปตรงกับชื่อพรรคการเมืองฝ่ายตรงข้าม ทำให้ความสามัคคีและการร่วมมือลดน้อยลง รวมทั้งปัญหาความขัดแย้งภายในชุมชน ขาดการรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งและเป็นเอกภาพ
- ทศนคติ ความเชื่อ ความเข้าใจของประชาชนมีผลต่อสินค้า เช่น ทศนคติทางลบต่อน้ำตาล

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1) ข้อเสนอแนะต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม ผู้ประกอบการควรส่งเสริมการจัดการภายในองค์กร พัฒนาทักษะของพนักงาน พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับการทำงาน รวมถึงได้พัฒนาตลาดให้กว้างไกลมากยิ่งขึ้น

## 2) ข้อเสนอแนะต่อรัฐบาล

รัฐบาลจะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ ดังนี้

- เรื่องของการจัดฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยให้มีความรู้/ความสามารถ รวมทั้งมีจิตสำนึกที่จะทำงานเพื่อส่วนรวม
  - การสนับสนุนในเรื่องของกฎหมาย เช่น การให้ความช่วยเหลือในด้านภาษีอากร
  - การสนับสนุนในเรื่องของเงินทุนหมุนเวียน เพื่อให้วิสาหกิจเพื่อสังคมนำไปพัฒนา
- ด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้

3) ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องช่วยสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคม หน่วยงานดังกล่าว เช่น พัฒนาจังหวัดต่าง ๆ ผู้ผลิตปัจจัยการผลิต เป็นต้น

4) ข้อเสนอแนะต่อประชาชนทั่วไป สร้างความรู้และความเข้าใจต่อวิสาหกิจเพื่อสังคมว่าการมีอยู่ของวิสาหกิจเพื่อสังคมดีต่อส่วนรวม เป็นประโยชน์ต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยไม่ต้องพึ่งพาเงินบริจาค

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การทำวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ควรพิจารณาการสัมภาษณ์ (การวิจัยเชิงคุณภาพ) ก่อนส่งแบบสอบถาม (การวิจัยเชิงปริมาณ) เพื่อค้นหาหัวข้อคำถามและแนวทางในการเขียนหัวข้อคำถาม รวมถึงการกำหนดขอบเขต (Scope) ที่ชัดเจน

2) ควรพิจารณาเพิ่มจำนวนผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ เนื่องจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ/ประธาน/กรรมการวิสาหกิจเพียง 10 รายในงานวิจัยครั้งนี้ อาจได้คำตอบที่ไม่ครอบคลุมความคิดเห็นของผู้ประกอบการ/ประธาน/กรรมการวิสาหกิจเพื่อสังคมทั่วทั้งประเทศ ดังนั้น หากได้มีการทำการวิจัยในครั้งต่อไป อาจพิจารณาสัมภาษณ์เพิ่มขึ้นเป็น 30 ราย โดยอาจเพิ่มการแบ่งผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ตามพื้นที่ของที่ตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งประเภทของวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่น ธุรกิจการผลิต ธุรกิจการบริการ เป็นต้น ซึ่งอาจมีความแตกต่างของทำเลที่ตั้ง และประเภทของวิสาหกิจ เพื่อจะได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3) นอกจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามและการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการ/ประธานบริษัท/กรรมการบริษัทวิสาหกิจเพื่อสังคม อาจพิจารณาเก็บข้อมูลจากพนักงานทั่วไปของวิสาหกิจเพื่อสังคม และหน่วยงานที่ทำงานร่วมกับวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่น พัฒนาการจังหวัดต่าง ๆ และผู้ส่งปัจจัยการผลิต เป็นต้น รวมทั้งอาจส่งแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ประชาชนทั่วไปถึงความรู้และความเข้าใจต่อวิสาหกิจเพื่อสังคมว่ามีมากน้อยเพียงใด

## บรรณานุกรม

- กรกข เต็มรุ่งเรืองเลิศ. (2561). *ข้อจำกัดทางกฎหมายของมาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมการประกอบวิสาหกิจเพื่อสังคม : ศึกษากรณีมาตรการตามพระราชบัญญัติการออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากรฉบับที่ 621 พ.ศ. 2559*. [ปริญญาามหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
<https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/6826/>
- กาญจนา ทวินันท์, มนตรี ธรรมพัฒนากุล, เอกชัย ไชยดา, แวมยุรา คำสุข, นื่องสั้ม ศรีสวัสดิ์, สุวัจน์ ต่านสมบูรณ์. (2563). รูปแบบการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการธุรกิจผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*. 10(2), 103-107. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fam/article/view/245449>
- กุลภัทรา สิริธม. (2546). การวิจัยเบื้องต้นเพื่อการพัฒนาเครื่องมือตรวจสอบกิจการ : กลุ่มวิสาหกิจขนาดเล็กระเภทกิจการผลิตในประเทศไทย : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กระทรวงอุตสาหกรรม.
- เกรียงไกร ทรัพย์แสนมาและบรรพต วิรุณราช. (2562). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของบริษัทประชารัฐรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด ในประเด็นเศรษฐกิจฐานราก. *วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์*, 14(2), 17-29. <https://ojs.lib.buu.ac.th/index.php/parituch/article/view/6715>
- เกวลิน มะลิ. (2557). กิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา. 1(2), 104. [https://kukr.lib.ku.ac.th/kukr\\_es/index.php?SRC/search\\_detail/result/292319](https://kukr.lib.ku.ac.th/kukr_es/index.php?SRC/search_detail/result/292319)
- เกศศิริ นวลไยสุวรรณ, ทรงกลด พลพวง, วิมลกานต์ นิธิศิริวิศกุล, ฉัตรชัย ศรีมาลา, จริญญา ไชยเสรีรัฐ และสุเมธี เทียมสกุล. (2566). การตลาดดิจิทัลในยุคที่ท้าทาย บทบาทความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 7(1), 193-207. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jmsr/article/view/257084>
- เกศินี ประทุมสุวรรณ และพิรพัฒน์ พันศิริ. (2564). วิสาหกิจเพื่อสังคมบนฐานทุนวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*. 41(3): 88-101. [https://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal/journal\\_book.php?journal\\_id=68](https://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal/journal_book.php?journal_id=68)
- เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2565). แบบจำลอง 7S แมคคินซี (McKinsey 7S model). <https://www.iok2u.com/article/business-administrator/mckinsey-7s-model>
- จิราภรณ์ รังคสิริและพิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2564). อิทธิพลของภาวะผู้นำที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เครือข่าย การมีส่วนร่วม ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของวิสาหกิจเพื่อสังคม : กรณีศึกษาเครือข่ายบริษัท

- ประชากรรักสามัคคีเพชรบุรี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*. 18(1), 125-137. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/umt-poly/article/view/248991>
- จิระ พุ่มพวงและกำชัย จงจักรพันธ์. (2565). มาตรการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562. *วารสารรัชต์ภาคย์*. 16(46), 262-278. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/255433>
- ชญาพัฒน์ เลิศอำนาจกิจเสรี. (2565). เศรษฐกิจดิจิทัล: การเกิดและพัฒนาการ. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*. 10(5), 2273-2283. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/261652>
- ชญาพร มหาวงค์นันท์. (2563). การดำเนินงานเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคมของ บริษัท สานพลังวิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของกลุ่ม ปตท. [บัณฑิตวิทยาลัย]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/982/1/gs611130244.pdf>
- ชฎิล โรจนานนท์. (2558). เศรษฐกิจชุมชน ใครคิดว่าเป็นสำคัญ, *วารสารการเงินการคลัง*, 82 (ตุลาคม – ธันวาคม 2558). กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. 27(85), 79-91.
- ชมพูนุท บุญประเสริฐ. (2555). *ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมกับความผูกพันของพนักงานกลุ่ม Generation Y*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ. (2548). การจัดการความรู้ในองค์กรธุรกิจ. กรุงเทพฯ : เอ็กเปอร์.
- ชาญชัย อรรถผาติ. (2565). การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในด้านบริหารจัดการผลิตและการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*. 7(12), 1063-1075. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/article/view/263090/178152>
- เชาวลิต ประสิทธิ์. (2561). ปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา. [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. <http://www.repository.rmutt.ac.th/handle/123456789/3550>
- ฐปณีย์ วิชญธน. (2555). *การสร้างตัวชี้วัดความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจพลังงานในประเทศไทย*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*. 5(1), 83-98. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jprad/article/view/134254>
- ดำรง วัฒนา. (2545). ยุทธศาสตร์การบริหารภาครัฐ: หลักการและวิธีการ = Strategic management for the public sector : Principle and methodology. กรุงเทพฯ : คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ธนิตพงศ์ ไตรพัฒน์พัชร. (2552). ผลกระทบจากปัจจัยสภาพแวดล้อมและปัจจัยการแข่งขัน ในอุตสาหกรรม การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการ อุตสาหกรรมศึกษา*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 3(1), 86-94. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/jindedu/issue/view/270>
- ธีรพร ทองชะโชคและอาคม ใจแก้ว. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ*. 30(1), 23-51. [https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms\\_psu/article/view/63554](https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms_psu/article/view/63554)
- นันทพร ดำรงพงศ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการเพื่อรองรับ เศรษฐกิจยุคดิจิทัลในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*. 11(1). 239-255. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMMS/article/view/131934>
- นารินทิพย์ ท่องสายชล. (2563, 28 ธันวาคม). *Digital Economy เศรษฐกิจรูปแบบใหม่ที่จะขับเคลื่อน เศรษฐกิจไทย*. Setinvestnow. <https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/121-digital-economy-new-way-to-drive-thai-economics>
- นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. โอเดียนสโตร์.
- นเรศ เหล่าพรรณราย. (2563, 30 กันยายน). แปลงกิจการให้เป็น “วิสาหกิจเพื่อสังคม” เปิดรับการระดมทุน. ศูนย์รวมข้อมูลธุรกิจเอสเอ็มอี BY SME THAILAND. <https://www.smethailandclub.com/finance/6336.html>
- บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ. (2559). การจัดการเชิงยุทธศาสตร์สำหรับ CEO. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: พี.เพรส.
- บุญเลิศ คณาธนาสาร. (2559, 15 พฤศจิกายน). มาทำความรู้จัก Sustainable Development Goals. <https://www.nairienroo.com/มาทำความรู้จัก-sustainable-development-goals/>
- บุษกร บังประเสริฐ, อารีย์ นัยพินิจ, ภัทรวดี เพิ่มวณิชกุล. (2563). การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย: วิธีการวิจัยแบบผสม. *BU ACADEMIC REVIEW*. 19 (2), 73-87. <https://kkbsrs.kku.ac.th/jspui/handle/123456789/159>
- ปฐมพงษ์ บำเร็บ. (2563). ผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีต่อมุมมองทางการตลาด. *วารสารบริหารธุรกิจศรี นครินทรวิโรฒ*. 11(1), 135-147. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/13151>
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). หลักนิเทศศาสตร์ .กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ประพิน นุชเปี่ยม, ดิณทรศน์ ประทีปพรรณรงค์ และ บงกช เจนจรัสสกุล. (2561). วิสาหกิจเพื่อสังคม ในประเทศไทย : ข้อเสนอแนะบางประการต่อร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม.

- วารสารสำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดิน. 11(1), 110-141. [http://ombstudies.ombudsman.go.th/ewt\\_news.php?nid=788](http://ombstudies.ombudsman.go.th/ewt_news.php?nid=788)
- ปรีดี นกุลสมปรารณา. (2563, 4 มีนาคม). รู้จักประเภทของกิจการเพื่อสังคม (CSR). จาก <https://www.popticles.com/branding/types-of-csr/>
- ปิยนันท์ สวัสดิ์ศฤงคาร. (2564, 27 พฤษภาคม). องค์ประกอบ 7 ประการภายในองค์กรซึ่งต้องทำให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน. <https://drpiyanan.com/2021/05/27/7s-model-mckinsey/>
- พนทิพย์ ฆารไสว, ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ, ไฉ จามรมาน. (2554). การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์*. มหาวิทยาลัยนเรศวร. 7(1), 39-50. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/BECJournal/article/view/54659>
- พงศ์เทพ สุธีรวิวัฒน์. (ม.ป.ป.). การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development). [https://ppi.psu.ac.th/upload/forum/paper\\_1614\\_5f843204941dc5f8432.pdf](https://ppi.psu.ac.th/upload/forum/paper_1614_5f843204941dc5f8432.pdf)
- พชรนภา วิริยะสืบพงศ์, นลินี ทองประเสริฐ, สมชาย หาญหิรัญ. (2562). การวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*. 12, 75. <http://trujournal.thonburi-u.ac.th/p/vol-14-no-3-september-december-2020.html>
- พระครูธรรมศุท (สุทธิพงษ์ สุทธิจิโน), พระครูปลัดสุวัฒนพรหมจริยคุณ (คำมาก), ชาตรี สุขสบาย, สุพัตรา สันติรุ่งโรจน์และ เกษภา ผาทอง. 2565. การมีส่วนร่วมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (POLITICAL PARTICIPATION IN DEMOCRACY AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT). *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย*. 5(1), 140-158. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSSMBU/issue/view/17456/4413>
- พิมพ์พร ภูทองประเสริฐ. (2564). ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจเพื่อความยั่งยืนของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*. 7(1), 204-222. <https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/jdbs/article/view/2082>
- พริญา ชื่นวงศ์และวิจิต อุ๋อัน. (2558). การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ*. คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. 8(1), 1-13. [https://so04.tci-thaijo.org/index.php/social\\_crru/article/view/80555](https://so04.tci-thaijo.org/index.php/social_crru/article/view/80555)
- ภัทรารณณ์ จุมพรม. (2564). การศึกษาเปรียบเทียบความหมายและหลักการระหว่างวิสาหกิจเพื่อสังคมและวิสาหกิจชุมชน. *วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์*. 4(4), 128 – 141. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SASAJ/article/view/252785>

- มณีรัตน์ จันทรหนิ้วและคณะ. (2565). การพัฒนารอบแนวคิดทางกฎหมายเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย. *วารสารรัชต์ภาคย์*. 16(48), 46-60. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/257317>
- รัตพงษ์ สอนสุภาพและบุญสม เกษะประดิษฐ์. (2561). ความมั่นคงของวิสาหกิจเพื่อสังคมเส้นทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน. *วารสารสถาบันวิชาการป้องกันประเทศ*. 9(3), 27-38. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ndsijournal/article/view/176122>
- วันสรา จันทรกมล และคณะ. (2565). เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสุพรรณบุรี. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*. 9(1), 223-236. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMSNPRU/article/view/261907>
- วิภากรณ์ ชัยรัตน์. (2560). รูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคมของรัฐบาลกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยั่งยืน. [http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc\\_pr/ndc\\_2559-2560/wpa\\_8229.html](http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2559-2560/wpa_8229.html)
- ศราวุธ นาควิทยานนท์. (2564). แนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยตามหลักการของมูลนิธิยูเนส. [ปริญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. <https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=6317&context=chulaetd>
- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (2558). การศึกษารอบแนวคิดเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย. *วารสารสมาคมนักวิจัย*. 20(2), 30-47. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jar/article/view/241752>
- ศิริจันทร์ เชื้อสุวรรณ, พชรินทร์ อุดมจรัสเดช, ทรงเกียรติ สังฆมณี. (2560). การสร้างความก้าวหน้าในอาชีพด้วยการคิดแบบผู้ประกอบการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. <http://cmruir.cmru.ac.th/handle/123456789/1153>
- ศิรินทิพย์ กุลจิตรตรีและสุภัทรศักดิ์ คำสามารถ. (2563). นวัตกรรมการจัดการธุรกิจเพื่อสังคมในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*. มหาวิทยาลัยเกริก ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาวิจัย. 4(3), 217-232. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jeir/article/view/247177>
- ศิริรัตน์ ตรังวัฒนาภูมิและปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์. (2565). ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของความสามารถขององค์กร และความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของอุตสาหกรรมสีเขียวที่ได้รับการรับรองในประเทศไทย. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*. 16(3) กันยายน-ธันวาคม. 71-82. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/trujournal/article/view/259584/174879>

- ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2561). โครงการศึกษารูปแบบการจัดการกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise : SE) สำหรับผู้สูงอายุ. [รายงานการศึกษาระดับสมบูรณ] , 2-3. <https://www.dop.go.th/th/know/4/298>
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ. (ม.ป.ป.). ความรู้เกี่ยวกับ : เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy). จาก <https://www.cgd.go.th>
- สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม (ม.ป.ป.). บทที่ 3 ยุทธศาสตร์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม. แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 45-61. <https://setsustainability.com/download/j29bgqeslyki7tw>
- สถาบันวิทยาการตลาดทุน. (ม.ป.ป.). การขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคม : จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ. <https://www.cma.in.th/cma/academicPaper/download/9>
- สมควร วาณิชสัมพันธ์. (2559). ชุดวิชา 99701 ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และการประยุกต์ หน่วยที่ 7 การวางแผนทรัพยากรองค์กร. นนทบุรี:มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. <https://scitech.stou.ac.th/99701electronic-business-and-applications/>
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พัทธพงศ์ วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย, ประกอบ คุณรัตน์. (2553). นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วารสารบริหารธุรกิจ. 33 (128) ตุลาคม – ธันวาคม 2553. 49-65. <https://www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba128/Article/JBA128Somnuk.pdf>
- สมาคมธุรกิจเพื่อสังคม (SE Thailand). (2565). กุมภาพันธ์ 15, 2022. รวมสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม และการจัดตั้งเป็นกลุ่มกิจการเพื่อสังคม โดย สวส. <https://www.sethailand.org/resource/e-regist-osep/>
- สุฎีกา รักประสูติ และนงนิภา ตูลยานนท์. (2563). การจัดการความเสี่ยงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ : ความสำเร็จของธุรกิจเกิดใหม่ในยุคเศรษฐกิจ. วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. 30, 61. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/issshmu/article/view/243837>
- สุมาลี จิระจรัส. 2563. บทที่ 5 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน. การจัดการเชิงกลยุทธ์. คณะวิทยาการจัดการ (Faculty of Management Science). มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. 77 -78. [https://hiperc.sru.ac.th/pluginfile.php/133160/mod\\_resource/content/0/%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B9%8C%20%205.pdf](https://hiperc.sru.ac.th/pluginfile.php/133160/mod_resource/content/0/%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B9%8C%20%205.pdf)
- สุวัฒน์ ทองธนากุล. (ม.ป.ป.). ธุรกิจเพื่อสังคมเริ่มคึกคัก โอกาสคนยุคใหม่สร้างคุณค่า. จาก : <https://www.osep.or.th>

- สิริกัณฑ์ สิริไทย. (2564). กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชุมชนในรูปแบบการพำนักระยะยาว (Long Stay Wellness Tourism) เพื่อความยั่งยืนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน. [ปริญาญการจัการมหบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหิดล. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3949?mode=full>
- แสงเพชร พระฉาย, ศรายุทธ เนียนกระโทก, สุระ วรรณแสง และประภาณุช ถีสุงเนิน. (2562). การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสนับสนุนรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ว. วิทย์. เทคโนโลยี. หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. 5 (1) มกราคม – มิถุนายน 2562. 88 – 100. <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/scihcu/article/view/243736>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) กับอนาคตประเทศไทย. *วารสารเศรษฐกิจและสังคม*. 53(2), 2-15. [https://www.nesdc.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=5975&filename=economic\\_magazine](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=5975&filename=economic_magazine)
- สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง. (ม.ป.ป.). "Social Enterprise" หรือ "วิสาหกิจเพื่อสังคม". <https://km.mof.go.th/th/thumbs/2020-02-06-11-01-27?page=5>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (2565). ประกาศรายชื่อกิจการที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม. <https://www.osep.or.th/%e0%b8%94%e0%b8%b2%e0%b8%a7%e0%b8%99%e0%b9%8c%e0%b9%82%e0%b8%ab%e0%b8%a5%e0%b8%94/>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม. (ม.ป.ป.). กลุ่มกิจการเพื่อสังคม และ วิสาหกิจเพื่อสังคม แตกต่างกันอย่างไร. <https://www.osep.or.th/กลุ่มกิจการเพื่อสังคม/>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม. (ม.ป.ป.). SE กับ CSR แตกต่างกันอย่างไร?. <https://www.osep.or.th/se-กับ-csr-แตกต่างกันอย่างไร>
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2561). สานพลังประชารัฐ. 28-31. [https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament\\_parcy/download/article/article\\_20180731115248.pdf](https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/download/article/article_20180731115248.pdf)
- วฐุ โรจนวงศ์ และอรพรรณ คงมาลัย. (2561). การพัฒนาแนวทางสนับสนุนการดำเนินกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*. 14,1 (มกราคม - เมษายน 2561): 1. <http://www.graduate.dusit.ac.th/journal/index.php/sdujournal/article/view/41>
- อมรรัตน์ จ่านอง. 2551. การขนส่งสินค้าส่งออกหลักของภาคใต้: กรณีศึกษาทางพาราและสินค้าต่อเนื่องธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้. <https://www.botlc.or.th/item/book/01000057235>
- เอกกมล เอี่ยมศรี. (2555) PEST Analysis การทำความเข้าใจใน “ภาพรวม” ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง. <https://eiamsri.wordpress.com/2011/06/03/pestanalysis>

- เอกรา ททรัพย์หิรัญ. 2550. ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยในตลาดญี่ปุ่น ในทัศนะของผู้ส่งออกตลาดญี่ปุ่น. [ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. <https://research.rmutt.ac.th/2011/07/08/>
- Bright hub PM project management. (2011). PESTLE Analysis history and application. <http://www.brighthubpm.com/project-planning/100279-pestle-analysis-history-andapplication/>
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13. <https://doi.org/10.1002/csr.132>
- de Chernatony, L., & Harris, F. (2000). Developing Corporate Brands Through Considering Internal and External Stakeholders, 3, 268–274. <https://doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540119>
- Elkington, J. (1998a). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental Quality Management*, 8(1), 1-13. <https://doi.org/10.1002/tqem.3310080106>
- Elkington, J. (1998b), Accounting for the triple bottom line, *Measuring Business Excellence*, 2(3), 18-22. <https://doi.org/10.1108/eb025539>
- Mair, Johanna & Marti, Ignasi, 2004. " Social entrepreneurship: What are we talking about? A framework for future research," IESE Research Papers D/546, IESE Business School.
- NUCHPIAM, PRAPIN. (2016). A Comparative Study of Legal Forms for Social Enterprises in the UK and Thailand. [Doctoral thesis]. Durham University. <http://etheses.dur.ac.uk/11788/>
- Russell, J.T., and Lane, W.R. (2002). *Kleppner's Advertising Procedure*. 15th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Saatci, E. Y., & Urper, C. (2013). Corporate Social Responsibility versus Social Business. *Journal of Economics, Business and Management*, 1(1). 62-65. <http://dx.doi.org/10.7763/JOEBM.2013.V1.15>

- Schollhammer, H. (1982). Internal corporate entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton & K. Vesper (eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Social Enterprise Alliance. (2017). Social enterprise. Retrieved August 11, 2023, from <https://socialenterprise.us/about/social-enterprise/>
- Tapscott, D. (1995). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. McGraw-Hill.
- The Rockefeller Foundation. (2012). *A Framework for Action: Social Enterprise & Impact Investing*. The United Nations Global Compact.
- Waddock, S. A. and Graves, S. B. (1997). The corporate social performance-financial performance link. *Strategic Management Journal*, 18(4), 303-319.  
<https://www.jstor.org/stable/3088143>
- Wronka, Martyna. (2013). Analyzing the success of social enterprise Critical success factors perspective. *Active Citizenship by Management*, 593-605

ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**  
**แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย**

**แบบสอบถาม**

หัวข้อ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืนในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล”

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิจัยเพื่อการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสามารถในการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น

ทั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

**ส่วนที่ 1 : ด้านผลการดำเนินงาน**

โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องว่างในแต่ละข้อ ตามสภาพความเป็นจริงของกิจการ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

| หัวข้อ                                                                  | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| 1.กิจการของท่านได้นำผลกำไรไปสร้างประโยชน์เพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง       |           |     |         |      |            |
| 2.กิจการของท่านมีเป้าหมายหลักในการแก้ปัญหาทางสังคม                      |           |     |         |      |            |
| 3.กิจการของท่านมีการจัดสวัสดิการให้แก่ผู้ด้อยโอกาส                      |           |     |         |      |            |
| 4.กิจการของท่านมีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม |           |     |         |      |            |
| 5.กิจการของท่านให้ความสำคัญกับชุมชน                                     |           |     |         |      |            |
| 6.กิจการของท่านให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กร                           |           |     |         |      |            |
| 7.กิจการของท่านดำเนินงานตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล           |           |     |         |      |            |
| 8.กิจการของท่านได้รับกำไรทุกปี และนำกำไรไปช่วยเหลือสังคม                |           |     |         |      |            |

| หัวข้อ                                                                                                        | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| 9.กิจการของท่านมีกระแสเงินสดเพิ่มขึ้นและเป็นบวกมาตลอด 2-3 ปี ที่ผ่านมา                                        |           |     |         |      |            |
| 10.กิจการของท่านมีนโยบายลดการใช้ทรัพยากร                                                                      |           |     |         |      |            |
| 11.กิจการของท่านมีการพัฒนาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า                                                  |           |     |         |      |            |
| 12.กิจการของท่านมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นในทุกปี                                                                 |           |     |         |      |            |
| 13.กิจการของท่านมีลูกค้าจำนวนมากกลับมาซื้อซ้ำ                                                                 |           |     |         |      |            |
| 14.สินค้าในกิจการของท่านได้รับการรับรองมาตรฐาน                                                                |           |     |         |      |            |
| 15.กิจการของท่านมีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมาอยู่เสมอ                                                     |           |     |         |      |            |
| 16.พนักงานส่วนใหญ่ในกิจการของท่านอยู่กับกิจการเป็นเวลานาน                                                     |           |     |         |      |            |
| 17.พนักงานส่วนใหญ่ในกิจการของท่านมีความเชื่อมั่นในองค์กร                                                      |           |     |         |      |            |
| 18.กิจการของท่านมีนโยบายจ้างงานในชุมชน                                                                        |           |     |         |      |            |
| 19.กิจการของท่านมีการสร้างคุณค่าใหม่ให้กับสังคม (CSV) เช่น พัฒนาศักยภาพของสินค้าหรือบริการเพื่อช่วยเหลือสังคม |           |     |         |      |            |
| 20.กิจการของท่านสามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว                                                                 |           |     |         |      |            |

## ส่วนที่ 2 : ปัจจัยด้านการจัดการ

โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องว่างในแต่ละข้อ ตามสภาพความเป็นจริงของกิจการในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

| หัวข้อ                                                                             | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| 1.กิจการของท่านมีวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ชัดเจน                                     |           |     |         |      |            |
| 2.พนักงานในกิจการของท่านมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายองค์กร                         |           |     |         |      |            |
| 3.กิจการของท่านมีการวางแผนการดำเนินงานล่วงหน้า 3-5 ปี                              |           |     |         |      |            |
| 4.กิจการของท่านมีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยในการสนับสนุนการดำเนินงาน          |           |     |         |      |            |
| 5.กิจการของท่านมีการจัดวางอุปกรณ์ และเครื่องจักรให้สามารถใช้งานได้หลายวัตถุประสงค์ |           |     |         |      |            |
| 6.กิจการของท่านมีการควบคุมการผลิตด้วยระบบคอมพิวเตอร์                               |           |     |         |      |            |
| 7.กิจการของท่านมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ส่งปัจจัยการผลิต                           |           |     |         |      |            |
| 8.กิจการของท่านมีการบำรุงรักษาอุปกรณ์เครื่องมือและเครื่องจักรอย่างต่อเนื่อง        |           |     |         |      |            |
| 9.กิจการของท่านมีการสำรวจความต้องการของลูกค้า และคาดการณ์ตลาดอย่างสม่ำเสมอ         |           |     |         |      |            |
| 10.กิจการของท่านเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์                    |           |     |         |      |            |
| 11.กิจการของท่านมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย          |           |     |         |      |            |
| 12.กิจการของท่านมีบริการหลังการขาย                                                 |           |     |         |      |            |
| 13.กิจการของท่านมีการวางแผนทางการเงินล่วงหน้า                                      |           |     |         |      |            |
| 14.กิจการของท่านพิจารณาแหล่งเงินทุน เพื่อเพิ่มทางเลือกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเสมอ |           |     |         |      |            |

| หัวข้อ                                                                                                    | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| 15.กิจการของท่านมีการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบและเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี อีกทั้งมีการตรวจสอบบัญชีทุกสิ้นปี |           |     |         |      |            |
| 16.กิจการของท่านให้ความสำคัญกับการคัดเลือกพนักงาน                                                         |           |     |         |      |            |
| 17.กิจการของท่านมีสวัสดิการให้กับบุคลากรอย่างเหมาะสม                                                      |           |     |         |      |            |
| 18.กิจการของท่านมีการจ่ายเงินเดือนและค่าจ้างอย่างเป็นธรรม                                                 |           |     |         |      |            |
| 19.กิจการของท่านมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีและปลอดภัย                                                    |           |     |         |      |            |
| 20.กิจการของท่านมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นประจำ                                            |           |     |         |      |            |

### ส่วนที่ 3 : ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

| หัวข้อ                                                                         | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| 1.กิจการของท่านมีระบบการบริหารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดี                   |           |     |         |      |            |
| 2.กิจการของท่านสนับสนุนการแก้ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม                              |           |     |         |      |            |
| 3.กิจการของท่านสนับสนุนกิจกรรมด้านการศึกษา                                     |           |     |         |      |            |
| 4.กิจการของท่านสนับสนุนการพัฒนาเด็กและเยาวชน                                   |           |     |         |      |            |
| 5.กิจการของท่านมีนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม                       |           |     |         |      |            |
| 6.กิจการของท่านมีการจัดหาเงินทุนหรือสิ่งของในการส่งเสริมการแก้ปัญหาทางสังคม    |           |     |         |      |            |
| 7.กิจการของท่านมีการบริจาครายได้ส่วนหนึ่งจากการขายผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเหลือสังคม |           |     |         |      |            |

| หัวข้อ                                                                                      | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| 8.กิจการของท่านมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อประโยชน์ต่อสังคม |           |     |         |      |            |
| 9.กิจการของท่านสนับสนุนให้พนักงานเป็นอาสาสมัครช่วยเหลือชุมชน                                |           |     |         |      |            |
| 10.กิจการของท่านจำหน่ายสินค้าที่เหมาะสมกับกำลังซื้อของผู้บริโภค                             |           |     |         |      |            |

**ส่วนที่ 4 : ด้านปัจจัยภายนอก**

| หัวข้อ                                                                              | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| 1.กิจการของท่านได้รับการประชาสัมพันธ์และได้รับข้อมูลอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานภาครัฐ |           |     |         |      |            |
| 2.กิจการของท่านได้รับการสนับสนุนการเข้าถึงเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐ                  |           |     |         |      |            |
| 3.กิจการของท่านได้รับการสนับสนุนในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศจากหน่วยงานภาครัฐ         |           |     |         |      |            |
| 4.ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีผลต่อกิจการของท่าน                                        |           |     |         |      |            |
| 5.กิจการของท่านสามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบด้วยต้นทุนที่เหมาะสม                       |           |     |         |      |            |
| 6.กิจการของท่านมีโอกาสในการขยายตลาดสินค้าและบริการ                                  |           |     |         |      |            |
| 7.การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อกิจการของท่าน                            |           |     |         |      |            |
| 8.การเปลี่ยนแปลงของค่านิยมทางสังคมมีผลต่อกิจการของท่าน                              |           |     |         |      |            |
| 9.กิจการของท่านมีการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีด้านการผลิตและการบริการ                  |           |     |         |      |            |
| 10.กิจการของท่านมีการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร                          |           |     |         |      |            |

| หัวข้อ                                                                      | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| 11.การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลต่อกิจการของท่าน               |           |     |         |      |            |
| 12.กิจการของท่านส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม |           |     |         |      |            |
| 13.กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคมีผลต่อกิจการของท่าน                              |           |     |         |      |            |
| 14.พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ.2562 มีผลต่อกิจการของท่าน    |           |     |         |      |            |

**ส่วนที่ 5 : ยุทธศาสตร์ธุรกิจดิจิทัล**

| หัวข้อ                                                                                                                                                                | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| 1.กิจการของท่านขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์                                                                                                                            |           |     |         |      |            |
| 2.กิจการของท่านใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมูลค่าธุรกิจ                                                                                                                   |           |     |         |      |            |
| 3.กิจการของท่านนำเทคโนโลยีมาใช้ในการลดต้นทุน                                                                                                                          |           |     |         |      |            |
| 4.กิจการของท่านนำเทคโนโลยีมาต่อยอดในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ออกสู่ตลาด                                                                                              |           |     |         |      |            |
| 5.กิจการของท่านมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อเทคโนโลยีที่ทันสมัย                                                                                                 |           |     |         |      |            |
| 6.กิจการของท่านมีระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร (ERP)                                                                                                                    |           |     |         |      |            |
| 7.กิจการของท่านมีระบบบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) เช่น มีบัตรสมาชิกสะสมแต้ม มีการวิเคราะห์/จัดเก็บข้อมูลของลูกค้า มีการสร้างช่องทางที่หลากหลายเพื่อเข้าถึงลูกค้า |           |     |         |      |            |
| 8.กิจการของท่านให้ความสำคัญกับการทำธุรกรรมซื้อขาย หรือแลกเปลี่ยนสินค้า/บริการบนอินเทอร์เน็ต (E-commerce)                                                              |           |     |         |      |            |

| หัวข้อ                                                                                                   | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| 9.กิจการของท่านให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือทางการตลาด เช่น การมีเว็บไซต์ของกิจการ |           |     |         |      |            |
| 10.กิจการของท่านใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการขนส่งสินค้า (Logistics)                                          |           |     |         |      |            |

#### ส่วนที่ 6 : ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางธุรกิจ

1.เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

2.อายุ.....ปี

3.ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา

☐ ปวช. ☐ ปวส.

☐ปริญญาตรี ☐ปริญญาโท

☐ปริญญาเอก ☐อื่น ๆ.....

4.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....บาท

5.แหล่งที่ตั้งของธุรกิจอยู่ที่จังหวัด.....

6.ประเภทของธุรกิจ

☐ ธุรกิจการผลิต ☐ ธุรกิจบริการ ☐ ธุรกิจค้าปลีก

☐ ธุรกิจค้าส่ง ☐อื่น ๆ.....

7.ผลิตภัณฑ์มี.....ประเภท ประกอบด้วย.....

## 8.แหล่งที่มาของเงินลงทุน

☐ ทุนตนเอง      ☐ กู้ยืมเงิน      ☐ อื่น ๆ.....

## 9.ช่องทางการจัดจำหน่าย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ขายตรง      ☐ ตัวแทนจำหน่าย      ☐ ผู้ค้าส่ง      ☐ พนักงาน  
☐ ขายผ่านไลน์      ☐ ขายผ่าน Facebook      ☐ ขายผ่าน Shopee      ☐ ขายผ่าน Lazada  
☐ อื่น ๆ.....

## 10.การประชาสัมพันธ์วิสาหกิจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ช่องทางออนไลน์      ☐ โทรทัศน์      ☐ วิทยุ      ☐ งานแสดงสินค้า  
☐ สื่อสิ่งพิมพ์      ☐ อื่น ๆ.....

**ภาคผนวก ข**  
**แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย**

**แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็น ปัญหา และข้อเสนอแนะของวิสาหกิจเพื่อสังคม**

1. ตำแหน่งงานของท่านในวิสาหกิจเพื่อสังคม.....
2. อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....ปี
3. ท่านคิดว่า ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลให้วิสาหกิจเพื่อสังคมของท่านประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน  
.....  
.....  
.....  
.....
4. ในปัจจุบันวิสาหกิจเพื่อสังคมของท่านสร้างประโยชน์อย่างไร
  - 4.1 ประโยชน์ต่อสังคม  
.....  
.....  
.....
  - 4.2 ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ  
.....  
.....  
.....
  - 4.3 ประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม  
.....  
.....  
.....
5. วิสาหกิจเพื่อสังคมของท่านมีการใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (CSR) หรือไม่ อย่างไร  
และส่งผลอย่างไรต่อความสามารถในการดำเนินงานอย่างยั่งยืน  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

6. ท่านคิดว่า รัฐบาลจะช่วยส่งเสริม และสนับสนุนกิจการของท่าน ในเรื่องใดเพิ่มเติมได้บ้าง

.....

.....

.....

.....

7. ภาวะเศรษฐกิจถดถอยของประเทศไทย ส่งผลอย่างไรต่อวิสาหกิจเพื่อสังคมของท่าน

.....

.....

.....

.....

8. ปัจจัยทางสังคมด้านใดบ้างส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคมของท่าน

.....

.....

.....

.....

9. ท่านคิดว่า การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีส่งผลอย่างไรต่อวิสาหกิจเพื่อสังคมของท่าน

.....

.....

.....

.....

10. โรคระบาด Covid-19 ส่งผลต่อวิสาหกิจเพื่อสังคมของท่าน หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

11. พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ส่งผลอย่างไรต่อวิสาหกิจเพื่อสังคมของท่าน

.....

.....

.....

.....

12. วิสาหกิจเพื่อสังคมของท่านมีการ **ปรับตัวหรือปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการ**อย่างไรบ้างในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย

.....

.....

.....

.....

13. ท่านคิดว่า ปัญหาของวิสาหกิจเพื่อสังคมของท่าน มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

14. แนวทางที่ท่านคิดว่าสำคัญที่สุดต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมของท่าน คืออะไร

.....

.....

.....

.....

15. ข้อเสนอแนะของท่านต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ค  
ผลประเมินค่า IOC ของแบบสอบถาม

| แบบสอบถาม          | ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ |           |           | รวม | IOC  | แปลผล  |
|--------------------|----------------------------|-----------|-----------|-----|------|--------|
|                    | ท่านที่ 1                  | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 |     |      |        |
| ด้านผลการดำเนินงาน |                            |           |           |     |      |        |
| ข้อ 1              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 2              | +1                         | 0         | +1        | 2   | 0.67 | ใช้ได้ |
| ข้อ 3              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 4              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 5              | +1                         | +1        | 0         | 2   | 0.67 | ใช้ได้ |
| ข้อ 6              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 7              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 8              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 9              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 10             | 0                          | +1        | +1        | 2   | 0.67 | ใช้ได้ |
| ข้อ 11             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 12             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 13             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 14             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 15             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 16             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 17             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 18             | +1                         | +1        | 0         | 2   | 0.67 | ใช้ได้ |
| ข้อ 19             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 20             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ด้านการจัดการ      |                            |           |           |     |      |        |
| ข้อ 1              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 2              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 3              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 4              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 5              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 6              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |

| แบบสอบถาม                          | ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ |           |           | รวม | IOC  | แปลผล  |
|------------------------------------|----------------------------|-----------|-----------|-----|------|--------|
|                                    | ท่านที่ 1                  | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 |     |      |        |
| ด้านการจัดการ                      |                            |           |           |     |      |        |
| ข้อ 7                              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 8                              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 9                              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 10                             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 11                             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 12                             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 13                             | +1                         | 0         | +1        | 2   | 0.67 | ใช้ได้ |
| ข้อ 14                             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 15                             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 16                             | +1                         | 0         | +1        | 2   | 0.67 | ใช้ได้ |
| ข้อ 17                             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 18                             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 19                             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 20                             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร |                            |           |           |     |      |        |
| ข้อ 1                              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 2                              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 3                              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 4                              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 5                              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 6                              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 7                              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 8                              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 9                              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 10                             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ด้านปัจจัยภายนอก                   |                            |           |           |     |      |        |
| ข้อ 1                              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 2                              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |
| ข้อ 3                              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้ |

| แบบสอบถาม          | ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ |           |           | รวม | IOC  | แปลผล    |
|--------------------|----------------------------|-----------|-----------|-----|------|----------|
|                    | ท่านที่ 1                  | ท่านที่ 2 | ท่านที่ 3 |     |      |          |
| ด้านปัจจัยภายนอก   |                            |           |           |     |      |          |
| ข้อ 4              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |
| ข้อ 5              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |
| ข้อ 6              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |
| ข้อ 7              | +1                         | +1        | 0         | 2   | 0.67 | ใช้ได้   |
| ข้อ 8              | +1                         | 0         | 0         | 1   | 0.33 | ปรับปรุง |
| ข้อ 9              | +1                         | +1        | 0         | 2   | 0.67 | ใช้ได้   |
| ข้อ 10             | +1                         | +1        | 0         | 2   | 0.67 | ใช้ได้   |
| ข้อ 11             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |
| ข้อ 12             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |
| ข้อ 13             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |
| ข้อ 14             | +1                         | +1        | -1        | 2   | 0.67 | ใช้ได้   |
| ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล |                            |           |           |     |      |          |
| ข้อ 1              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |
| ข้อ 2              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |
| ข้อ 3              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |
| ข้อ 4              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |
| ข้อ 5              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |
| ข้อ 6              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |
| ข้อ 7              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |
| ข้อ 8              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |
| ข้อ 9              | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |
| ข้อ 10             | +1                         | +1        | +1        | 3   | 1    | ใช้ได้   |

## ภาคผนวก ง

### รายชื่อกิจการที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม

ตามประกาศสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม เรื่อง ประกาศรายชื่อกิจการที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม ตามมาตรา 7 และ 8 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ที่ได้มีกิจการยื่นคำขอจดทะเบียน และนายทะเบียนให้เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมเรียบร้อยแล้ว มีรายนาม 216 แห่งดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (สวส.), 2565)

1. บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด
2. บริษัท สังคมดี จำกัด
3. บริษัท แดรี่โฮม วิสาหกิจ เพื่อสังคม จำกัด
4. บริษัท ลิฟวิ้ง วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
5. บริษัท แบ่ง-ปัน-ให้ (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
6. มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์
7. บริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
8. บริษัท นวัตกรรมชาวบ้าน จำกัด
9. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคี วิสาหกิจเพื่อสังคม (แห่งประเทศไทย) จำกัด
10. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีกระบี่ (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
11. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีกาญจนบุรี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
12. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีกาฬสินธุ์ (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
13. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีกำแพงเพชร (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
14. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีขอนแก่น (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
15. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีจันทบุรี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
16. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีฉะเชิงเทรา (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
17. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีชลบุรี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
18. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีชัยนาท (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
19. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีชัยภูมิ (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
20. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีชุมพร (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
21. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีเชียงราย (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
22. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีเชียงใหม่ (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
23. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีตรัง (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
24. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีตราด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
25. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีตาก (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
26. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีนครนายก (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด

- [illegible]

60. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีลพบุรี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
61. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีลำปาง (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
62. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีลำพูน (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
63. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีเลย (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
64. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีศรีสะเกษ (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
65. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีสกลนคร (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
66. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีสงขลา (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
67. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีสตูล (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
68. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีสมุทรปราการ (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
69. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีสมุทรสงคราม (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
70. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีสมุทรสาคร (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
71. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีสระแก้ว (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
72. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีสระบุรี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
73. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีสิงห์บุรี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
74. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีสุโขทัย (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
75. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีสุพรรณบุรี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
76. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีสุราษฎร์ธานี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
77. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีสุรินทร์ (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
78. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีหนองคาย (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
79. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีหนองบัวลำภู (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
80. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีอ่างทอง (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
81. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีอำนาจเจริญ (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
82. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีอุดรธานี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
83. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีอุตรดิตถ์ (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
84. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีอุทัยธานี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
85. บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีอุบลราชธานี (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
86. บริษัท คนกล้าคืนถิ่น (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
87. บริษัท แอล พี ซี วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
88. บริษัท สานพลัง วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
89. บริษัท กรีน สไตล์ จำกัด
90. บริษัท แจสเบอร์รี่ จำกัด
91. บริษัท สยามออร์แกนิก จำกัด
92. มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

93. บริษัท มานา วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
94. บริษัท ปันฝัน 2013 จำกัด
95. บริษัท คิดการดี วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
96. บริษัท เซ็นทรัลท่า วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
97. บริษัท อารียา เมตาเยา (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
98. บริษัท เรย์วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
99. บริษัท ศาเลนา ออแกนิก วิลเลจ (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
100. บริษัท วิสาหกิจสุขภาพชุมชน จำกัด
101. บริษัท รักษ์ไม้ใหญ่ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
102. บริษัท มาบเอื้อง วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
103. บริษัท จิตอาสา วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
104. บริษัท อาร์ต ออฟ ไลฟ์ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
105. บริษัท ชีวามิตร วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
106. บริษัท ชันเสรี วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
107. บริษัท รุกขกร วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
108. บริษัท เยือนเย็น วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
109. บริษัท ปลาออร์แกนิกวิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
110. บริษัท สุขใจออร์แกนิกวิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
111. บริษัท พลังงานนครพิงค์ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
112. บริษัท จัดการลู่ปั่น จำกัด
113. บริษัท สมุทรสาครพัฒนาเมือง (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
114. บริษัท บัณฑิตโฮมแคร์ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
115. บริษัท สเตปส์ วิธ อีรา จำกัด
116. บริษัท สตาร์ฟิช อินโนเวชั่น จำกัด
117. บริษัท วิสาหกิจเพื่อสังคมเกษตรกรรมน้ำปากพอง จำกัด
118. บริษัท คิดเปลี่ยนเรียนรู้ จำกัด
119. บริษัท อิน เดอะ ลีด จำกัด
120. บริษัท ดรีมลอปเม้นท์ จำกัด
121. บริษัท ธุรกิจเพื่อพัฒนาการศึกษาและชนบท จำกัด
122. บริษัท ขาดทุนคือกำไร วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
123. บริษัท ยิ่งให้ยิ่งได้ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
124. บริษัท เด็กพิเศษ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
125. บริษัท ออทิสติกไทย วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด

126. บริษัท คิตคิต จำกัด
127. บริษัท ออมสุข วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
128. บริษัท ไรท์วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
129. สหกรณ์กรีนเนท จำกัด
130. บริษัท ธรรมธธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
131. บริษัท เคอาร์เอสซี จำกัด
132. บริษัท โลเคลอ อโลค จำกัด
133. บริษัท กาแฟอาข่า อ่ามา จำกัด
134. ห้างหุ้นส่วนจำกัด แอชวิตชีวา วิสาหกิจเพื่อสังคม
135. บริษัท เพชรน้ำหนึ่งวิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
136. บริษัท วิสาหกิจเพื่อสังคมชาวนาไทย จำกัด
137. บริษัท จิตต์อาหาร วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
138. บริษัท เน็ดถึงบ้าน (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
139. บริษัท โซกู๊ด วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
140. บริษัท แฮนด์ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
141. บริษัท ป่า-หิน โบทานิค วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
142. บริษัท ไทย ดิจิทัล แพลตฟอร์ม วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
143. บริษัท สยาม เอเบิล อินโนเวชั่น (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
144. บริษัท แก่งเพการีสอร์ท จำกัด
145. บริษัท อีโค อายส์ วิลเลจ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
146. บริษัท ออชาร์ด อโกรฟาร์ม จำกัด
147. บริษัท ฟาร์มสุขใจ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด (มหาชน)
148. บริษัท วรณรักษ์ ห้วยหิน จำกัด
149. มูลนิธิกระจกเงา
150. มูลนิธิสถาบันอนาคตไทยศึกษา
151. บริษัท เลาดาโต ซี วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
152. บริษัท โซเซียลโมชั่น จำกัด
153. บริษัท โพสิทีฟ กรุป จำกัด
154. บริษัท บี วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
155. บริษัท ออลไพน์ จำกัด
156. สมาคมธุรกิจเพื่อสังคม
157. บริษัท โอรา วิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด
158. สมาคมเพื่อผู้บกพร่องทางจิตแห่งประเทศไทย

159. บริษัท พลังการเรียนรู้ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
160. บริษัท เซอร์คิลาร์ จำกัด
161. บริษัท พัลส์ สีส้ม จำกัด
162. บริษัท พัฒนารัฐกิจขนาดย่อม จำกัด
163. ห้างหุ้นส่วนจำกัด เต็มเต็มวิสาหกิจเพื่อสังคม
164. บริษัท โรงสีข้าวแจ้งวัฒนะ จำกัด
165. บริษัท ดับเบิลยูบีซี มวยไทย วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
166. มูลนิธิพัฒนาชุมชนผาปัง
167. มูลนิธิวิสาหกิจพลังงานชุมชน
168. บริษัท รักฟาร์มจิ้ง จำกัด
169. บริษัท อังกูร วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
170. บริษัท ป.ปัน วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
171. บริษัท ไบโอ-แพลนท์ส รอร์ แมททีเรียล จำกัด
172. บริษัท ศูนย์เรียนรู้สุขภาพองค์กรรวมเวชรักษ์วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
173. บริษัท หุ่นไล่กา กรู๊ป (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
174. บริษัท ตรังวิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
175. บริษัท ส่งสุข วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
176. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ฮิลล์ ไทโรบ คอฟฟี่ แอนด์ ที
177. บริษัท สารพัดสรรพศิลป์ จำกัด
178. บริษัท กรีน คอมมูนิตี้ กรู๊ป จำกัด
179. บริษัท วินกุลฟิล์ม จำกัด
180. บริษัท บ้านคนพิเศษ จำกัด
181. บริษัท หยอดตาล จำกัด
182. บริษัท นักเปลี่ยนแปลง จำกัด
183. บริษัท ฟาร์มรักษ์ ฟอร์เอฟเวอร์ (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด
184. บริษัท วงษ์พาณิชย์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
185. บริษัท วัน พิษณุโลก จำกัด
186. บริษัท เอเชียน ไรส์ ทราเวล จำกัด
187. บริษัท เซฟแคร์ส โพรเจกต์ จำกัด
188. บริษัท ศิริราชบำรุงเวช จำกัด
189. บริษัท กรีนเนอร์รี่ เอสอี จำกัด
190. มูลนิธิสถาบันพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งประเทศไทย
191. บริษัท ไอเอ็มที กรู๊ป จำกัด

192. บริษัท ศรีเอทีฟ มูฟ จำกัด
193. บริษัท เทียร่า ชันทอง วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
194. บริษัท ระยอง พัฒนาเมือง จำกัด
195. บริษัท ขาวนามหานคร จำกัด
196. บริษัท ซีต พู ชัสเทน จำกัด
197. บริษัท เทิร์นทูอาร์ต จำกัด
198. บริษัท วิสาหกิจแนวหน้าเพื่อสังคม จำกัด
199. บริษัท กรีนเทค อินโนเวชั่น กรุป จำกัด
200. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ช่างศิลป์ไทย
201. บริษัท ชันโซทรีส์ เอสอี จำกัด
202. บริษัท ออร์แกนิกพะเยา วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
203. บริษัท มิตตา วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด
204. บริษัท เอลิป สตูดิโอ จำกัด
205. บริษัท สิ้นไซโมเดล จำกัด
206. บริษัท ดาวเอธิคอลกิฟส์ จำกัด
207. บริษัท สืบสานหัตถกรรมไทย จำกัด
208. บริษัท โอพีฟิวาย จำกัด
209. บริษัท กินอยู่ดี แพลตฟอร์ม จำกัด
210. บริษัท อັตถจริยา จำกัด
211. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ธรรมชาติศึกษา
212. บริษัท ทูลมอโร จำกัด
213. ห้างหุ้นส่วนจำกัด เฮซฟรี
214. บริษัท เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำกัด
215. ห้างหุ้นส่วนจำกัด สานฝัน 1982
216. บริษัท ไทยเอ็มไอซี จำกัด

## ประวัติผู้เขียน

|                      |                          |                     |
|----------------------|--------------------------|---------------------|
| ชื่อ สกุล            | นางสาววปุ่น จันทน์ตุงการ |                     |
| รหัสประจำตัวนักศึกษา | 6350121015               |                     |
| วุฒิการศึกษา         |                          |                     |
| วุฒิ                 | ชื่อสถาบัน               | ปีที่สำเร็จการศึกษา |
| เศรษฐศาสตรบัณฑิต     | มหาวิทยาลัยรามคำแหง      | 2561                |
| (เศรษฐศาสตร์การเงิน) |                          |                     |

## ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

962 ถนนกรุงเกษม แขวงวัดโสมนัส เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพมหานคร 10100