

การรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชน
กลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร
Social Entrepreneurs' Perception of Fabric and Clothing
Community Enterprise in Sakon Nakhon Province

จิตติ กิตติเลิศไพศาล¹ และกัลยา กิตติเลิศไพศาล²
Jitti Kittilertpaisan¹ and Kallaya Kittilertpaisan²

Received : May 5, 2020; Revised : May 12, 2020; Accepted : May 14, 2020

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร และ 2) เปรียบการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนครตามคุณลักษณะส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ การศึกษา และประสบการณ์ โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดสกลนคร จำนวน 240 คน เครื่องมือการวิจัยคือ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ และวิเคราะห์ผลการวิจัยโดยใช้ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติ One-Way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 (S.D. = .40) การเปรียบเทียบการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามอายุ การศึกษา และประสบการณ์ แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดหลักสูตรเพื่อยกระดับการเป็นผู้ประกอบการ

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร; Faculty of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University, Thailand; e-mail : jittikitti9@gmail.com

²คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร; Faculty of Industrial Technology, Sakon Nakhon Rajabhat University, Thailand; e-mail : kallayaa@hotmail.com

ทางสังคมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เพื่อปรับเปลี่ยนมุมมองของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนต่อการเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม

คำสำคัญ (Keywords) : การรับรู้, ผู้ประกอบการเพื่อสังคม, วิสาหกิจชุมชน, กลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกาย

Abstract

The objectives of research were 1) to study the level of social entrepreneurs' perception of fabric and clothing community enterprise in Sakon Nakhon Province and 2) to compare social entrepreneurs' perception of fabric and clothing community enterprise in Sakon Nakhon Province according to personal attributes, by sex, age, education, and experience. This study was quantitative research. The sample was members of fabric and clothing community enterprise in Sakon Nakhon Province with a total of 240 respondents. The research tool was a 5-level rating scale questionnaire and analyzed research findings with means, percentage, standard deviation, and One-Way ANOVA.

The results were as follows; the level social entrepreneurs' perception of fabric and clothing community enterprise in Sakon Nakhon Province was in high level with a mean of 3.62. Comparing social entrepreneurs' perception of fabric and clothing community enterprise in Sakon Nakhon Province according to sex, age, education and experience was statistically significant level at .05.

Keywords : Perception, Social Entrepreneur, Community Enterprise, Fabric and Clothing Community Enterprise

บทนำ (Introduction)

การพัฒนาตามแนวคิด “การพัฒนาระบบหลัก” ด้วยการการมุ่งเน้นกลยุทธ์การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ส่งผลให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศเปลี่ยนแปลงไปจากการผลิตเพื่อยังชีพ มาเป็นการผลิตเพื่อการค้า ซึ่งเป็นระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่มุ่งเน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Chayaporn et al., 2010) ส่งผลให้ประเทศไทยเผชิญกับวิกฤตการณ์ทางการเงินและภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในช่วงปี พ.ศ. 2540 (Kasamaporn and Nopporn, 2000) ด้วยเหตุผลดังกล่าวรัฐบาลจึงได้ทบทวนแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยหันกลับไปพัฒนาภาค

เกษตรกรรมและชุมชนโดยให้ความสำคัญมุ่งเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน และพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเพื่อให้ชุมชนพึ่งพาตนเอง และได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น

การเสริมสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน จึงได้ถือกำเนิดขึ้นในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ปัจจุบันจำนวนวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยมีประมาณ 64,000 แห่ง โดยมีรายได้รวมทั้งสิ้น 70,000 – 80,000 ล้านบาท (Department of Agricultural Extension, 2016) โดยหากยกระดับวิสาหกิจชุมชนเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม ซึ่งเปิดโอกาสให้สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนได้มีบทบาทแก้ไขปัญหาสังคมด้วยกันย่อมก่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนและยกมาตรฐานความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น (Conger and Pearce, 2003) อย่างไรก็ตามวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของชุมชนได้อย่างยั่งยืน ด้วยเหตุดังกล่าว รัฐบาลจึงให้ความสำคัญการพัฒนาธุรกิจ ควบคู่กับการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรม และสร้างสังคมคุณภาพ จึงผลักดันนโยบายกิจการเพื่อสังคม (Social enterprise) เช่นเดียวกันกิจการเพื่อสังคมในต่างประเทศ เช่น กิจการเพื่อสังคมในประเทศอังกฤษ ประสบความสำเร็จอย่างมาก โดยมีกิจการเพื่อสังคมกว่า 62,000 แห่ง ครอบคลุมทั้งทางด้านสุขภาพ พลังงาน การศึกษา สิ่งแวดล้อม สวัสดิการสังคม เป็นต้น มีมูลค่าการประกอบการรวมมากกว่า 1.4 ล้านล้านบาทและมีการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 5 (Social Enterprise UK, 2013)

สำหรับประเทศไทย วิสาหกิจเพื่อสังคมยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากนัก ส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบของสหกรณ์ เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก และกระจายตัวอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ทั่วทุกภูมิภาค ดังนั้นการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งในการดำเนินกิจการ ตลอดจนแนวทางในการบริหารจัดการและการรับมือกับปัญหาหรืออุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น จึงจำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐเป็นอย่างมาก เพื่อยกระดับให้เป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคมให้เพิ่มมากขึ้น

ดังนั้นหากสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนได้เข้าใจถึงกลไก และประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชน เพื่อสังคมอย่างถ่องแท้จะเป็นกลไกสำคัญให้วิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคมขยายตัวมากขึ้นในประเทศไทย การเข้าใจการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร ช่วยให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถจัดแนวทางการยกระดับการเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคมเช็กเช่นกับผู้ประกอบการทางสังคมที่เพิ่มขึ้นทั้งปริมาณและคุณภาพขึ้นในประเทศไทย ดังนั้นผู้วิจัยสนใจศึกษา การรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร เพื่อให้ชุมชนทราบถึงการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร รวมถึงเพื่อนำไปสู่การพัฒนาตัว

แบบการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกาย
ในจังหวัดสกลนครต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร
2. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเรื่อง “การรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร” เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ และเปรียบเทียบการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร รายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 48 แห่ง ซึ่งได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดสกลนคร มีสมาชิกจำนวน 580 คน
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดสกลนคร จำนวน 240 คน สุ่มตัวอย่างใช้วิธีการคำนวณของสุตรยามาเน (Yamane, 1981 : 127 อ้างถึงใน Jirawatkul, 2014 : 26) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

จากสูตร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น (การศึกษาครั้งนี้กำหนดให้เท่ากับ .05)

แทนค่าจากสูตร

$$n = \frac{580}{1+580(.05)^2}$$

$$= 236.73$$

$$\approx 240$$

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา และประสบการณ์

ตอนที่ 2 เป็นคำถามปลายปิดเกี่ยวกับการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ บุคลิกภาพ เจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งข้อคำถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Form) เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย ตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2563 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลา 3 เดือน โดยผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดสกลนคร จำนวน 240 คน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคม

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งเป็นสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequencies) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์การรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard

deviation) รวมทั้งการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ด้วยค่า F-test หากพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD)]

ผลการวิจัย (Research Results)

ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.42 มีอายุ 46 - 60 ปี ร้อยละ 46.67 จบการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 69.58 และ ประสบการณ์ในการประกอบวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกาย ระยะเวลามากกว่า 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 57.92

ระดับการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร พบว่า ภาพรวมของระดับการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนครอยู่ในระดับมาก ดังปรากฏผลตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร ในภาพรวม

การรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคม	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
บุคลิกภาพ	3.45	0.41	ปานกลาง
เจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ	4.11	0.32	มาก
บรรทัดฐานทางสังคม	3.64	0.52	มาก
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	3.70	0.40	มาก
ภาพรวม	3.62	0.40	มาก

ที่มา : จิตติ กิตติเลิศไพศาล และกัลยา กิตติเลิศไพศาล (2562 : 152)

จากตาราง 1 การรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 (S.D. =.40) เมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 (S.D. =.32) จัดอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ บรรทัดฐานทางสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 (S.D. =.43) จัดอยู่ในระดับมาก บุคลิกภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 (S.D. =.41) จัดอยู่ในระดับปานกลาง และลำดับสุดท้ายคือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 (S.D. =.45) จัดอยู่ในระดับปานกลาง

การวิเคราะห์เปรียบเทียบการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ดังปรากฏผลตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

การรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคม	เพศ	อายุ	การศึกษา	ประสบการณ์
บุคลิกภาพ	.35	.09	0.27	.25
เจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ	.11	.03*	0.32	.21
บรรทัดฐานทางสังคม	.24	.12	0.22	.12
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม	.10	.02*	0.30	.04
ภาพรวม	.17	.28	.16	.21

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า การรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน

การรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร เมื่อจำแนกตามอายุ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นรายด้าน ได้แก่ ด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ และด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสมาชิกที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปีจะมีการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคม (ด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ และด้านการรับรู้ความสามารถใน

การควบคุมพฤติกรรม) มากกว่ากลุ่มสมาชิกที่อายุระหว่าง 31-45 ปี 46-60 ปี และกลุ่มสมาชิกที่มีอายุมากกว่า 60 ปี

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ภาพรวมของการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขณะที่รายด้านมีเพียงด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสมาชิกที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไปจะมีการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคม (ด้านเจตคติในการเป็นผู้ประกอบการ) มากกว่าสมาชิกที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

ขณะที่การรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร เมื่อจำแนกตามประสบการณ์ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มสมาชิกที่มีประสบการณ์ระหว่าง 6 – 10 ปีมีการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมากกว่ากลุ่มสมาชิกที่มีประสบการณ์ระหว่าง 1 – 5 ปี และมากกว่า 10 ปี ขึ้นไป

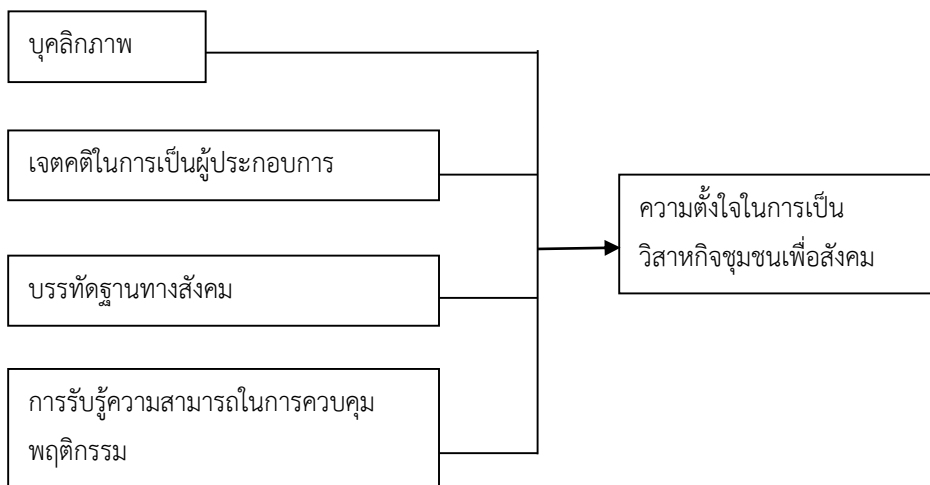
อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 46 - 60 ปี จบการศึกษต่ำกว่าระดับปริญญาตรี และ ประสบการณ์ในการประกอบวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายระยะเวลามากกว่า 10 ปีขึ้นไป เหตุผลที่เป็นเช่นนี้เพราะสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่มีประสบการณ์ในการดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนสามารถเข้าใจต่อการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shaw (2007) ได้ทำการศึกษาผู้ประกอบการเพื่อสังคมในประเทศสหราชอาณาจักร โดยทำการสุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการเพื่อสังคมจำนวน 80 ราย พบข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลที่น่าสนใจและสอดคล้องกับผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือผู้ประกอบการเพื่อสังคมในประเทศอังกฤษส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40-59 ปี รวมทั้งระดับการศึกษาและประสบการณ์มีส่วนสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม ขณะเดียวกันการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานศึกษาของ Rungsuk (2016) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ พบว่า ทศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้

ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์อยู่ในระดับสูง รวมทั้งสอดคล้องกับ Yothongyoth and Sukmuangma (2016) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ทักษะติดต่อการเป็นผู้ประกอบการและบรรทัดฐานทางสังคมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยกรุงเทพอยู่ในระดับสูง ผลดังกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นว่าการทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม เพราะหากบุคคลเชื่อมั่นในกลไกในการควบคุมตนเอง ย่อมส่งผลให้ตนเองสามารถทำงานหนึ่งๆได้สำเร็จด้วยความอดทน แม้ว่าจะมีอุปสรรคในการทำงานบ้างก็ตาม นอกจากนี้ Schwarz et al. (2009) กล่าวว่าทัศนคติมีความสำคัญพื้นฐานในการมุ่งมั่นสู่การเป็นผู้ประกอบการอีกด้วย ขณะเดียวกันการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร เมื่อจำแนกตามเพศไม่แตกต่างกันทั้งในภาพรวม และรายด้านทุกด้าน สอดคล้องกับ Pchoaree (2008 : 48) พบว่าการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาไม่แตกต่างกันเช่นกัน นอกจากนี้อายุ และประสบการณ์มีความสำคัญต่อการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Serneels (2008) กล่าวว่าคุณลักษณะส่วนบุคคล อันได้แก่ อายุ และประสบการณ์มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะผลักดันให้เกิดผู้ประกอบการเพื่อสังคม เนื่องจากองค์ประกอบเหล่านี้ช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม ตลอดจนการแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ ทางธุรกิจ (Barringer, Jones, and Neubaum, 2005)

องค์ความรู้ใหม่ (Originality and Body of Knowledge)

ความเข้าใจเรื่องการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร ทำให้เกิดแนวทางส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการทางสังคม เพื่อสร้างเครือข่ายทางสังคมในอันที่จะอำนวยความสะดวกทั้งทางสังคม และเศรษฐกิจของชุมชน และประเทศ ดังภาพ 1



ภาพที่ 1 ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการทางสังคม

จากภาพที่ 1 องค์ความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบของการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกายในจังหวัดสกลนคร เป็นองค์ความรู้พื้นฐานที่ช่วยให้เข้าใจถึงพื้นฐานในการที่จะขับเคลื่อนหรือส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนยกระดับสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม โดยหากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการยกระดับเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม ขณะเดียวกันส่งผลโดยอ้อมต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมสามารถออกแบบนโยบายที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม และผู้ประกอบการทางสังคม โดยเฉพาะการออกแบบหลักสูตร และการจัดกิจกรรมแบบบูรณาการเพื่อเสริมสร้างการเป็นวิสาหกิจชุมชนให้มากขึ้นในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 มีการศึกษาถึงการจัดหลักสูตรเพื่อยกระดับการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เพื่อปรับเปลี่ยนมุมมองของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนต่อการวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม

1.2 ส่งเสริมการแนวทางการเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคมไปยังวิสาหกิจชุมชนประเภทอื่น

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อสะท้อนให้เห็นองค์ประกอบการรับรู้การเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเชิงรายละเอียดด้านอื่น ๆ และในพื้นที่อื่นๆ

2.2 ควรศึกษาและพัฒนาแนวทางการยกระดับการเป็นผู้ประกอบการทางสังคมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนให้ครอบคลุมทุกประเภทของวิสาหกิจชุมชน

เอกสารอ้างอิง (References)

- Barringer, B., Jones, F. F., and Neubaum, D. (2005). A quantitative content analysis of the characteristics of rapid-growth firms and their founders. **Journal of Business Venturing**, 20(5), 663–687.
- Chayaporn, W and et al. (2010). **Organic agriculture community**. Bangkok : Sukhothai Thammathirat Open University.
- Conger, J. A., and Pearce, C. L. (2003). A landscape of opportunities: Future research in shared leadership. In C. L. Pearce & J. A. Conger (Eds.), **Shared Leadership** (pp. 285-303). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Department of Agricultural Extension. (2016). Number of community enterprises and networks that approve registration. **Title of Book**. Edition of Book. Place of Publication : Publisher Name. [In Thai]
- Jirawatkul, A. (2014). **Research Statistics How to choose appropriately**. Bangkok: Vapiyapat. [In Thai]
- Kasamaporn, P and Nopporn, C. (2000). The development approach of Small and Micro Community Enterprise Processing and Product Group Samutsongkram Province. *Silapakorn Educational Research Journal*. 5(1) : 108 – 120.
- Kittilertpaisan, J. and Kittilertpaisan, K. (2019). **Social entrepreneurs' model development of fabric and clothing community enterprise in Sakon Nakhon Province**. Sakon Nakhon: Sakon Nakhon Rajabhat University. [In Thai]

- Pchoaree, S. (2008). **Compare studies the ability to confront the problem, barriers and attitudes to the independent occupation of students of the school profession. Petchaburi Commercial Bank.** Master of Education (Business Studies). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. [In Thai]
- Retrieved September 12, 2014, from <http://socialenterprise.org.uk/about/about-social-enterprise/FAQs#what data>
- Rungsuk, A. (2016). **Factors affecting the willingness to be entrepreneurs of business administration students Rajamangala University of Technology Rattanakosin.** Rajamangala University of Technology Rattanakosin. [In Thai]
- Schwarz, E. J., Wdowiak, M. A., Almer-Jarz, D. A., and Breiteneker, R. J. (2009). **The effects of attitudes and perceived environment conditions on students' entrepreneurial intent: An Austrian perspective.** Education & Training, 51(4).
- Serneels, P. (2008). Human capital revisited: The role of experience and education when controlling for performance and cognitive skills. **Labour Economics**, 15(6), 1143–1161.
- Shaw, E. (2007). “Social entrepreneurship Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes”. **Journal of Small Business and Enterprise Development**. 14(3): 418-434.
- Social Enterprise UK. (2013). **Social Enterprise FAQs.** ”. [Online]. <http://socialenterprise.org.uk/about/about-social-enterprise/FAQs#what data>. Retrieved February 15, 2020.
- Yamane T. (1981). **Statistile and Introductory Analysis.** 3rd ed. New York : Harper & Row.
- Yothongyoth, M. and Sukmuangma, S. (2016). Factors influencing the intention to be entrepreneurs of undergraduate sons: Bangkok University case studies. **Suthiparithat**. 30(96): 103 – 115. [In Thai]