

การศึกษาคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย A Study of Social Enterprise Characteristics in Thailand

จิระพัชร คุเลิศตระกูล

ภาควิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ku.jirapuch@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย เปรียบเทียบระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยจำแนกตามสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และเสนอแนวทางในการเสริมสร้างความ เป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยศึกษาจาก สมาชิกเครือข่ายกิจการเพื่อสังคมประเทศไทย จำนวน 850 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งมีความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.987 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการบรรยายลักษณะข้อมูล และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสร้างตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามด้วยสมการการถดถอยเชิงเส้นตรงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคม โดยภาพรวม, ด้านการบริหารทางการเงิน, ด้านผู้นำองค์กร, ด้านวัฒนธรรมองค์กร, ด้านการตลาดและการสื่อสาร, ด้านคณะกรรมการบริหาร, ด้านการวางแผนกลยุทธ์, ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์, ด้านการจัดตั้งองค์กร, ด้านความร่วมมือทางสังคม, ด้านการระดมทุน, ด้านการเอื้อประโยชน์ต่อสังคม อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ส่วนคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยด้านผลประโยชน์ตอบแทน อยู่ในระดับปานกลาง และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยโดยภาพรวม แตกต่างไปตาม เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, ประสบการณ์ทำงาน, จำนวนบุคลากรภายในองค์กร และ ประเภทธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ และผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยภาพรวม พบว่า เพศ, ประสบการณ์ทำงาน และ ประเภทธุรกิจเป็นตัวแปรอิสระที่สามารถใช้ทำนายระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยภาพรวมได้

คำสำคัญ: คุณลักษณะ กิจการเพื่อสังคม

Abstract

This research had a purpose for studying the social enterprise characteristics in Thailand. The data had been collected by using the questionnaire through 850 members of the social networking network in Thailand. The reliability coefficient of questionnaire was 0.987. The statistics were applied for describing the data including frequency, percent, mean, standard deviation, The hypotheses were tested by t-test, one way ANOVA and constructed the model of relationship between independent and dependent variable by multiple linear regression. The findings were the level of the social enterprise characteristic in Thailand as a whole and in aspect of Financial Management, Organizational leaders, Organizational Culture, Marketing and communication, Executive committee, Strategic Planning, Human Resource Management, Establishment/Organization, Social Cooperative, Raising Funds, Social Contribution were falling in high. However the aspect of Beneficiaries was falling in moderate. In hypothesis testing it was found that the differences in the socio-economic statuses including sex, age, education, work experience, number of employees and business types affected the level of the social enterprise characteristic in Thailand at $\alpha = 0.05$. The significant predictors in multiple linear regression model were sex, work experience and business type

Keyword: social enterprise characteristic

1. บทนำ

ในปัจจุบันกิจการเพื่อสังคม (Social enterprise) มิได้มีบทบาททางเศรษฐกิจเพียงเท่านั้น แต่ยังแสดงออกถึงบทบาทสำคัญในการมีส่วนร่วมของพลเมืองในสังคม และในการช่วยเสริมสร้างทุนทางสังคมโดยการจัดตั้งองค์กร อาทิ โอกาสสำหรับการทำงานอาสาสมัคร [1] เป็นหนทางที่จะสร้างความเป็นชุมชนที่สงบสุข [2] เป็นหนทางที่จะช่วยบรรเทาทุกข์ภัยจากสังคมทันสมัย [3] อย่างเช่น ช่วยลดปัญหาการว่างงาน ลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงการบริการทางสังคม [4] ช่วยลดความยากจน ลดปัญหาการก่ออาชญากรรม และลดการถูกกีดกันทางสังคม [5] รวมทั้งเป็นแนวทางในการรับจ้างทำงานเพื่อให้บริการทางสังคม ส่งผลให้ประชาชนได้รับบริการสาธารณะที่มีคุณภาพมากขึ้นโดยไม่เพิ่มค่าใช้จ่ายของรัฐบาล [6] นอกจากนี้ ยังช่วยทำให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างภาคธุรกิจกับภาครัฐอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น [7] เนื่องจากเป็นการประกอบธุรกิจแบบผสมผสาน ที่ให้ความสำคัญกับทั้งมิติทางสังคมและเศรษฐกิจควบคู่กัน [8]

ประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของกิจการเพื่อสังคม โดยมีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ พร้อมทั้งจัดทำร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมกิจการเพื่อสังคม และได้ประกาศใช้พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยกรยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 621) พ.ศ.2559 โดยมีใจความสำคัญ ให้กำหนดคำที่ใช้เรียกกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยเสียใหม่ว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” หมายถึง บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการขายสินค้าหรือการให้บริการ โดยมุ่งส่งเสริมการจ้างงานในท้องถิ่นที่วิสาหกิจเพื่อสังคมตั้งอยู่ หรือมีเป้าหมายในการจัดตั้งตั้งแต่แรกเริ่มในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม โดยมีได้มุ่งสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วน และนำผลกำไรไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบไปลงทุนในกิจการของตนเอง หรือใช้เพื่อประโยชน์ของเกษตรกร ผู้ยากจน คนพิการ ผู้ด้อยโอกาส หรือใช้เพื่อประโยชน์ส่วนรวม [9] จะเห็นได้ว่ารัฐบาลไทยมีนโยบายสนับสนุนการประกอบกิจการเพื่อสังคมในประเทศเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา คุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็น

กิจการเพื่อสังคมให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมในสังคมไทยอย่างแท้จริง และยังเป็น การประชาสัมพันธ์ เพื่อปลูกจิตสำนึกแห่งศักยภาพในการดำเนินธุรกิจเพื่อการแก้ไขและพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมในประเทศไทยได้อย่างยั่งยืนในโอกาสต่อไป

2. ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ ผู้ก่อตั้งผู้บริหาร และบุคลากรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย และผู้เชี่ยวชาญที่ปฏิบัติงานในตำแหน่งวิชาการด้านกิจการเพื่อสังคม ที่เป็นสมาชิกเครือข่ายกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 4,269 คน [10] กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกเครือข่ายกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย จำนวน 850 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกเฉพาะสมาชิกเครือข่ายกิจการเพื่อสังคมที่เป็นผู้ก่อตั้งผู้บริหาร บุคลากร และนักวิชาการที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย เพื่อให้สอดคล้องเหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์ของเรื่องที่ทำการวิจัย

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน จำนวนบุคลากรภายในองค์กร ประเภทธุรกิจ และมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย ซึ่งมีองค์ประกอบ 12 ด้าน คือ ด้านการจัดตั้งองค์กร ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านการวางแผนกลยุทธ์ ด้านการระดมทุน ด้านผลประโยชน์ตอบแทน ด้านการเอื้อประโยชน์ต่อสังคม ด้านความร่วมมือทางสังคม ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านการบริหารทางการเงิน ด้านผู้นำองค์กร ด้านคณะกรรมการบริหาร และด้านการตลาดและการสื่อสาร

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยผู้วิจัย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ และประเมินค่า 5 ระดับ และแบบสอบถามแบบปลายเปิด มีการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 6 ท่าน และแบบสอบถามในส่วนที่เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะ

ความเป็นกิจการเพื่อสังคมมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.987 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ได้ [11]

3. ผลการวิจัย

1. ระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ ระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย แสดงไว้ในตารางที่ 1 พบว่า ระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมโดยภาพรวม, ด้านการบริหารทางการเงิน, ด้านผู้นำองค์กร, ด้านวัฒนธรรมองค์กร, ด้านการตลาดและการสื่อสาร, ด้านคณะกรรมการบริหาร, ด้านการวางแผนกลยุทธ์, ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์, ด้านการจัดตั้งองค์กร, ด้านความร่วมมือทางสังคม, ด้านการระดมทุน, ด้านการเอื้อประโยชน์ต่อสังคม อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านผลประโยชน์ตอบแทน อยู่ในระดับปานกลาง

2. ทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างของระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย จำแนกตามตัวแปรอิสระ แสดงไว้ในตารางที่ 2 พบว่า ระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยโดยภาพรวม แตกต่างไปตาม เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, ประสบการณ์ทำงาน, จำนวนบุคลากรภายในองค์กร และ ประเภทธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ $\alpha = 0.05$ และ มูลค่าสินทรัพย์ถาวร ไม่มีผลต่อระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยภาพรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงเส้นตรงพหุคูณ

$$\hat{y} = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n$$

ได้เป็นตัวแทนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

$$\hat{y} = 3.276 + 0.107x_1 + 0.150x_2 + 0.206x_3$$

เมื่อ \hat{y} = ค่าทำนายระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยโดยภาพรวม

$$x_1 = \text{เพศ}$$

$$x_2 = \text{ประสบการณ์ทำงาน}$$

$$x_3 = \text{ประเภทธุรกิจ}$$

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย

คุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย	n	\bar{X}	S.D.	ค่าระดับ
1. ด้านการจัดตั้งองค์กร	850	78.3	.834	มาก
2. ด้านวัฒนธรรมองค์กร	850	4.06	.937	มาก
3. ด้านการวางแผนกลยุทธ์	850	3.95	.768	มาก
4. ด้านการระดมทุน	850	3.67	.832	มาก
5. ด้านผลประโยชน์ตอบแทน	850	3.46	1.095	ปานกลาง
6. ด้านการเอื้อประโยชน์ต่อสังคม	850	3.50	1.029	มาก
7. ด้านความร่วมมือทางสังคม	850	77.3	.918	มาก
8. ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	850	93.3	.785	มาก
9. ด้านการบริหารทางการเงิน	850	12.4	.891	มาก
10. ด้านผู้นำองค์กร	850	4.09	.891	มาก
11. ด้านคณะกรรมการบริหาร	850	3.97	.814	มาก
12. ด้านการตลาดและการสื่อสาร	850	98.3	.747	มาก
เฉลี่ย	850	86.3	.729	มาก

ตารางที่ 2 ความแตกต่างของระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยโดยภาพรวมจำแนกตามตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม	ตัวแปรอิสระ	n	\bar{X}	S.D.	t / F	Sig.	ทดสอบสมมติฐาน
ความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยโดยภาพรวม	เพศ						
	ชาย	556	3.79	.736	3.741	.000*	แตกต่าง
	หญิง	294	3.98	.699			
	อายุ						
	ไม่เกิน 25 ปี	197	3.85	.675	3.627	.027*	แตกต่าง
	26-50 ปี	545	3.82	.724			
	51-65 ปี	108	4.03	.824			
	ระดับการศึกษา						
	มัธยมศึกษาตอนต้น	26	4.57	.45	11.711	.000*	แตกต่าง
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	65	3.83	.66			
	อนุปริญญา/ปวส.	33	3.48	.87			
	ปริญญาตรี	356	3.76	.75			
	ปริญญาโท	287	3.87	.65			
	ปริญญาเอก	83	4.16	.71			

ตารางที่ 2 ความแตกต่างของระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยโดยภาพรวมจำแนกตามตัวแปรอิสระ (ต่อ)

ตัวแปรตาม	ตัวแปรอิสระ	n	\bar{X}	S.D.	F	Sig.	ทดสอบสมมติฐาน
ความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยโดยภาพรวม	ประสบการณ์ทำงาน						
	1-5 ปี	382	3.70	.750	11.230	.000*	แตกต่าง
	6-10 ปี	172	3.94	.726			
	11-15 ปี	90	4.05	.615			
	16-20 ปี	206	3.99	.684			
	จำนวนบุคลากรภายในองค์กร						
	1-5 คน	194	3.79	.807	4.627	.003*	แตกต่าง
	6-50 คน	227	3.91	.798			
	51-200 คน	165	4.01	.754			
	201 คนขึ้นไป	264	3.77	.555			
	ประเภทธุรกิจ						
	ธุรกิจเอกชน	546	3.73	.753	13.436	.000*	แตกต่าง
	สถาบันการศึกษา	109	4.05	.465			
	องค์การภาครัฐ	73	3.86	.692			
	องค์กรการกุศล	82	4.30	.671			
	สหกรณ์	23	4.21	.407			
	ภาคการเกษตร	17	4.16	.821			
	มูลค่าสินทรัพย์ถาวร						
	น้อยกว่า 50 ล้านบาท	589	3.86	.760	.107	.899	ไม่แตกต่าง
	50-200 ล้านบาท	190	3.86	.662			
มากกว่า 200 ล้านบาท	71	3.82	.643				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. สร้างตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยโดยภาพรวม

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	t	Sig.	Sig. (2-tailed)	Pearson Correlation
(ค่าคงที่)	3.276		19.945	.000*		
เพศ	.164	.107	3.174	.002*	.000**	.127**
อายุ	-.044	-.036	-8.51	.395	.126	.053
วุฒิการศึกษาสูงสุด	.025	.039	1.121	.263	.506	.023
ประสบการณ์ทำงาน	.089	.150	3.456	.001*	.000**	.172**
จำนวนบุคลากร	-.029	-.045	-1.070	.285	.750	-.011
ประเภทธุรกิจ	.117	.206	6.024	.000*	.000**	.237**
มูลค่าสินทรัพย์ถาวร	.008	.007	.170	.865	.732	-.012

* มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (2-tail)

ดังนั้นเพศ, ประสบการณ์ทำงาน และ ประเภทธุรกิจจึงเป็นตัวแปรอิสระที่สามารถใช้ทำนายระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยโดยภาพรวมได้

4. การอภิปรายผล สรุปผล และข้อเสนอแนะ

1. ควรให้ความสนใจในการพัฒนาคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมด้านผลประโยชน์ตอบแทน ให้สูงขึ้น โดยมุ่งเน้นการหลีกเลี่ยงพฤติกรรมการดำเนินงานขององค์กรที่แสวงหากำไรสูงสุด ด้วยการจำกัดการปันผลกำไร เพื่อนำกำไรมากกว่าร้อยละ 50 ไปลงทุนเพื่อขยายผลทางสังคม หรือนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยปันผลคืนเจ้าของได้ไม่เกินร้อยละ 30 [12] และควรมีการคงไว้ซึ่งสิทธิประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคน ด้วยความไว้วางใจ เพื่อให้การดำเนินงานตามพันธกิจทางสังคมขององค์กรเป็นไปอย่างต่อเนื่อง [13]

2. ผู้ประกอบการสังคมที่มีอายุมากขึ้น มีแนวโน้มว่ามีระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคม โดยภาพรวมสูงขึ้น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรจัดการประชาสัมพันธ์และถ่ายทอดความรู้เรื่องกิจการเพื่อสังคม โดยจัดสัมมนาระหว่างปราชญ์ชาวบ้าน ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีความอาวุโส กับคนรุ่นใหม่ที่จะลุกขึ้นมาทำความดีเพื่อสังคม และจัดให้มีเวทีแลกเปลี่ยน เรียนรู้ เพื่อร่วมถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ด้านกิจการเพื่อสังคม ให้กับผู้ปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

3. กลุ่มระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยโดยภาพรวม มากกว่ากลุ่มที่จบการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส., ปริญญาตรี, มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช., ปริญญาโท และกลุ่มระดับการศึกษาระดับปริญญาเอก มีระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยโดยภาพรวม มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส. และ ปริญญาตรี ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรจัดกิจกรรมเพื่อเสวนา แลกเปลี่ยน เรียนรู้ร่วมกัน การจัดฝึกอบรมสัมมนา หรือแม้กระทั่งการทำ

วิจัยร่วมกัน ระหว่างนักวิชาการ นักวิจัย ซึ่งเป็นผู้ที่จบการศึกษาในระดับสูง กับกลุ่มเกษตรกร และปราชญ์ชาวบ้าน อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

4. ผู้ประกอบการสังคมที่มีประสบการณ์ทำงานที่มากขึ้น มีแนวโน้มว่ามีระดับคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมโดยภาพรวมสูงขึ้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะว่า หน่วยงานที่ให้บริการทางวิชาการ ด้านกิจการเพื่อสังคม ควรเชิญผู้ที่มีประสบการณ์ทางด้านกิจการเพื่อสังคม ได้มาถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ให้กับผู้ประกอบการสังคมรุ่นใหม่ๆ เพื่อสร้างเครือข่ายการในให้คำปรึกษา และเสนอแนะแนวทางการประกอบกิจการเพื่อสังคมให้เกิดประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จต่อไป

5. ผู้ที่ทำงานในสถาบันการศึกษา มีคุณลักษณะความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยโดยภาพรวม มากกว่า ผู้ที่ทำงานในธุรกิจเอกชน ดังนั้นผู้ที่ทำงานในสถาบันการศึกษา และนักวิชาการจึงควรให้การสนับสนุนและจัดตั้งหน่วยงานที่คอยให้คำปรึกษา และถ่ายทอดความรู้ เพื่อประชาสัมพันธ์และทำความเข้าใจกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

5. เอกสารอ้างอิง

- [1] European commission. (2003). The Social Situation in the European Union. Accessed March 23. Available from <http://www.birmingham.ac.uk/generic/tsrc/document/s/tsrc/working-papers/working-paper-43.pdf>
- [2] Wallace, S. L. (1999). "Social Entrepreneurship: The Role of Social Purpose Enterprises in Facilitating Community Economic Development." *Journal of Developmental Entrepreneurship* 4, 2: 153-174.
- [3] Thompson, J. L., G. Alvy, and A. Lees. (2000). "Social Entrepreneurship – A New Look at the People and the Potential." *Management Decision* 38, 5: 328-338.
- [4] Catford, J. (1998). "Social Entrepreneurs Are Vital for Health Promotion – But They Need Supportive Environments Too." *Health Promotion International* 13, 2: 95-97.

- [5] Blackburn, R., M. Ram. (2006). "Fix or Fixation? The Contributions and Limitations of Entrepreneurship and Small Firms to Combating Social Exclusion." *Entrepreneurship and Regional Development* 18, 1: 73-89.
- [6] Cornelius, N., M. Todres, S. Janjuha-Jivraj, A. Woods, and J. Wallace. (2007). "Corporate Social Responsibility and the Social Enterprise." *Journal of Business Ethics* 76, 1: 117-135.
- [7] Johnson, S. (2000). "Literature Review on Social Entrepreneurship." Working Paper. Canadian Centre for Social Entrepreneurship. Accessed March 25. Available from: <http://www.caledonia.org.uk/papers/Social-Entrepreneurship.pdf>
- [8] Kim Alter. (2007). Social Enterprise Typology. Accessed March 25. Available from: http://www.academia.edu/5249856/Social_Enterprise_Typology_Updated_November_27_2007_Kim_Alter_Virtue_Ventures_LLC
- [9] สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2559). พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ ๖๒๑) พ.ศ. ๒๕๕๙. เข้าถึงเมื่อ 1 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://web.krisdika.go.th/data/law/law4/%BB08/%BB08-2a-2559-a0027.pdf>.
- [10] เครือข่ายกิจการเพื่อสังคมประเทศไทย (Social Enterprise Network Thailand 2559). สมาชิก. เข้าถึงเมื่อ 27 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/groups/SocialEnterpriseNetworkThailand/members/>
- [11] ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามัญบิซซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- [12] สภาปฏิรูปแห่งชาติ. (2558). วาระปฏิรูปพิเศษ 1: วิสาหกิจเพื่อสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
- [13] GLA Economics. (2007). Social Enterprise in London. London: The Greater London Authority.