

C H A P T E R

9

การรับรู้และพัฒนากิจการจัดการ ตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคม ของวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตก ของประเทศไทย

Perception and Development of Social
Entrepreneur in Community Enterprise
Management in Western Region of Thailand

จิตพนธ์ ชุมเกต*

* อาจารย์สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ
เพชรบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับแนวคิดของผู้ประกอบการทางสังคม และพัฒนาการจัดการเชิงนโยบายตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในภูมิภาคตะวันตก ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานระหว่างเชิงปริมาณกับเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย จำนวน 100 ราย และศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 17 คน ขณะที่การวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนาความ และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาแสดงถึงการรับรู้ที่มีต่อแนวทางของผู้ประกอบการทางสังคม โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเข้าใจว่าต้องให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก โดยการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส มีการส่งเสริมการศึกษาและมุ่งเน้นการบริการชุมชน จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ พบว่า ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบเชิงสำรวจ ผ่านเกณฑ์ทุกค่า แสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สำหรับแนวทางการจัดการของผู้ประกอบการทางสังคมที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกนั้น ต้องเริ่มจากการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยมุ่งแนวทางการพัฒนาด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ 1.) การสร้างสรรค์ชุมชนเพื่อพัฒนาอาชีพท้องถิ่นรวมทั้งนำผลประกอบการมาแก้ไขปัญหาด้านสังคม 2.) การสนับสนุนการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการจัดการทรัพยากรภายในชุมชนที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงลดการเกิดมลภาวะจากกระบวนการผลิต และ 3.) การสร้างกำไรเพื่อเป็นการสนับสนุนรายได้และความเป็นอยู่ในชุมชน

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการทางสังคม/ การรับรู้/ วิสาหกิจชุมชน

Abstract

This research was aimed to study a perception of social entrepreneurship concept, and to develop a social enterprise management policy for community enterprises located in the western region of Thailand. The researcher applied mix method methodology using both questionnaire and in-depth interview as the main instruments. The samples in this research included 100 members of community enterprise, and 17 key informants for an in-depth interview. Statistics used in the quantitative data analysis consisted of descriptive statistics, and Exploratory Factor Analysis (EFA) as inferential statistics. Whereas a descriptive analysis and content analysis were applied for qualitative analysis.

The results revealed that according to perceptions towards social entrepreneurship concept, the community enterprise members understood that it must give precedence to the profit of society by supporting disadvantaged people, promoting education and providing community services. With the Exploratory Factor Analysis, it is found that an index of consistency in the exploratory factor analysis model have passed the criteria, which indicates that the model was consistent with empirical data. For a suitable social entrepreneurship management approach for the community enterprise in the western Thailand, they should develop with the 3 components (CEP): 1) Providing local career development and bring a profit to solve social problems, 2) promoting environmental management in order to enhance local resource management and reduce a pollution, and 3) Providing a business profit as an income

distribution and to support livelihood in the community.

Keywords: Social Entrepreneurship/ Perception/ Community Enterprise

บทนำ

สังคมไทยในปัจจุบันตกอยู่ในกระแสวัตถุนิยม ซึ่งขาดการกลั่นกรองและผลกระทบการเลือกใช้วัฒนธรรมสมัยใหม่จากต่างประเทศ จึงก่อให้เกิดปัญหา ด้านศีลธรรมและสังคมมากขึ้น ผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืน คือ กระบวนการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างไม่ต่อเนื่อง ทำให้เศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง กลายเป็นทางออกหนึ่งในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้ โดยการสนับสนุนการก่อตั้งวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากสังคมไทยในอดีตเป็นสังคมเกษตรกรรม มีความอุดมสมบูรณ์ ผู้คนเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกันอย่างสอดคล้องกับธรรมชาติ มีวิถีการดำรงชีวิต การผลิต ประเพณี วัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่หลากหลายตลอดจนซึ่งเกิดจากการเรียนรู้จากปัญหาในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันของแต่ละท้องถิ่น อีกทั้งชุมชนยังมีความสัมพันธ์แบบเครือญาติช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมถึงมีระบบเศรษฐกิจพื้นฐานที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและแบ่งปัน ดังนั้น การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนนอกจากจะเป็นวิธีการหนึ่งในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจแล้วยังเป็นกระบวนการพัฒนาความคิดทัศนคติ และพฤติกรรมในการดำรงชีวิตของชาวบ้านในชนบทโดย เริ่มจากการปรับเปลี่ยนความคิดที่ต้องพึ่งตนเองก่อนเป็นอันดับแรก และการขายผลผลิตต้องสร้างมูลค่าเพิ่มให้มากขึ้น โดยการแปรรูปการผลิต การรวมตัวกันจำหน่ายสินค้า ตลอดจนการทำธุรกิจร่วมกับภาคเอกชนบนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน และผลประโยชน์ร่วมกัน ความสำเร็จของกลุ่มเหล่านี้เกิดจากความร่วมมือ ความสามัคคี และความเข้าใจในศักยภาพของชุมชน จึงจะสามารถรวมตัวกันทำกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือกันและกันระหว่างกลุ่ม ระหว่างชุมชนได้ (นฤมล หลวงใจ, 2545)

จากสาเหตุดังกล่าวส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนได้มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากจากรัฐบาลได้มีการกำหนดนโยบายที่มุ่งส่งเสริมให้ประชาชนเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรที่มีอยู่มากมายในชุมชน เช่น การผลิตสินค้าในชุมชนภายใต้แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นวิธีการที่ได้ผลดีอย่างยิ่งในการสร้างรายได้และอาชีพให้กับประชาชนอย่างยั่งยืน ต่อมาเพื่อให้เกิดการทำงานอย่างเป็นระบบ และง่ายต่อการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ เข้าด้วยกัน จึงได้มีการร่างกฎหมายเพื่อรองรับการดำเนินกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน ดังนั้น จึงได้เกิดพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ขึ้น (อิราวัฒน์ ชมระกา, 2554) โดยเป็นกฎหมายที่มีเจตนารมณ์ที่จะให้การส่งเสริมกิจการของชุมชน ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า และการให้บริการซึ่งวิสาหกิจชุมชนเป็นหน่วยประกอบการหน่วยหนึ่ง ที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ตลอดจนเพื่อพัฒนาตนเองไปสู่สังคมและเศรษฐกิจชุมชนที่ดีขึ้นตามศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนที่สอดคล้องกับสถานะภาพและสถานการณ์ของท้องถิ่นและชุมชน ตลอดจนสอดคล้องกับวัตถุประสงค์เป้าหมาย และทิศทางของวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ ให้มีความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้ มีระบบเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง พร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในทุกระดับ รวมไปถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลาง (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548) ทั้งนี้ ในปี 2549 พบว่า เกิดการขยายตัวของวิสาหกิจอย่างรวดเร็วมาก จำนวนผลิตภัณฑ์ OTOP ที่เข้าร่วมการคัดสรร OPC หรือ OTO Product Champion มีทั้งหมดถึง 17,814 ผลิตภัณฑ์ ขณะที่ในปี 2550 มียอดจำหน่ายสินค้า OTOP อยู่ที่ประมาณ 7 หมื่นล้านบาท

จากการที่วิสาหกิจชุมชนมีการขยายตัว และมีมูลค่าการซื้อขายที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยลูกจ้างส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านในชุมชนที่มีความรู้และประสบการณ์ไม่สูงนัก และผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนเหล่านี้

เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่ใช้วัตถุดิบทางธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชนมาผลิตเป็นสินค้า อย่างไรก็ตาม อิทธิพลของระบบทุนนิยมที่แทรกซึมอยู่ในทุกกระบวนการของห่วงโซ่ธุรกิจมีผลทำให้วิถีการผลิตในทุกวันนี้เปลี่ยนไป กลายเป็นการมุ่งเน้นนำผลิตภัณฑ์ออกไปขายเพื่อสร้างกำไรและนำรายได้ไปซื้อหรือลงทุนปัจจัยด้านอื่นๆ การผลิตในปัจจุบันจึงมีความผูกพันกับกลไกการค้าอย่างมาก เพราะถ้าหากผู้ประกอบการไม่สามารถปรับระบบการผลิตให้สอดคล้องกับภาวะตลาดที่เป็นอยู่ผู้ประกอบการจะขาดทุน มีรายได้ลดลง สำหรับชุมชนและผู้ผลิตรายย่อยแล้วล้วนแต่ตกอยู่ภายใต้การครอบงำของตลาด และตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของผู้ค้ารายใหญ่ ซึ่งถ้าหากวิสาหกิจชุมชนต่างมุ่งหวังการสร้างกำไรสูงสุดเพื่อให้เกิดผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นหลัก จะทำให้การดำเนินงานในวิสาหกิจชุมชนเกิดผลเสียตามมาอย่างมากมาย เกิดการเอารัดเอาเปรียบ ความเหลื่อมล้ำในสังคม และก่อให้เกิดปัญหาด้านทรัพยากรสิ่งแวดล้อม (สถาบัน Change Fusion, 2553)

เช่นนั้นแล้ว ยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมสำหรับวิสาหกิจชุมชนจึงต้องเป็นการผลิตแบบ 2 วิธี โดยวิธีแรก คือ การผลิตเพื่อกินเพื่อใช้โดยตรงเพื่อให้อยู่รอดได้ และวิธีที่สอง คือ การผลิตเพื่อแลกเปลี่ยน เป็นกระบวนการซื้อขายที่ผ่านกลไกการค้าเพื่อให้เกิดรายได้ โดยอาศัยเงินตราเป็นตัวขับเคลื่อน หรือแลกเปลี่ยนอื่นที่ตนเองต้องการแต่ไม่สามารถผลิตได้เอง เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม (Chamock, G., 2009) ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการชุมชนที่ต้องควบคุมจัดการการผลิตทั้ง 2 วิธีให้เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชนและสามารถพึ่งพาตนเองได้ (โกศลดีศีลธรรม, 2554, หน้า 29-31)

มีหลักฐานทางวิชาการที่กล่าวว่า แนวคิดที่สอดคล้องกับระบบทุนนิยมก้าวหน้ามากที่สุด ก็คือ การประกอบกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) เป็นกิจการที่มีรายได้จากการขายที่มีเป้าหมายหลักเพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนสังคม หรือสิ่งแวดล้อมแต่ไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อผลกำไรสูงสุดหรือผลประโยชน์ต่อ

ผู้ประกอบการ (Crompton, R.P, 2005) จึงส่งผลให้เกิดแนวคิดที่จะแก้ปัญหาล้างคมอย่างยั่งยืน ด้วยพื้นฐานของความคิดที่ต้องการแก้ปัญหาล้างคมอย่างเต็มรูปแบบในรูปของผู้ประกอบการทางสังคม คือ ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจ โดยมุ่งหวังผลประโยชน์ แต่ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นเป็นผลประโยชน์คืนกลับสู่สังคมทั้งหมด ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปการจ้างงาน การเพิ่มผลผลิต การเพิ่มโอกาสการรักษาสิ่งแวดล้อม โดยผู้ประกอบการสังคมจะต้องผสมผสานระหว่างธุรกิจที่มุ่งหวังผลประโยชน์กับการช่วยเหลือสังคมโดยยึดผลประโยชน์ของสังคมเป็นพันธกิจหลักขององค์กรและนำไปสู่การพัฒนาผู้ประกอบการสังคมอย่างยั่งยืน (Martin, 2007) กิจกรรมเพื่อสังคมยังรวมถึงการนำนวัตกรรมต่างๆ มาใช้ในการแก้ปัญหาล้างคมชุมชนและสิ่งแวดล้อมส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นและมีความยั่งยืน แนวคิดดังกล่าวนี้ได้รับความสนใจจากนักวิชาการและหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐรวมทั้งผู้ประกอบการในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาเพราะเห็นว่าช่วยพัฒนาคุณภาพสังคมและความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น (เอกชัย นิตยาเกษตรวัฒน์, 2554) จากพื้นฐานของความคิดที่ต้องการแก้ปัญหาล้างคมอย่างเต็มรูปแบบในรูปของผู้ประกอบการทางสังคม ทำให้กลายเป็นแนวทางการทำธุรกิจโดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ หรือ Triple Bottom Lines อันได้แก่ การสร้างรายได้ มุ่งสร้างสรรค์สังคม และสนับสนุนสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป (วรารักษ์ สามโกเศศ, 2552)

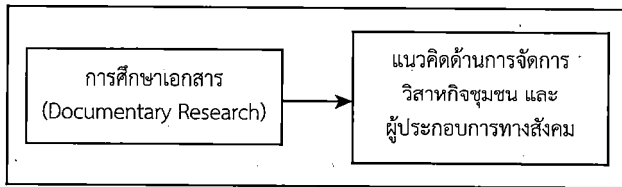
จากปรากฏการณ์ดังกล่าว ส่งผลให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการรับรู้และการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย เพื่อที่จะส่งเสริมให้ผู้ประกอบวิสาหกิจชุมชนต่างๆ ได้รับรู้ถึงการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม ซึ่งจะช่วยให้ลดการเอาเปรียบทำให้เกิดการบริหารการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนลดปัญหามลพิษและส่งเสริมการรักษาสิ่งแวดล้อม โดยผู้วิจัยหวังข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

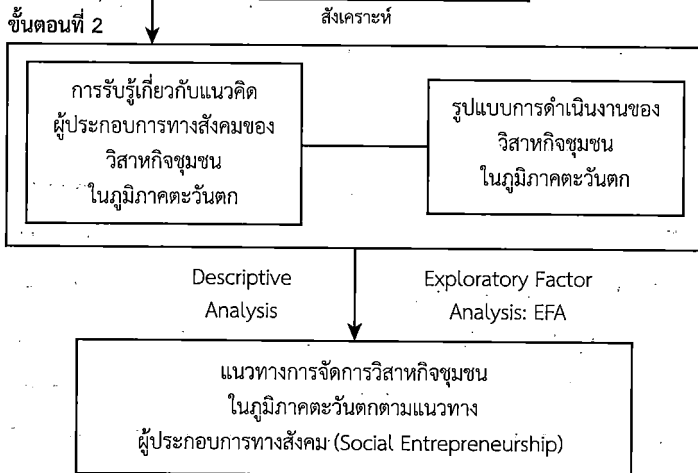
1. เพื่อศึกษาลักษณะโครงสร้างพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้
2. เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้
3. เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการผู้ประกอบการทางสังคมที่เหมาะสมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1



ขั้นตอนที่ 2



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การรับรู้และพัฒนากิจการตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix method) ทั้งวิธีการเชิงปริมาณและวิธีการเชิงคุณภาพ โดยมีลักษณะขั้นตอนการทำวิจัยและพัฒนา วิธีการทั้ง 2 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 วิธีการเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ที่อยู่ในกลุ่มภาคตะวันตกแบ่งตามเกณฑ์ด้านภูมิศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ กาญจนบุรี ตาก ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี และราชบุรี ทั้งนี้ จากการศึกษาข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในภูมิภาคตะวันตก พบว่า มีจำนวนทั้งสิ้น 128 ราย ประกอบด้วยจังหวัดกาญจนบุรี 39 ราย จังหวัดตาก 29 ราย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 26 ราย จังหวัดเพชรบุรี 18 ราย และจังหวัดราชบุรี 16 ราย (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2559) จากนั้นผู้วิจัยจึงดำเนินการติดต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งหมดขอเพื่อเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และมีวิสาหกิจชุมชนที่ตอบรับการเก็บข้อมูลจำนวนทั้งสิ้น 100 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเป็นค่าความถี่ และร้อยละ โดยใช้คำถามแบบปลายปิด (Closed-End Questions)

ส่วนที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับแนวทางการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตก เพื่อให้ได้ข้อมูลเป็นค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้คำถามแบบปลายปิด (Closed-End Questions)

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการของผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship) สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตก

ในแบบสอบถามส่วนที่ 3 นี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการให้ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือก โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) (Likert Scale, 1932) ขณะที่วิธีการแปลผลแบบสอบถามส่วนนี้ได้ใช้ค่าเฉลี่ย ตามเกณฑ์คะแนนของแบบสอบถามส่วนที่ 3 ดังนี้ (บุญชุม ศรีสะอาด, 2545)

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับชั้น}}$$
$$= \frac{5-1}{5}$$
$$= 0.8$$

ระดับคะแนน	ความหมาย
ระดับ 5 ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ระดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ระดับ 3 ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ระดับ 2 ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ระดับ 1 ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้จะใช้ข้อมูล 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโดยตรง ได้แก่ การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการรับรู้และพัฒนาการจัดการตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย จากตัวอย่างจำนวน 100 ราย ที่อยู่ในภูมิภาคตะวันตกทั้ง 5 จังหวัด

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลของผู้ที่เคยทำการสำรวจไว้ก่อนแล้ว เช่น รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลและสถิติ จากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ข้อมูลรายงานของหน่วยราชการในพื้นที่ ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ เป็นต้น ซึ่งสามารถนำมาใช้เพื่อเชื่อมโยงและก่อให้เกิดประโยชน์รวมถึงบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติ 2 ประเภทดังนี้

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) (Trochim, W., 2000) เป็นการวิเคราะห์ที่ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติอนุมาน ใช้การวิเคราะห์ห่อ้งค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556) ด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ใช้ข้อมูลจากตัวอย่างที่ได้จำนวน 100 ราย มาสกัดองค์ประกอบขั้นต้น ด้วยวิธีวิเคราะห์ห่อ้งค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) และหมุนแกนองค์ประกอบแบบตั้งฉากโดยใช้วิธี Varimax

ส่วนที่ 2 วิธีการเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้เทคนิคการวิจัยอนาคต (Ethnographic Delphi Futures Research: EDFR) ในการกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) จำนวน 17 ราย ตามแนวทางของแมคมิลแลน (Macmillan, T. T., 1971) ที่มีข้อเสนอว่าหากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีจำนวนตั้งแต่ 17 คนเป็นต้นไป เป็นระดับที่ให้ผลของอัตราการลดลงของค่าความคลาดเคลื่อน (Error) น้อยที่สุด และคงที่ที่ระดับ 0.02 ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักดังกล่าว ได้แก่ หัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงปริมาณ อย่างไรก็ตาม ผลจากการดำเนินวิจัยเชิงคุณภาพนี้จะนำไปเป็นข้อมูลเสริมและสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์และแนวคิดที่การวิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้และพัฒนาการจัดการตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย โดยคำถามสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์ เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพ อันจะช่วยให้การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างราบรื่น และที่สำคัญคือ จะทำให้ผู้ให้ข้อมูลถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและเป็นจริงมากที่สุด แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ชั้นเริ่มสนทนา ชั้นเข้าสู่ประเด็นที่จะศึกษา และชั้นปิดสนทนา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากมีการสร้างแนวคำถามเสร็จสิ้นตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการนัดหมายผู้ให้ข้อมูลเป็นรายคน เพื่อดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามโดยขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลคณะผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แนวคำถามแบบมีโครงสร้าง (Structure

Interview) ซึ่งมีการเตรียมข้อคำถามทั้งหมดไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วน ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยและใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยที่ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถตอบคำถามได้อย่างเปิดกว้างไม่จำกัด คำตอบเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ถ่ายทอดความรู้ได้อย่างเต็มที่ครบถ้วน และเป็นจริงมากที่สุด (สุรางค์ จันทวานิช, 2552, หน้า 77) ทั้งนี้ประเด็น ข้อคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เริ่มต้นจากการสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล หลัก รูปแบบการบริหารจัดการทั่วไปภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จากนั้นจึงเข้าสู่ประเด็นหลักที่ศึกษาโดยเน้นให้ผู้ให้ข้อมูลหลักอธิบายถ่ายทอดความคิดเห็น เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมและการบริหารจัดการตามแนวทาง ผู้ประกอบการทางสังคม รวมถึงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการ พัฒนาการจัดการตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยวิเคราะห์ ข้อมูลแบบการเทียบเคียง รูปแบบ (pattern matching) โดยการสร้างข้อสรุป จากการเก็บข้อมูลที่ได้นำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางทฤษฎี (theory) และงาน วิจัยที่ผ่านมา โดยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางของไมล์และ ฮูเบอร์แมน ที่ได้เสนอแนะถึงขั้นตอนการจัดการกับข้อมูลเชิงคุณภาพจาก การวิจัยในรายละเอียดซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การลดข้อมูล (Data reduction) การจัดรูปข้อมูล (Data display) และการร่างข้อสรุปและการยืนยัน (Conclusion drawing and verification)

เมื่อได้ข้อมูลทั้งหมดจึงใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนาความ (Descriptive Analysis) เข้ามาร่วมในการแยกแยะและเรียบเรียงเนื้อหาที่ได้จากการสัมภาษณ์

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษา การรับรู้และพัฒนาการจัดการตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.0 มีอายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 34.0 รายได้ส่วนตัวต่อเดือน 25,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 28.0 จบการศึกษายู่ในระดับมัธยมศึกษาต้น ร้อยละ 37.0 และมีอาชีพหลักส่วนใหญ่มีอาชีพทำการเกษตรและค้าขาย - ธุรกิจการค้า ในจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ในด้านภูมิภานาจังหวัดกาญจนบุรี ตาก ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี ราชบุรี ในจำนวนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ในขณะที่ประเภทสินค้าของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นประเภทสินค้าเกษตร คิดเป็นร้อยละ 30.0

ด้านการประกอบการทางสังคมเป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อหวังให้เกิดประโยชน์สูงสุดคืนกลับภาคประชาชน ชุมชน สังคม เกือบทั้งหมดให้ความเห็นว่า ใช่ คิดเป็นร้อยละ 95.0 ในด้านของการประกอบการทางสังคมเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร เกือบทั้งหมดให้ความเห็นว่า ใช่ คิดเป็นร้อยละ 95.0 ด้านการประกอบการทางสังคมจะมีการแบ่งสรรผลกำไรคืนให้กับเจ้าของทุนหรือหุ้นส่วนอยู่เสมอ เกือบทั้งหมดให้ความเห็นว่า ใช่ คิดเป็นร้อยละ 86.0 ในขณะที่ด้านการผลิตสินค้าและและบริการหรือค้าขายโดยแสวงหากำไร เกือบทั้งหมดให้ความเห็นว่า ใช่ คิดเป็นร้อยละ 82.0 ด้านวัตถุประสงค์ของการตั้งขึ้นมาอย่างชัดเจนเพื่อสังคม เช่น จัดหาบริการให้แก่ชุมชน ฯลฯ เกือบทั้งหมดให้ความเห็นว่า ใช่ คิดเป็นร้อยละ 88.0 ด้านความเป็นเจ้าของนั้นไม่ถูกผูกขาด หากกระจายกันไปในกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกค้าบริษัท ชุมชน ฯลฯ เกือบทั้งหมดให้ความเห็นว่า ใช่ คิดเป็นร้อยละ 90.0 ในขณะที่ด้านการประกอบการทางสังคมเป็นการประกอบการในลักษณะเดียวกับบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เกือบทั้งหมดให้ความเห็นว่า ใช่ คิดเป็นร้อยละ 87.0 ด้านการประกอบการทางสังคมเป็นการประกอบธุรกิจขององค์กรเอกชน เกือบทั้งหมดให้ความเห็นว่า ใช่ คิดเป็นร้อยละ 73.0 ด้านการประกอบการทางสังคมเป็นธุรกิจที่

ภาครัฐให้การสนับสนุนอย่างมากในปัจจุบันเกือบทั้งหมดให้ความเห็นว่า ใช้น คิดเป็นร้อยละ 90.0 ด้านปัจจุบันในประเทศไทยยังไม่มีธุรกิจที่เป็นการประกอบการทางสังคม เกือบทั้งหมดให้ความเห็นว่า ใช้น คิดเป็นร้อยละ 79.0

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และระดับความคิดเห็นต่อการจัดการของผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship)

ข้อ	การจัดการตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship)	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	SD	ระดับ
1	คำนึงถึงผลตอบแทนด้านการเงิน	3.87	0.77	มาก
2	กำไรที่ได้นำกลับมาเป็นต้นทุน มากกว่ากระจายกลับให้แก่หุ้นส่วน	4.13	0.79	มาก
3	มุ่งมั่นกระตือรือร้นอยู่ในฐานความยั่งยืน และการพึ่งตนเองด้วยการสร้างกำไร	4.20	0.68	มาก
4	ไม่มีการผูกขาดคู่ค้า โดยเลือกทำธุรกิจกับคู่ค้าที่สร้างกำไรให้ได้มากที่สุด	4.18	0.85	มาก
5	เป็นผู้ประกอบการที่เป้าหมายชัดเจน เพื่อการบริการชุมชน	4.28	0.71	มากที่สุด
6	เป็นผู้ประกอบการที่ช่วยยกระดับการศึกษา และช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส	4.29	0.71	มากที่สุด
7	เป็นผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าหรือบริการซึ่งจะมีผลกระทบโดยตรงกับปัญหาทางสังคม เช่น ให้บริการบ้านพักสำหรับผู้สูงอายุ	4.15	0.73	มาก
8	เป็นผู้ประกอบการที่สร้างงานเพื่อชุมชน	4.21	0.89	มากที่สุด

(ตารางที่ 1 ต่อ)

ข้อ	การจัดการตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship)	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	SD	ระดับ
9	เป็นผู้ประกอบการที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน	3.96	0.92	มาก
10	เป็นผู้ประกอบการที่ฝึกทักษะให้กับชุมชน	4.09	0.81	มาก
11	เป็นผู้ประกอบการที่ฝึกฝนอาชีพเพื่อคนพิการ	3.90	0.83	มาก
12	คุ้มครองสิทธิสัตว์ในชุมชน	3.98	0.84	มาก
13	กระบวนการผลิตไม่ส่งผลกระทบต่อภาวะโลกร้อน	3.88	0.78	มาก
14	มีการควบคุมของเสียที่มาจากกระบวนการผลิต	3.99	0.76	มาก
15	มีการควบคุมปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	3.89	0.85	มาก
16	มีการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยออกจากโรงงาน	3.91	0.88	มาก
17	มีการควบคุมมลภาวะทางเสียง	3.97	0.86	มาก
รวม		3.94	0.59	มาก

จากตารางที่ 1 ความคิดเห็นด้านการจัดการตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยพบว่า เป็นผู้ประกอบการที่ช่วยยกระดับการศึกษาและช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, $SD = 0.71$) เป็นผู้ประกอบการที่เป้าหมายชัดเจนเพื่อการบริการชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.71$) เป็นผู้ประกอบการที่สร้างงานเพื่อชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$, $SD = 0.89$) มุ่งมั่นกระตือรือร้นอยู่ในฐานความยั่งยืนและการพึง

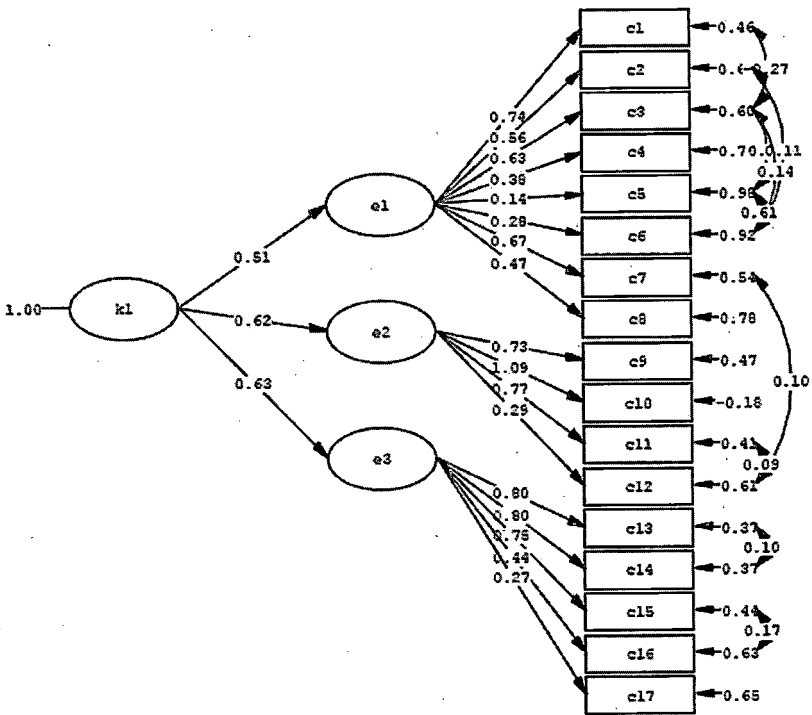
ตนเองด้วยการสร้างกำไร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, $SD = 0.68$) ไม่มีการผูกขาดคู่ค้าโดยเลือกทำธุรกิจกับคู่ค้าที่สร้างกำไรให้ได้มากที่สุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, $SD = 0.85$) เป็นผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งจะมีผลกระทบต่อตรงกับปัญหาทางสังคม เช่น ให้บริการบ้านพักสำหรับผู้สูงอายุ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, $SD = 0.73$) กำไรที่ได้นำกลับมาเป็นต้นทุนมากกว่ากระจายกลับให้แก่หุ้นส่วน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, $SD = 0.79$) เป็นผู้ประกอบการที่ฝึกทักษะให้กับชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, $SD = 0.81$) มีการควบคุมของเสียที่มาจากกระบวนการผลิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, $SD = 0.76$) คุ้มครองสิทธิสัตว์ในชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, $SD = 0.84$) มีการควบคุมมลภาวะทางเสียง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, $SD = 0.59$) เป็นผู้ประกอบการที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, $SD = 0.92$) มีการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยออกจากโรงงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, $SD = 0.88$) เป็นผู้ประกอบการที่ฝึกฝนอาชีพเพื่อคนพิการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, $SD = 0.83$) มีการควบคุมปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, $SD = 0.85$) กระบวนการผลิตไม่ส่งผลกระทบต่อภาวะโลกร้อน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, $SD = 0.78$) และคำนึงถึงผลตอบแทนด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, $SD = 0.77$)

สำหรับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ของการรับรู้และพัฒนากิจการจัดการตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยสามารถพิจารณาข้อมูลได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบแนวทางการจัดการของผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship) สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตก

รายการ	เกณฑ์	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	30.66	-
df	-	80	-
p-value	P<0.05	1.000	-
χ^2/df	$\chi^2/df < 2$	0.38	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.96	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.95	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0.0	0.000	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 2 เห็นได้ว่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบเชิงสำรวจ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าค่าไคสแควร์ (χ^2) มีค่า 30.66 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ p-value = 1.000 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) = 0.38 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) = 1.00 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) = 0.96 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.95 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ (RMSEA) = 0.000 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์



Chi-Square = 30.66, df = 80, P-value = 1.00000, RMSEA = 0.000

รูปภาพที่ 2 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบแนวทางการจัดการของผู้ประกอบการทางสังคม (Social Entrepreneurship) สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตก

สำหรับผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพจากสัมภาษณ์เชิงลึกกับหัวหน้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 17 คน ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผลดังกล่าวนี้นำมาสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ทั้งหมดเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ได้รู้จักและมีการรับรู้

เกี่ยวกับแนวคิดผู้ประกอบการทางสังคมจากสื่อต่างๆ และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐท้องถิ่น เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบล หรือพัฒนากรในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่า การรับทราบดังกล่าวนี้เป็นเพียงแนวความคิดเบื้องต้นว่าผู้ประกอบการทางสังคมหรือกิจการเพื่อสังคมคืออะไร เป็นเช่นไร แต่ไม่ทราบถึงกระบวนการ วิธีการในเชิงปฏิบัติว่าต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญอะไรบ้าง หรือต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อให้เป็นผู้ประกอบการทางสังคมที่สามารถช่วยเหลืออย่างแท้จริงได้

ในการดำเนินการตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคมนั้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังประสบปัญหาเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี และการบริหารทางการเงินอยู่ เนื่องจากส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่ค่อนข้างต่ำและไม่มีประสบการณ์เรียนรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจมาก่อน เมื่อรวมกลุ่มมาเป็นวิสาหกิจชุมชนจึงดำเนินการตามความเข้าใจของตนเอง ทำให้ขาดประสิทธิภาพทางด้านการเงินในการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์

นอกจากนี้ยังพบว่า วิสาหกิจชุมชนบางแห่งยังไม่เป็นที่ยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐเนื่องจากขาดมาตรฐานในการดำเนินการด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านคุณภาพการผลิต และการรับรองผลจากการใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อยอดขาย ทำให้ผลประกอบการนั้นไม่ดีเท่าที่ควรและก่อให้เกิดปัญหาด้านการกระจายรายได้แก่สมาชิกภายในกลุ่ม

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ที่มีความพร้อมด้านทรัพยากรวัตถุดิบในการผลิต เนื่องจากอยู่ในพื้นที่ชนบทและมีการทำเกษตรกรรม อีกทั้งมีความพยายามการเรียนรู้วิธีการผลิตจากหน่วยงานภายนอก อาทิ กระทรวงสาธารณสุข องค์กรบริหารส่วนตำบล เพื่อนำความรู้มาใช้ในการผลิตให้มีมาตรฐานที่สามารถนำไปขายได้ แต่ยังคงพบข้อจำกัดด้านช่องทางจำหน่าย เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนหลายกลุ่มขาดตัวกลางในการกระจายสินค้าไปยังจุดขายต่างๆ ทำให้การขายเกิดขึ้นเพียงแคภายในชุมชน

ผู้ให้ข้อมูลนั้นมีความคิดเห็นเชิงสนับสนุนในการสร้างรายได้ของ คนภายในชุมชน โดยมีความพยายามในการชักชวนกันรวมกลุ่มเพื่อประกอบ กิจการและคิดสร้างผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ภายในชุมชน และให้บริการฝึกอบรมความรู้และภูมิปัญญา ผู้นำกลุ่มยังเห็นว่าสนับสนุนใน การสร้างโอกาสทางการศึกษาให้แก่เยาวชนภายในชุมชนอีกด้วย เนื่องจาก การศึกษาสามารถช่วยสร้างอนาคตที่ดี ทำให้เกิดความรู้ความสามารถที่อาจก่อให้เกิดประโยชน์ในระยะยาวกับชุมชนได้ แต่ก็ยังพบอุปสรรคเรื่องสถานที่ที่เนื่องจากบางชุมชนอยู่ในพื้นที่ห่างไกล บางครั้งเยาวชนต้องเดินทางเข้าเมืองเพื่อ เรียนหนังสือ และส่วนหนึ่งเมื่อเรียนจบแล้วก็มุ่งหน้าหางานทำกันในเมือง ไม่ได้ กลับมาช่วยเหลือ ช่วยพัฒนาชุมชน จึงมีความต้องการพัฒนาชุมชนในด้าน สถานศึกษา และสาธารณูปโภคต่างๆ ให้เป็นมาตรฐานเพื่อเป็นชักจูงให้คนอยู่กับ ชุมชนมากขึ้น

อภิปรายผล

จากการสรุปผลการวิจัยเรื่อง การรับรู้เกี่ยวกับแนวทางการเป็นผู้ประกอบการ ทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกด้านการประกอบการทางสังคม นั้นชี้ให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ ทางสังคมว่าเป็นกลุ่มคนที่จัดตั้งขึ้นเพื่อหวังให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดกลับคืนสู่ ภาครัฐประชาชน โดยมุ่งเน้นไปที่การช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส และให้บริการแก่ ชุมชนสังคมที่อยู่ในพื้นที่ และกลุ่มดังกล่าวต้องไม่เน้นแสวงหาผลกำไรเป็นหลัก จะมีการแบ่งสรรผลกำไรคืนให้กับหุ้นส่วนหรือคนในชุมชนอยู่เสมอ ในด้านของ วัตถุประสงค์นั้น มีการตั้งขึ้นมาอย่างชัดเจนเพื่อผลประโยชน์ทางสังคม เช่น จัดหาบริการด้านสาธารณูปโภคให้แก่ชุมชน เป็นต้น ด้านความเป็นเจ้าของนั้น ไม่ถูกผูกขาด หากกระจายกันไปในกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ลูกค้าบริษัท ชุมชน ฯลฯ ในขณะที่ด้านการประกอบการทางสังคมเป็นการประกอบการใน ลักษณะเดียวกับบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ด้านการประกอบการ

ทางสังคมเป็นการประกอบธุรกิจขององค์กรเอกชน ด้านการประกอบการทางสังคมเป็นธุรกิจที่ภาครัฐให้การสนับสนุนอย่างมากในปัจจุบัน

ปัจจุบันในประเทศไทยยังไม่มีธุรกิจที่เป็นการประกอบการทางสังคมสอดคล้องกับทฤษฎีวิวัฒธรรมชุมชน ซึ่งเป็นแนวคิดที่ถูกนำมาใช้เป็นการพัฒนาชุมชนขององค์กรพัฒนาท้องถิ่น โดยถือว่าวัฒนธรรมของชาวนาและชุมชนหมู่บ้าน คือ ปัจจัยสำคัญที่สุดของการพัฒนามีลักษณะขัดแย้งกับรัฐและไม่เป็นระบบทุนนิยม แนวคิดในสำนักนี้มีความเชื่อว่าชาวบ้าน มีแนวคิดในการพัฒนาของตนเองโดยสมบูรณ์ โดยมองว่า ชุมชนมีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ของตนเองอยู่แล้วและวัฒนธรรมเป็นหัวใจของชุมชนวัฒนธรรม จิตสำนึกของชุมชน ชุมชนดำรงอยู่ได้อย่างเข้มแข็งการจัดสรรผลประโยชน์ส่วนหนึ่งมาปรับใช้จิตสำนึก และอุดมการณ์ของชุมชน ดำเนินธุรกิจชุมชนที่มีภูมิปัญญาเป็นพื้นฐานข้อเสนอของแนวคิดวัฒนธรรมชุมชนที่สำคัญ เพื่อให้หมู่บ้านมีภูมิหลังที่เป็นพลวัตมากขึ้น ซึ่งมีอยู่ 3 ประการด้วยกัน (ยุวัฒน์ วุฒิเมธี, 2542) ได้แก่ 1) ส่งเสริมศักยภาพ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพึ่งตนเองของผู้ประกอบการ 2) การใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านและวัฒนธรรมชุมชนเพียงลำพัง เป็นเงื่อนไขที่จำเป็นแต่ยังไม่เพียงพอในการต้านทานกระแสทุนนิยมหมู่บ้านต้องผนวกเอาแนวคิดภายนอกในส่วนที่เป็นเทคโนโลยี รวมถึงแนวคิดการไม่แสวงหาผลกำไรเป็นหลักแต่เป็นการคืนกำไรในรูปของความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลัก 3) ต้องมีการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนและภายนอกชุมชนในลักษณะความสัมพันธ์แนวนอนคือชุมชนต้องประสานและร่วมมือกับเครือข่ายผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่อยู่ในวงการเดียวกัน

ในด้านการสร้างกำไรโดยรวม พบว่าความมุ่งมั่นกระตือรือร้นอยู่ในฐานความยั่งยืนและการพึ่งตนเองด้วยการสร้างกำไร ไม่มีการผูกขาดคู่ค้า เลือกรทำธุรกิจกับคู่ค้าที่สร้างกำไรให้ได้มากที่สุด กำไรที่ได้นำกลับมาเป็นต้นทุน มากกว่ากระจายกลับให้แก่หุ้นส่วน คำนึงถึงผลตอบแทนด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก ด้านการมุ่งสร้างสรรค์สังคมโดยพบว่าเป็นผู้ประกอบการที่ยกระดับการศึกษา

ของผู้ด้อยโอกาส เป็นผู้ประกอบการที่เป้าหมายชัดเจนเพื่อให้บริการชุมชน เป็นผู้ประกอบการที่สร้างงานเพื่อชุมชน ผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งจะมีผลกระทบโดยตรงกับปัญหาทางสังคม เช่น ให้บริการบ้านพักสำหรับผู้สูงอายุ เป็นผู้ประกอบการที่ฝึกทักษะให้กับชุมชน เป็นผู้ประกอบการที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน เป็นผู้ประกอบการที่ฝึกฝนอาชีพเพื่อคนพิการ อยู่ในระดับมาก ด้านการสนับสนุนสิ่งแวดล้อมนั้นมีการควบคุมของเสียที่มาจากกระบวนการผลิต คุ่มครองสิทธิสัตว์ มีการควบคุมมลภาวะทางเสียง มีการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยออกจากโรงงาน มีการควบคุมปริมาณวัตถุพิษที่ใช้ในการผลิต กระบวนการผลิตไม่ส่งผลกระทบต่อภาวะโลกร้อน อยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Promsaka Na Sakolnakorn (2010) ที่ได้อธิบายถึงปัญหาของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศได้ว่า ปัญหาของผู้ประกอบการ คือ 1) เกิดจากนโยบายภาครัฐ และสิ่งที่มีรัฐสนับสนุนไม่สามารถตอบสนองความต้องการและความเป็นจริงของการเปลี่ยนแปลงทางอุตสาหกรรมวิสาหกิจได้ 2) มีปัญหาทางการเงิน เช่น ไม่สามารถยืมเงินจากสถาบันการเงินได้ 3) ขาดความรู้ความสามารถด้านต่างๆ 4) ปัญหาด้านแรงงาน โดยเฉพาะทักษะแรงงานที่หายาก และแรงงานมีอัตราการเข้า-ออก จากงานสูง และ 5) ขาดความรู้ความเข้าใจทางด้านการตลาด นอกจากนี้ เฉลิมพล จตุพร ศุภพร ไทยภักดี ปราโมทย์ สฤชดีนิรันดร์ และสาวิตรี รังสิภัทร์ (2550) ได้ศึกษาการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเกษตรกร ชุมชน และวิสาหกิจชุมชน ที่อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสระบุรี และจากผลการศึกษาพบว่าวิสาหกิจชุมชนต้องปรับปรุงการดำเนินงานในเรื่องการตลาด การบริหารการผลิต กระบวนการจัดการสินค้า และความรับผิดชอบต่อชุมชน

ทั้งนี้ จากการศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) พร้อมทั้งข้อมูลพรรณนาเชิงลึก เกี่ยวกับการรับรู้และพัฒนาการจัดการตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย พบได้ว่าแนวทางการจัดการของผู้ประกอบการทางสังคม

(Social Entrepreneurship) ที่เหมาะสมในบริบทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในภูมิภาคตะวันตกนั้น ต้องเริ่มจากการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้นำกลุ่ม โดยมุ่งการพัฒนาในมิติ 3 ด้าน เรียกว่า CEP อันได้แก่ 1) Create คือ การสร้างสรรค์ชุมชนโดยพัฒนาอาชีพในท้องถิ่น ส่งเสริมทักษะความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น นำผลประกอบการที่ได้มาแก้ไข้ปัญหาของชุมชน เช่น การช่วยเหลือ คนพิการ คนชรา หรือผู้ด้อยโอกาส 2) Environment คือ สนับสนุนการจัดการสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นการศึกษาวิธีการเพื่อจัดการกับทรัพยากรในการผลิตให้คุ้มค่า และไม่ก่อให้เกิดมลพิษภายในชุมชน และ 3) Profit คือ การสร้างกำไรที่เน้นการกระจายรายได้ให้ชุมชนและใช้เพื่อการลงทุนภายในชุมชน ทั้งนี้แนวทางการพัฒนาดังกล่าวได้แสดงในรูปภาพที่ 3



รูปภาพที่ 3 แนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตก

ตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ในการดำเนินการตามแนวทางของผู้ประกอบการทางสังคมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ควรพิจารณาแนวทางปฏิบัติ 3 ด้านหลัก อันได้แก่ การสร้างผลกำไรเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่สมาชิก และนำผลประกอบการมาร่วมเป็นทุนในการช่วยเหลือสังคมของตน ประการต่อมาคือ การมุ่งสร้างสรรค์สังคมโดยมุ่งเน้นการจัดการองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมทักษะความสามารถให้แก่สมาชิก เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ก่อให้เกิดคุณค่าต่อสังคมโดยรวม และประการสุดท้ายคือ การดำเนินการเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมที่ดีภายในชุมชนเพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อยและเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

2. จากผลการศึกษาเชิงคุณภาพที่พบว่าผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจชุมชนมีการรับรู้ แต่ยังขาดความรู้เชิงลึก และการปฏิบัติเพื่อเป็นผู้ประกอบการทางสังคม ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมพัฒนาชุมชน และ กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ควรออกนโยบายที่สนับสนุนผลักดันการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม โดยจัดตั้งศูนย์ผู้ประกอบการทางสังคมในพื้นที่เพื่อให้คำปรึกษาแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาตนเองเป็นผู้ประกอบการทางสังคม

3. สถาบันการศึกษาในพื้นที่ควรให้ความช่วยเหลือในการจัดอบรมเพื่อให้ความรู้ ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญและผลประโยชน์จากการร่วมกันพัฒนาและสร้างรายได้ภายในชุมชน เสนอแนวทางเชิงปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถช่วยเหลือและคืนประโยชน์ให้แก่สังคมได้อย่างเป็นระบบ โดยอาจเชิญวิทยากรหรือผู้ประกอบการทางสังคมที่เป็นแบบอย่างมาให้ข้อเสนอแนะ และชี้แนวทางดำเนินการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ

4. ผู้นำชุมชน หรือผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรมีนโยบายในการกระตุ้นให้สมาชิกตระหนัก และเห็นถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในชุมชน และรวมตัวกันดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา ทั้งด้านการศึกษาภายในชุมชน การพัฒนาสาธารณูปโภค และการจัดการมลพิษ เช่น ขยะ ของเสีย เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารเพียงประเภทเดียว ดังนั้น ผลการศึกษาครั้งนี้จึงอาจไม่ครอบคลุมถึงวิสาหกิจชุมชนประเภทอื่นๆ ในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความครอบคลุมและการนำผลของการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้กว้างขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้อยู่ในขอบเขตของการศึกษาการรับรู้และพัฒนาการจัดการตามแนวทางผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนเท่านั้น การศึกษาต่อไป ควรขยายขอบเขตให้ครอบคลุมถึงแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านอื่นๆ ทั้งภายในและภายนอกภายนอกเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบการของวิสาหกิจชุมชน เช่น การจัดการองค์ความรู้และภูมิปัญญาของชุมชน กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรการผลิต และทรัพยากรบุคคล กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการตลาด หรือกลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ เป็นต้น

3. ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจขยายขอบเขตผู้ให้ข้อมูลหลักให้ครอบคลุมเพื่อผลการวิจัยที่สามารถมีผู้ใช้งานนำไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น เช่น การสัมภาษณ์ด้วยเทคนิควิจัยอนาคต (EDFR) จากกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ กลุ่มนักวิชาการระดับอุดมศึกษาที่มีความรู้ด้านการจัดการและการพัฒนาชุมชน กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีความเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน เช่น พัฒนาการ จากกรมการพัฒนา

ชุมชน และกลุ่มผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์หรือประสบความสำเร็จใน
การเป็นผู้ประกอบการทางสังคม

รายการอ้างอิง

- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2559). รายงานจำนวนและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายฯ จำแนกตามพื้นที่. วันที่ค้นข้อมูล 6 เมษายน 2558, เข้าถึงได้จาก http://smce.doae.go.th/ProductCategory/smce_report.php
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2556). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- โกศล ดีศีลธรรม. (2554). องค์กรทำดีเพื่อสังคม. กรุงเทพฯ: MRG 3600.
- เฉลิมพล จตุพร, ศุภพร ไทยภักดี, ปราโมทย์ สฤชดีนิรันดร์ และสาวิตรี รังสิภัทร์. (2550). แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของเกษตรกรและชุมชน: กรณีศึกษาแนวพระราชดำริ “ทฤษฎีใหม่” และวิสาหกิจชุมชน อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสระบุรี. วิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (สังคม), 28(2), 265-275.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- นฤมล หลวงใจ. (2545). การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มจักสานไม้ไผ่ตำบลปาง อำเภอสาร์ภักจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. (2542). การพัฒนาชุมชนจากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด บางกอกบล็อก.

วารสาร สามโกเศศ. (2552). *Social Enterprise* คือ “นวัตกรรมแห่งการให้”. หนังสือพิมพ์มติชน วันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ. 2552 (หน้า 6). ธุรกิจเพื่อสังคมคุณธรรม. (2553). เอกสารประกอบการประชุมสมัชชาคุณธรรมแห่งชาติ ครั้งที่ 4 ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม. สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน).

สถาบัน Change Fusion. (2553). รายงานวิจัย เรื่อง *โครงการสร้างเสริมองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากศูนย์คุณธรรม ปีงบประมาณ 2552*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สถาบัน Change Fusion.

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2548). *พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร.

สุภางค์ จันทวานิช. (2552). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อิราวัฒน์ ชมระกา. (2554). *รูปแบบการบริหารจัดการเครือข่ายการตลาดวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับคุณภาพการแข่งขันเชิงพาณิชย์ในเขตจังหวัดอุดรธานี*. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

เอกชัย นิตยาเกษตรวัฒน์. (2554). *โครงการวิจัยเรื่องการพัฒนากิจการเพื่อสังคม: กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในต่างประเทศ และการประยุกต์ใช้ในประเทศไทย*. *วารสารบริหารธุรกิจ นิด้า*, 8(2554), 95-125.

Charnock, G. (2009). Why do institutions matter? Global competitiveness and the politics of policies in Latin America. *Capital & Class*, 33(2), 67-99.

- Crompton, R.P. (2005). *Indexing the Insurance Council of Australia Natural Disaster Event List*. Report prepared for the Insurance Council of Australia, Risk Frontiers.
- Denzin, N. (1978). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. New York: McGraw Hill, Inc.
- Macmillan, T.T. (1971). "The Delphi Technique. Paper Presented at the annual meeting of the California Junior Colleges Associations Committee." on Research and Development, Monterey, California May.
- Martin, RL. & S. Osberg. (2007). Social Entrepreneurship: The Case for Definition. *Stanford Social Innovation Review*, 1(2007), 29 - 39.
- Promsaka Na Sakolnakorn, T. (2010). The Analysis of Problem and Threat of Small and Medium- Sized Enterprises in Northeast Thailand. *International Business & Economic Research Journal*, 9(9), 123-131.
- Cohen L. & Manion, L. (1989). *Research Method in Education* (3rd ed.). London: Routledge.
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 140(1932), 1-55.
- Trochim, W. (2000). *Descriptive statistics" The Research Methods Knowledge Base* (2nd ed.). Cincinnati, OH: Atomic Dog Publishing.