

แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก

Guidelines for Enhancing the Capacity of Social Entrepreneurs in Phop Phra District, Tak Province

ดุชนฎี มุกดาอ่อน (Dutsadee Mukda-on)^{1*}

ณัชชียา มัฟฟู (Natchiya Mofu)²

สุวัจนกานดา พูลเอียด (Suwatchanakanda Phuniat)³

ศิริศักดิ์ ศักดิ์ศิริคุณ (Sirisak Saksirikun)⁴

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก 2) เพื่อพัฒนารูปแบบผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมอำเภอพบพระ จังหวัดตาก 3) เพื่อพัฒนาคู่มือการใช้รูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมอำเภอพบพระ จังหวัดตาก เป็นการผสมผสานงานวิจัยเชิงปริมาณและงานวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างกับสถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง และการเก็บแบบสอบถามจากผู้ประกอบการ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักคือผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกโดยพิจารณาตามเหตุผลในการวิจัย โดยอาศัยความรอบรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล จำนวน 400 คน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ ผู้ประกอบการ ดำเนินธุรกิจมาไม่ต่ำกว่า 2 ปี ประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม อำเภอพบพระจำนวน 5 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 3 ชนิด คือ 1) แบบสัมภาษณ์ 2) สอบถาม 3) สทนากลุ่ม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ละสถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) และการวิเคราะห์ในรูปแบบนิรนัย (Deductive Reasoning)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุน้อยกว่า 35 ปี ระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีประสบการณ์ทำงานอยู่ที่ น้อยกว่า 5 ปี ระยะเวลาการดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี บุคลากรในองค์กร จำนวนน้อยกว่า 50 คน ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีแบบขั้นตอน (Stepwise) พบว่ามีตัวแปรอิสระทั้งหมด 4 ตัวแปร ที่เข้าสู่สมการถดถอยพหุคูณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ มิติด้านความเป็น

¹ สาขาวิชาการการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก (Program in Tourism and Hospitality, Faculty of Business Administration and Liberal Arts , Rajamangala University of Technology Lanna Tak) E-mail: (paewwaew12@rmutl.ac.th)

² สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก (Management, Faculty of Business Administration and Liberal Arts , Rajamangala University of Technology Lanna Tak) E-mail: natchiyamofu@rmutl.ac.th

³ สาขาวิชาการการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก (Program in Tourism and Hospitality, Faculty of Business Administration and Liberal Arts , Rajamangala University of Technology Lanna Tak) E-mail: pooleaid@rmutl.ac.th

⁴ สาขาวิชาการการท่องเที่ยวและการบริการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก (Program in Tourism and Hospitality, Faculty of Business Administration and Liberal Arts , Rajamangala University of Technology Lanna Tak) E-mail: clikflip@gmail.com

*Corresponding author, e-mail: paewwaew12@rmutl.ac.th

ผู้ประกอบการ มิติด้านการบริหารจัดการ มิติด้านการตลาดธุรกิจบริการที่เกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม มิติด้านความรู้และเทคโนโลยี โดยมีค่าประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) โดยมีค่าประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) เท่ากับ .673 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นการเพิ่มขึ้นในด้านความรู้และเทคโนโลยี (T) จะทำให้ค่าความสำเร็จของธุรกิจเพิ่มขึ้น 0.355 หน่วย ขณะที่การส่งเสริมด้านการตลาดธุรกิจบริการเพื่อสังคม (SBC) จะช่วยเพิ่มความสำเร็จ 0.280 หน่วย ด้านความเป็นผู้ประกอบการ (ETP) มีผลต่อความสำเร็จในระดับ 0.169 หน่วย และสุดท้าย ด้านการบริหารจัดการ (M) มีผลต่อความสำเร็จในระดับ 0.118 หน่วย ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อความสำเร็จของธุรกิจเพื่อสังคมในพื้นที่ คือ ด้านความรู้และเทคโนโลยี รองลงมาคือ ด้านการตลาดธุรกิจบริการเพื่อสังคม ตามด้วย ด้านความเป็นผู้ประกอบการ และด้านการบริหารจัดการ ตามลำดับ

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา ธุรกิจเพื่อสังคม ผู้ประกอบการ ความสำเร็จของธุรกิจเพื่อสังคม

วันที่รับบทความ : 30 เมษายน 2568 วันที่แก้ไขบทความ : 19 สิงหาคม 2568 วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 19 สิงหาคม 2568

Abstract

This study aimed to (1) examine the factors influencing the potential of social enterprise entrepreneurs in Phop Phra District, Tak Province; (2) develop a model for social enterprise entrepreneurs in the district; and (3) produce a user manual for applying the developed model. A mixed-methods approach, combining quantitative and qualitative research, was employed. Data were collected through semi-structured interviews with relevant establishments and questionnaires distributed to entrepreneurs. The target population consisted of social enterprise entrepreneurs in Phop Phra District, selected purposively based on their knowledge, expertise, and experience. For the quantitative phase, 400 entrepreneurs were included, while the qualitative data were obtained from five entrepreneurs who had operated their businesses for no fewer than two years.

The research instruments comprised: (1) interview forms, (2) questionnaires, and (3) focus group discussions. Data were analyzed using descriptive statistics, including percentages, means, and standard deviations, together with inferential statistics such as exploratory factor analysis (EFA) and deductive reasoning.

The findings revealed that most respondents were male, under 35 years of age, had educational levels below a bachelor's degree, possessed less than five years of work experience, had operated their enterprises for fewer than five years, and employed fewer than 50 staff members. Multiple regression analysis using the stepwise method indicated that four independent variables significantly predicted business success at the 0.05 level: entrepreneurial traits (ETP), management (M), service business marketing related to social enterprise (SBC), and knowledge and technology (T). The regression model yielded an adjusted R^2 of 0.673, confirming strong predictive power. Specifically, an increase in knowledge and technology (T) contributed to a 0.355-unit increase in business success, followed by service business marketing (SBC) with a 0.280-unit increase, entrepreneurial traits (ETP) with a 0.169-unit increase, and management (M) with a 0.118-unit increase. These results demonstrate that knowledge and technology had the greatest influence on

the success of social enterprises in Phop Phra District, followed by marketing, entrepreneurial traits, and management, respectively.

Keywords: Development Guidelines, Social Enterprise, Entrepreneurs, Business Success of Social Enterprises

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

รูปแบบอุตสาหกรรมและการพัฒนาเศรษฐกิจในสังคมปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เนื่องจากความก้าวหน้าทางสังคม เทคโนโลยี การขนส่ง การติดต่อสื่อสารที่พัฒนาอย่างรวดเร็วและการเปิดกว้างเสรีทางการค้า และก้าวไกลไปถึงการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เชื่อมโยงไปถึงการขยายตัวทางการค้า เศรษฐกิจ การแลกเปลี่ยนสินค้า ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างประเทศทั่วโลก ผู้ประกอบการเพื่อสังคม (social entrepreneur) หรือธุรกิจเพื่อสังคมเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการหรือธุรกิจเป็นผู้มีจิตสาธารณะที่ใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้จากโลกธุรกิจที่ประชาชนทั่วไปเข้าไม่ถึง คิดค้น พัฒนา และลงมือปฏิบัติดำเนินกิจการ กิจกรรมที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและคุ้มค่าเมื่อเทียบกับต้นทุน ซึ่งก็คือธุรกิจต้องสร้างกำไรให้อยู่ได้โดยไม่ต้องพึ่งเงินบริจาค แต่การประกอบกิจการธุรกิจเพื่อสังคมแตกต่างจากการประกอบกิจการธุรกิจทั่วไปตรงที่เป้าหมายไม่ได้อยู่ที่ “การทำกำไรสูงสุด” หากแต่อยู่ที่การสร้าง “ผลตอบแทนทางสังคมสูงสุด” (Maximized social return) และสามารถบูรณาการการช่วยเหลือชุมชนโดยรอบในการสร้างรายได้ให้เกิดเป็นเครือข่ายทางธุรกิจร่วมกัน (การจดทะเบียนธุรกิจและผลการให้บริการพัฒนา (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560)

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เป็นยุทธศาสตร์ชาติ ฉบับแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อความสุขของคนไทยทุกคน (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2560) การประกอบการและธุรกิจเพื่อสังคมถูกเชื่อมโยงเข้าสู่ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ด้านที่ 5 ในการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ เสริมสร้างผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีทั้งจิตวิญญาณและทักษะที่มีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน ซึ่งก็ต่อยอดสู่ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคในสังคม ในประเด็นที่ 2 การกระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจสังคมและเทคโนโลยี การสร้างชีวิตและสังคมที่มีคุณภาพปลอดภัย ให้สามารถตอบสนองต่อสังคม และประเด็นที่ 3 การเสริมสร้างพลังทางสังคม สร้างสังคมที่เข้มแข็งที่แบ่งปันไม่ทอดทิ้งกัน และมีคุณธรรมโดยสนับสนุนการรวมตัวและดึงพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม ได้สนับสนุนยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมประเด็นที่ 4 เรื่องของการพัฒนาพื้นที่เมือง ชนบท เพื่อมุ่งเน้นความเป็นเมืองที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาเครือข่ายองค์กรพัฒนาเมืองและชุมชน รวมทั้งการสร้างกลุ่ม ด้วยกลไกการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในท้องถิ่น (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2560) ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมในการที่จะช่วยพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน และมีมิติของการบริหารจัดการ ภาคีเครือข่ายภาครัฐและเอกชนที่ยังขาดความต่อเนื่องและความยืดหยุ่นในการตอบสนองความต้องการในการแก้ปัญหาของประชาชนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

อำเภอพบพระตั้งอยู่ทางตอนใต้ของจังหวัดตาก มีพรมแดนติดกับประเทศเมียนมา เป็นพื้นที่ภูเขาและที่ราบสูง มีประชากรส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น กะเหรี่ยง ม้ง และไทยพื้นราบ ซึ่งมีวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายพื้นที่นี้มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ เช่น ป่าไม้ น้ำตก และพื้นที่เกษตรกรรมที่เหมาะสมสำหรับปลูกพืชเมืองหนาว เช่น กาแฟ ผักผลไม้ สมุนไพร และดอกไม้เมืองหนาว นอกจากนี้ ยังมีการรวมกลุ่มของชุมชนในรูปแบบของกลุ่มอาชีพ วิสาหกิจชุมชน และกลุ่มแม่บ้านที่ขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมโดยอาศัยทุนทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ ธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอพบพระมีลักษณะเด่น คือ เป็นธุรกิจพื้นฐานจากชุมชน ผลิภัณฑ์

ท้องถิ่นและสินค้าวัฒนธรรม ท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอพบพระที่ผู้วิจัยเลือกมา 15 สถานประกอบการ ในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญและสนใจที่จะศึกษาวิจัยเพื่อที่จะได้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก โดยสามารถพัฒนารูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพและนำไปสู่การสร้างรูปแบบ (Model) การใช้รูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน และแนวคิดที่ผู้วิจัยได้จัดแบ่งไว้เป็น 3 แนวคิด กว้าง ๆ คือ ความหมายผู้ประกอบการตามแนวคิดการเป็นผู้ริเริ่ม และผู้สร้างใหม่ แนวคิดการเป็นผู้จัดการธุรกิจ และแนวคิดผู้รับความเสี่ยง สามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ริเริ่มสร้างกิจกรรมใหม่ด้วยตนเอง โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในการบริหารทรัพยากรของธุรกิจด้วยวิธีการใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามเป้าหมายขององค์การ ด้วยรับผลตอบแทนที่เป็นกำไร และยอมรับความเสี่ยงที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาคู่ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก
- 1.2.2 เพื่อพัฒนารูปแบบผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมอำเภอพบพระ จังหวัดตาก
- 1.2.3 เพื่อพัฒนาคู่่มือการใช้รูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมอำเภอพบพระ จังหวัดตาก

1.3 สมมติฐานการวิจัย

เป็นการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม ในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือมีนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยแบบวิธีขั้นตอน (Stepwise)

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการธุรกิจธุรกิจเพื่อสังคม

แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	sig
Regression	15.242	7	2.177	118.048	.000
Residual	7.230	392	.018		
Total	22.472	399			

กรอบแนวคิดรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งต่อความสำเร็จของธุรกิจเพื่อสังคม ประกอบด้วย ตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกทางตรง 4 ตัวแปร คือ ด้านความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาดธุรกิจบริการที่เกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม และด้านความรู้และเทคโนโลยี

1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

2.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหาของงานวิจัยนี้ ได้แก่ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพของผู้ประกอบการด้านความเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ริเริ่มสร้างกิจกรรมใหม่ด้วยตนเอง โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในการบริหารทรัพยากรของธุรกิจด้วยวิธีการใหม่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามเป้าหมายขององค์กร ด้วยรับผิดชอบต่อหน้าที่เป็นกำไร และยอมรับความเสี่ยงที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจด้านการบริหารจัดการ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ การตลาดธุรกิจเพื่อสังคม ความรู้และเทคโนโลยีสำหรับผู้ประกอบการ ธุรกิจเพื่อสังคม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การบริหารจัดการ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ (สมคิด บางโม, 2545)

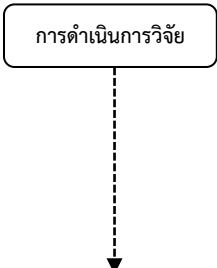
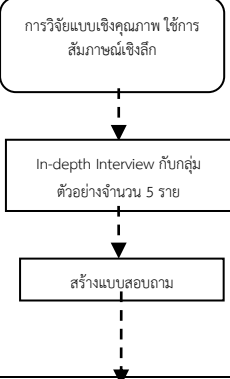
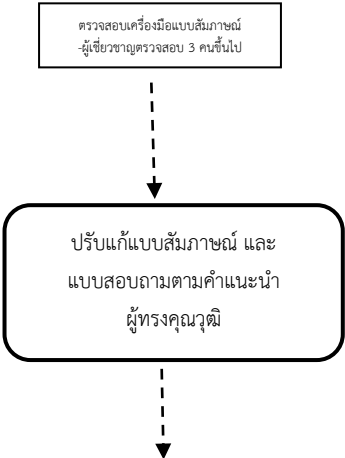
2.2 ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการระหว่างเดือนตุลาคม 2566 – เดือนกันยายน 2567 รวม 12 เดือน

2.3 ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดผู้ให้ข้อมูลเชิงปริมาณ คือผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอบพพระ จังหวัดตาก โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกโดยพิจารณาตามเหตุผลในการวิจัย โดยอาศัยความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล จำนวน 400 คน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ คือเป็นผู้ประกอบการ ดำเนินธุรกิจมาไม่ต่ำกว่า 2 ปี ประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม อำเภอบพพระ จำนวน 5 ราย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนการปฏิบัติการวิจัยได้

ลำดับ	ขั้นตอน	วิธีดำเนินการ	ผลลัพธ์
1		ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพของผู้ประกอบการในเขตอำเภอบพพระ จังหวัดตากเพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสัมภาษณ์	ข้อมูลจากทฤษฎีแนวคิด งานวิจัยสำหรับการสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก
2		2.1 สร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) 2.2 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการจำนวน 5 ราย 2.3 รวบรวมและวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อสร้างแบบสอบถาม	- แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง - ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับการสร้างแบบสอบถาม
3		3.1 สร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ 3.2 เสนอผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยการหาค่า IOC 3.3 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม 3.4 ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น	แบบสอบถามสำหรับใช้รวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ผ่านการพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

		(Reliability)	
4	Questionnaire กับ กลุ่มผู้ประกอบการ	ร ว บ ร ร ม ขั อ มู ล แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการ	แบบสอบถามที่รวบรวม ได้จากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการ
5	วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ	5.1 ต ร ว จ ส อ บ ค ว า ม สมบูรณ์ของแบบสอบถาม 5.2 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหา องค์ประกอบที่ส่งผลต่อ ศักยภาพของผู้ประกอบการ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ องค์ประกอบ	- แบบสอบถามที่ ตรวจสอบความ สมบูรณ์แล้ว - ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลการวิเคราะห์ องค์ประกอบ
6	ร่างรูปแบบและทำแบบประเมิน จัดประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) ปรับแก้รูปแบบ ตามคำแนะนำ ผู้ทรงคุณวุฒิ	6.1 จัดทำ (ร่าง) รูปแบบ การพัฒนาผู้ประกอบการ และแบบประเมินความ เหมาะสมของ (ร่าง) รูป แบบฯ 6.2 จัดประชุมสนทนากลุ่ม ปรึกษาวิเคราะห์ (Focus Group Discussion) ผู้ทรงคุณวุฒิ 6.3 ปรับปรุงแก้ไข (ร่าง) รูปแบบฯ ตามข้อเสนอแนะ ของผู้ทรงคุณวุฒิ	รูปแบบการพัฒนา ผู้ประกอบการ
7	ร่างคู่มือและทำแบบประเมิน เสนอผู้ทรงคุณวุฒิ ปรับแก้รูปแบบ ตามคำแนะนำ ผู้ทรงคุณวุฒิ	7.1 จัดทำ (ร่าง) คู่มือการใช้ รูปแบบการพัฒนา ผู้ประกอบการและแบบ ประเมิน ความเหมาะสม ของ (ร่าง) คู่มือฯ 7.2 เสนอผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาความเหมาะสม (ร่าง) คู่มือฯ 7.3 ปรับปรุง แก้ไข (ร่าง) คู่มือฯ ตามข้อเสนอแนะ ของผู้ทรงคุณวุฒิ	คู่มือการใช้รูปแบบ การพัฒนา ผู้ประกอบการ
8	เสนอผู้ทรงคุณวุฒิ		

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 3 ชนิด คือ 1) แบบสัมภาษณ์ 2) สอบถาม 3) สนทนากลุ่ม ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการ การประชุมสนทนากลุ่มประชาพิเคราะห์ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการ เพื่อตรวจสอบองค์ประกอบที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจในเขตอำเภอพบพระ จังหวัดตาก ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมที่ได้จากแบบสอบถาม ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น การวิจัยเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ละสถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) และการวิเคราะห์ในรูปแบบนิรนัย (Deductive Reasoning) เป็นการวิจัยเพื่อพิสูจน์ทฤษฎีที่มีอยู่แล้วว่าใช้ได้หรือไม่โดยการใช้ข้อมูลในปัจจุบันไปทดสอบยืนยันผ่านการวิจัย นำเสนอด้วยตาราง และอธิบายเพิ่มเติมสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้ข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร สํารวจ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ นำมาวิเคราะห์ข้อคำถามปลายเปิดด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) หลังจากนั้นทำการสังเคราะห์ สรุปจากแบบสำรวจ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ แล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา มุ่งพัฒนาและสร้างองค์ความรู้ ศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการอำเภอพบพระ จังหวัดตาก เพื่อพัฒนารูปแบบผู้ประกอบการ และเพื่อพัฒนาคู่มือการใช้รูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการอำเภอพบพระ จังหวัดตาก

3. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 35-45 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ประสบการณ์ทำงาน น้อยกว่า 5 ปี ระยะเวลาการดำเนินการน้อยกว่า 5 ปี และมีบุคลากรในองค์กรจำนวนน้อยกว่า 50 คน ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีแบบขั้นตอน (Stepwise) พบว่ามีตัวแปรอิสระทั้งหมด 4 ตัวแปร ที่เข้าสู่สมการถดถอยพหุคูณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาดธุรกิจบริการที่เกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม และด้านความรู้และเทคโนโลยี โดยมีค่าประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนเป็นสมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ได้ดังนี้

ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสมการ ของการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเพื่อสังคม

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการ ปฏิบัติงานของผู้ประกอบการธุรกิจธุรกิจเพื่อสังคม

ตัวแปร	B	SE	Beta	T	Sig
ค่าคงที่	.370	.111		3.350	.001
1. ด้านความเป็นผู้ประกอบการ	.169	.036	.130	4.725	.000
2. ด้านการบริหารจัดการ	.118	.036	.142	3.247	.001
3. ด้านการตลาดธุรกิจบริการที่เกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม	.280	.040	.345	7.030	.000
4. ด้านความรู้และเทคโนโลยี	.355	.037	.384	9.575	.000
R= .919 R Square=.845 F=538.713					
Adjusted R Square =.844 SEE =.09388 Sig=.000					

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีแบบขั้นตอน (Stepwise) พบว่ามีตัวแปรอิสระทั้งหมด 4 ตัวแปร ที่เข้าสู่สมการถดถอยพหุคูณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาดธุรกิจบริการที่เกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม ด้านความรู้และเทคโนโลยี โดยมีค่าประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) เท่ากับ .884 หมายถึงข้อคำถามด้านความเป็น

ผู้ประกอบการ ข้อคำถามด้านการบริหารจัดการ ข้อคำถามด้านการตลาดธุรกิจบริการที่เกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม ข้อคำถามด้านความรู้และเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเพื่อสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม ในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก ได้ร้อยละ 88.4

ในลักษณะนี้แสดงว่าปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาดธุรกิจบริการที่เกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม ด้านความรู้และเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจเพื่อสังคม ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม ในเขตอำเภอพบพระ จังหวัดตากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยสามารถเขียนเป็นสมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ได้ดังนี้

$$Y = .370 + .355 (T) + .280 (SBC) + .169 (ETP) + .118 (M)$$

Y= ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ

ETP = ด้านความเป็นผู้ประกอบการ

M = ด้านการบริหารจัดการ

SBC = ด้านการตลาดธุรกิจบริการที่เกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม

T = ด้านความรู้และเทคโนโลยี

จากสมการพยากรณ์ ปัจจัย ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเพื่อสังคมของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม ในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในการพยากรณ์ได้ดีที่สุดเมื่อเทียบกับค่าคงที่ คือ ด้านความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาดธุรกิจบริการที่เกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม ด้านความรู้และเทคโนโลยี

3.1.1 การสรุปผลการสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจเพื่อสังคม 15 ราย มีดังนี้

ด้านความเป็นธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก ธุรกิจส่วนใหญ่ยังไม่ใช้ธุรกิจสังคม 100% แต่มีความเป็นธุรกิจเพื่อสังคมในส่วนใดส่วนหนึ่ง ซึ่งมีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของธุรกิจในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก และมีการส่งเสริมชุมชน ท้องถิ่น สนับสนุนการใช้วัตถุดิบ การซื้อขาย ทำกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้ กระจายรายได้ให้กับสังคม ท้องถิ่นชุมชน รวมถึงการดูแล สิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ

ความเป็นผู้ประกอบการ มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจเพื่อสังคม คุณสมบัติของผู้ประกอบการที่มีวิสัยทัศน์ ความคิดสร้างสรรค์ ภาวะผู้นำ และความยืดหยุ่น ล้วนส่งผลต่อประสิทธิภาพ การแข่งขัน และนวัตกรรมของธุรกิจ

การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีกลยุทธ์ที่ชัดเจน บริหารจัดการทรัพยากร การเงิน การตลาด ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเพื่อสังคม

การตลาดธุรกิจบริการเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจเพื่อสังคม กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สร้างการรับรู้ กระตุ้นการมีส่วนร่วม และขยายฐานลูกค้า

ความรู้และเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจเพื่อสังคม ช่วยให้ธุรกิจพัฒนาสินค้า บริการ เพิ่มประสิทธิภาพ ขยายการเข้าถึง สร้างความโปร่งใส และเสริมสร้างธรรมาภิบาล เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานรวมถึง ความรู้ด้านธุรกิจ การเงิน การตลาด ทักษะการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การสื่อสาร มีความจำเป็นต่อความสำเร็จ (สรวงอัยย์ อนันทวิจิตร และคณะ, 2558)

ธุรกิจเพื่อสังคม (SE) (EMES International Research Network, 2015) มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ธุรกิจเพื่อสังคม สร้างงาน พัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่น ธุรกิจเพื่อสังคมแก้ปัญหาต่าง ๆ เช่น ความยากจน การศึกษา สุขภาพ และสิ่งแวดล้อม ธุรกิจเพื่อสังคมพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อำเภอพบพระ มีศักยภาพสูง มีทรัพยากรธรรมชาติ เหมาะสำหรับการเกษตร การท่องเที่ยว และธุรกิจอื่น ๆ มีแรงงานมีประชากรวัยทำงานจำนวนมาก มีนโยบายสนับสนุนภาครัฐมีนโยบายส่งเสริม ธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอพบพระ จังหวัดตาก ซึ่งก็ถือว่าการเผชิญความท้าทาย แต่ก็ขาดแคลนเงินทุน ธุรกิจเพื่อสังคมต้องการเงินทุนสนับสนุน

ต้องการบุคลากรที่มีความรู้และทักษะ ต้องการช่องทางจำหน่ายสินค้าและบริการ และการพัฒนาอย่างต่อเนื่องไปจนถึงขนาดของธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอบพพระ ปัจจุบันมีแนวโน้มเติบโต ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคม มีโอกาสขยายธุรกิจ มีโอกาสขยายธุรกิจไปยังตลาดใหม่ มีโอกาสสร้าง Impact แก่ปัญหาสังคม มีบทบาทสำคัญต่อ การพัฒนาเศรษฐกิจการสร้างงาน พัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่นซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยทำให้เกิดความมั่นคงยั่งยืนเกิดขึ้น

3.1.2 องค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมโดยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณสามารถสรุปเป็นรายด้านได้ดังนี้

3.1.2.1 ด้านความเป็นผู้ประกอบการ ผลจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอนขององค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งมีค่า เบต้าที่ 0.169 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กัน

3.1.2.2 ด้านการบริหารจัดการ ผลจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอนขององค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งมีค่า $\beta = 0.118$ ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กัน

3.1.2.3 ด้านการตลาดธุรกิจบริการที่เกี่ยวกับธุรกิจเพื่อสังคม ผลจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอนขององค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งมีค่า $\beta = 0.280$ ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กัน

3.1.2.4 ด้านความรู้และเทคโนโลยี ผลจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอนขององค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม ซึ่งมีค่า $\beta = 0.355$ ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กัน (สรุชัย ภัทรบรรเจิด, 2566)

4. อภิปรายผล

การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ ธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอบพพระ จังหวัดตาก สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ เสนอแนะควรเพิ่มการอภิปราย ปัจจัยที่สามารถทำนายความสำเร็จของธุรกิจเพื่อสังคม ก่อนการอภิปรายประเด็นอื่น ๆ

4.1.1 ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ

ในด้านการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ความอดทนต่อปัญหา อุปสรรค และสถานการณ์ที่ บีบบังคับของธุรกิจ เพื่อให้การบริหารงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด เนื่องจากในตัวผู้ประกอบการเองมีความมีความสมบัติตั้งข้อนี้เนื่องจากจะสามารถทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้ การมีแพชชั่นหรือการกระตือรือร้นในธุรกิจ ถือว่าเป็นสิ่งที่จะสามารถทำให้ธุรกิจสามารถประสบความสำเร็จได้ ความกล้าที่จะเผชิญกับปัญหา จะสามารถทำให้ธุรกิจเกิดความเข้มแข็งขึ้น ทำให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตขึ้นได้ ผู้ประกอบการพึงมีความมุ่งมั่น ทะเยอทะยานในการทำธุรกิจของตนเอง พร้อมทั้งกล้าตัดสินใจในขณะที่กำลังพบเจอปัญหา เพื่อที่จะสามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อธุรกิจ พนักงานภายในองค์กร และลูกค้า

4.1.2 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ

ในด้านการบริหารจัดการ ด้านของการจัดการระบบการทำงานภายในองค์กร เพื่อการทำงานในองค์กรอย่างเป็นระบบ เมื่อวิเคราะห์รายชื่อแล้วพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ กำหนดนโยบาย กลยุทธ์สื่อสารให้พนักงานทุกระดับรับรู้และเข้าใจเพื่อนำการปฏิบัติ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ประสานงานและเชื่อมโยงการทำงานทั้งภายนอกและภายใน องค์การรวมทั้งการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด กรอบแนวคิด รูปแบบของธุรกิจที่ ชัดเจนเป็นรูปธรรมสามารถ ดำเนินการได้ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด จัดโครงสร้างกำหนดกลุ่มงานและผู้รับผิดชอบดำเนินงานตามสายการบังคับบัญชา ซึ่งในโดยรวมของด้านการบริหารการจัดการ ผู้ประกอบการควรมีการจัดการความพร้อมในเรื่องของระบบการทำงาน การแบ่งงานและการสื่อสารภายในการทำงานเพื่อที่จะสามารถทำให้

การทำงานภายในองค์กรเป็นไปตามระบบ และรวดเร็วต่อการทำงาน ผู้ประกอบการต้องมีทักษะเกี่ยวกับการประยุกต์ปรับตัวต่อการทำงานในรูปแบบต่าง ๆ ตามสถานการณ์ภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการ เนื่องจากการบริหารงานภายในองค์กร รวมไปถึงการบริหารพนักงานทุกคนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงาน

4.1.3 ปัจจัยด้านการตลาดธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเพื่อสังคม

การตลาดที่เกี่ยวข้องในธุรกิจเพื่อสังคม เป็นแนวคิดที่จะใช้การตลาดเข้าไปจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมไปในทางที่ดีขึ้น โดยมีจุดประสงค์เพื่อมอบประโยชน์ต่อตัวผู้บริโภคหรือสังคม และไม่เน้นการขายสินค้าหรือบริการ ซึ่งต่างจากกลยุทธ์การตลาดแบบอื่นที่มักจะเน้นการสร้างกำไรหรือเพิ่มยอดขาย ซึ่งการตลาดธุรกิจเพื่อสังคมในยุคปัจจุบันมีการทำการตลาดที่หลากหลายรูปแบบตามยุคกระแส เพื่อที่จะสามารถทำให้เกิดความสนใจในตัวของผู้ผลิตสินค้าได้ การตลาดถือเป็นปัจจัยหลัก ๆ ที่จะสามารถทำให้ธุรกิจรู้ถึงผลประโยชน์ทางธุรกิจ เพื่อที่จะสามารถนำไปวางแผนทางการตลาดได้ (Galera & Borzaga, 2000)

4.1.4 ด้านความรู้และเทคโนโลยี

ความรู้และเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันมีส่วนช่วยในการประกอบธุรกิจอย่างมาก เพื่อที่จะสามารถทำให้การทำงานของพนักงานง่ายขึ้น และยังทำให้ธุรกิจสามารถประหยัดต้นทุนในการดำเนินงานได้ ซึ่งหลาย ๆ ธุรกิจได้นำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยไม่ว่าจะเป็นช่วยเหลือเรื่องของการผลิต การมีเครื่องจักรที่สามารถช่วยลดต้นทุนแรงงานของกำลังคนลงได้ ช่วยในเรื่องของการจัดการภายใน การทะเบียนของพนักงาน การบันทึกเวลาการทำงานของพนักงาน การเก็บรวบรวมข้อมูลขององค์กร และยังมี AI (Artificial Intelligence) หรือที่รู้จักกันในชื่อปัญญาประดิษฐ์ เป็นแนวคิดที่อยู่กับสังคมมานาน และด้วยเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างก้าวกระโดด ทำให้ AI เริ่มมีบทบาทในด้านธุรกิจออนไลน์มากขึ้น ซึ่งข้อดีของ AI ที่เข้ามาเป็นอีกหนึ่งวิธีขายของออนไลน์

4.1.5 ตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม

ด้านการงานเชิงรุก

การทำงานเชิงรุกในธุรกิจถือว่าเป็นกลยุทธ์ของธุรกิจที่ดำเนินการอย่างรวดเร็ว เพื่อที่จะสามารถดึงดูดลูกค้าได้ไวและก่อนธุรกิจอื่น ซึ่งจะสามารถทำให้เป็นธุรกิจแนวหน้าของตลาดได้ ผู้ประกอบการควรที่จะมองสถานการณ์ในปัจจุบัน มองตลาดและธุรกิจอื่น เพื่อที่จะสามารถคิดกลยุทธ์ที่แตกต่างจากธุรกิจอื่นได้ การศึกษาค้นคว้า เพื่อหาจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ จะสามารถทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อได้ง่ายมากขึ้น และยังถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความแตกต่าง

ด้านความมุ่งมั่นและอดทน

ความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการจะแสดงของความกระตือรือร้นในการดำเนินธุรกิจ ผู้ที่ต้องการทำธุรกิจเป็นของตนเองจำเป็นต้องมีสัญชาตญาณของความเป็นผู้ประกอบการ และมีความขวนขวายในการหาช่องทางในการลงทุนทำธุรกิจอยู่เสมอ ดังนั้นผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการ จำเป็นจะต้องไม่สะทกสะท้านกับปัญหาอุปสรรคใด ๆ ที่เกิดขึ้นมีแต่ความตั้งใจแน่วแน่ว่าจะทำ ต้องทำให้ได้แม้จะเหน็ดเหนื่อยอย่างไรก็ต้องอดทน ทำงานหนักต่อไปและมีความผูกพันกับงานที่ทำเพื่อให้เกิดความสำเร็จ ซึ่งผู้ประกอบการควรมีคุณสมบัติความกล้าเสี่ยง ชอบทำงานที่ท้าทายความรู้และความสามารถของตนเอง มีวิสัยทัศน์กว้างไกลเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ สามารถที่จะวิเคราะห์เหตุการณ์ในอนาคตข้างหน้าได้อย่างแม่นยำและพร้อมรับเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลง มีความเชื่อมั่นในตนเองผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จมักจะเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง มีความเป็นอิสระและพึ่งตนเองได้ มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยว เข้มแข็งมีลักษณะเป็นผู้นำ และมีความเชื่อมั่นที่จะพิชิตเอาชนะสิ่งแวดลอมที่น่าสะพรึงกลัวได้ มีความทะเยอทะยาน และไม่ประเมินความสามารถของตนเองสูงเกินไป

ด้านผลิตภัณฑ์

ทุกสิ่งทั้งนี้การตลาดนำมาเสนอกับตลาด เพื่อเรียกร้องความสนใจ เพื่อการได้กรรมสิทธิ์ หรือเพื่อการอุปโภคบริโภค ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจะสามารถทำให้ลูกค้ากลับมาเลือกซื้อซ้ำได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์ต้องมีราคาที่เหมาะสมผลด้วย รวมถึงการผลิตที่มีคุณภาพ การเลือกใช้วัตถุดิบในการผลิตที่มีมาตรฐานรองรับ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ

ด้านความสามารถในการแข่งขัน

ความสามารถในการแข่งขันเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญหลาย ๆ ด้านที่จะนำไปสู่เป้าหมายสูงสุดของการพัฒนา ซึ่งในการพัฒนาจะคู่แข่งขันทางธุรกิจและพัฒนาธุรกิจของตัวเองเพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งจะถือว่าเป็นการพัฒนาธุรกิจของตัวเอง

ด้านการวางแผน

การวางแผนภายในองค์กรจะแสดงให้เห็นถึงภาพของอนาคตขององค์กร ว่าจะมีลักษณะแบบใด ซึ่งวางแผนเพื่อให้ได้ไปถึงเป้าหมายตามที่องค์กรได้วางไว้ ไม่ว่าจะเป็นแผนระยะสั้น หรือระยะยาว ในการวางแผนผู้ประกอบการอาจต้องพบเจอกับปัญหาที่อยู่นอกแผนที่วางไว้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีทักษะการแก้ไขปัญหา มองถึงสาเหตุของปัญหาได้

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ด้านสังคม ธุรกิจส่งเสริมช่วยเหลือชุมชนเครือข่ายที่เกิดจากงานวิจัย ก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนในพื้นที่จากการดำเนินกิจการภายในพื้นที่เป้าหมาย

5.2 ด้านเศรษฐกิจ เกิดต้นแบบนวัตกรรมทางธุรกิจ และการจ้างงานในพื้นที่ และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนในพื้นที่จากการดำเนินกิจการภายในพื้นที่เป้าหมาย

5.3 ด้านนโยบาย ข้อมูลและแนวทางที่ได้จากโครงการวิจัยนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาใช้กำหนดเป็นนโยบายในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอบพพระ จังหวัดตากในพื้นที่อื่น ๆ ต่อไปได้ในอนาคต

5.4 กิจกรรมการถอดบทเรียน การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม

6. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ความสามารถของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการ และส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจเพื่อสังคม และแนวปฏิบัติการใช้รูปแบบการพัฒนาพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม อำเภอบพพระ จังหวัดตาก



ภาพที่ 2 ต้นแบบ Model สำหรับผู้ประกอบการ

7. เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560). การจดทะเบียนธุรกิจและผลการให้บริการกรมพัฒนาธุรกิจการค้า.

http://www.dbd.go.th/ewt_news.php?nid=469402207&filename=index.

สมคิด บางโม. (2545). องค์การและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 3). วิทย์พัฒน์.

สรวยชัย อนันท์วิจักขณ์, สุภัททา ปิณฑะแพทย์, กุญชรี้ คำชาย และวิเชียร เกตุสิงห์. (2558, ตุลาคม-ธันวาคม).

องค์ประกอบของการเสริมสร้างศักยภาพของผู้บริหาร. วารสารการบริหารท้องถิ่น, 8(4), 76-93.

สำนักนายกรัฐมนตรี. (2560). ร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) (สรุปย่อ).

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด. (2552). ปัจจัยสู่ความสำเร็จในธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs.

<http://www.manager.co.th/Business/ViewNews.aspx?NewsID=9520000011977>.

EMES International Research Network. (2014). *Social Enterprise*.

<http://www.emes.net/about-us/focus-areas/social-enterprise>.

Galera, G. & Borzaga, C. (2009). Social enterprise: an international overview of its

conceptual evolution and legal implementation. *Social Enterprise Journal*, 5(3), 210-228.