

การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม
ในประเทศไทย: วิธีการวิจัยแบบผสม

The Corporate Sustainability Performance of Entrepreneurs (CSPE)
on Social Enterprise in Thailand: A Mixed Methods Approach

บุษกร ปังประเสริฐ¹

Butsakorn Pangprasert

อารีย์ นัยพินิจ²

Aree Naipinit

ภัทรวดี เพิ่มวณิชกุล³

Pattarawadee Permwanchagun

Article History

Received: January 8, 2020

Revised: September 18, 2020

Accepted: November 13, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีผลต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย และเพื่อเสนอรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมในการทดสอบสมมติฐาน เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ข้อมูลเชิงคุณภาพเก็บจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และข้อมูลเชิงปริมาณเก็บจากแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผู้ประกอบการและความสำเร็จด้านองค์การส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ความสำเร็จด้านสถาบันส่งผลโดยตรงต่อปัจจัยผู้ประกอบการและความสำเร็จด้านองค์การ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยผู้ประกอบการไม่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านองค์การ รวมทั้งความสำเร็จด้านสถาบันไม่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ซึ่งผลการศึกษานี้สามารถเป็นแนวทางพัฒนาการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

คำสำคัญ: การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ผู้ประกอบการ วิสาหกิจเพื่อสังคม

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
Student, Doctor of Business Administration Program, Faculty of Business Administration and Accountancy,
Khon Kaen University, E-mail: butsakorn.bp@gmail.com

² คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University, E-mail: arekul@kku.ac.th

³ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University, E-mail: patann@kku.ac.th

Abstract

This study aimed to study and analyze the elements that affect a model of corporate sustainability performance (CSP) on social enterprise (SE) entrepreneurs in Thailand and to propose a model of CSP on SE entrepreneurs in Thailand. The mixed methods research was used to test the hypotheses. Data were collected from SE entrepreneurs in Thailand. The survey questionnaire was used to collect data in the quantitative phase, while in-depth interview technique was implemented in the qualitative phase. Data analysis included content analysis, constant comparison analysis, and SEM. The results revealed the entrepreneur and organizational success factors directly impacted CSP, and institutional success factor directly impacted entrepreneur and organizational success factors. However, entrepreneur factor had no effect on organizational success factor. In addition, institutional success factor had no impact on CSP. The findings of the study may be used as a guideline for sustainable business development of SE entrepreneurs in Thailand.

Keywords: Corporate Sustainability Performance, Entrepreneurs, Social Enterprise

บทนำ

แรงกดดันจากสังคมโดยรอบธุรกิจส่งผลต่อการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นแรงกดดันระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และนานาชาติ ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้เข้ากับมาตรฐานและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) โดยเฉพาะด้านสังคม (Nonthnathorn, 2015) ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้เป็นผู้มีอำนาจสูงที่สามารถขับเคลื่อนองค์กรและเป็นส่วนสำคัญกับการอยู่รอดและความสำเร็จขององค์กร รวมทั้งมีความต้องการพื้นฐานในการปกป้องดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมร่วมกันด้วย (Mithani, 2017) ในกรณีนี้ ธุรกิจที่ไม่ทำตามความคาดหวังทางสังคมเหล่านี้มักจะถูกต่อต้านจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่นและต่อเนื่อง ในทางตรงกันข้าม ธุรกิจที่สามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเจาะจงได้ ทำให้ธุรกิจนั้นไม่เพียงแต่บรรลุเป้าหมายแต่ยังช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน รวมทั้งช่วยรักษาและเพิ่มระดับความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Chabowski, Mena, & Gonzalez-Padron, 2011) โดยมีการพัฒนาแนวคิดด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) เป็นแนวคิดหลักในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน และพัฒนาไปสู่การสร้างคุณค่าร่วม

(shared value) และธุรกิจที่ดำเนินงานเพื่อสังคม เพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Chabowski et al., 2011) และก่อให้เกิดความยั่งยืนขององค์กร (corporate sustainability) (Social Enterprise Alliance, 2017)

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันโดยมีแนวคิดเพื่อพัฒนาสังคมนั้น ใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งวิสาหกิจ (CSR - as - Enterprise) หรือเรียกว่า วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) (Nonthnathorn, 2011) โดย SE นั้น เป็นองค์กรหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องหรือผูกพันกับสินค้าและบริการที่ช่วยแก้ปัญหา เพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อม สังคมหรือชุมชนเป็นหลัก อีกทั้งไม่ได้หากำไรสูงสุด แต่ยังคงดำเนินการตามหลักธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจเติบโต มีผลตอบแทนหรือกำไรที่เหมาะสม และส่งผลทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยจุดยืนในความรับผิดชอบต่อสังคม หรือการพัฒนาสังคมควบคู่กันไป (Social Enterprise Alliance, 2017) ดังนั้น SE จึงประกอบด้วยทั้งความสำเร็จของการประกอบธุรกิจและผลกระทบทางสังคม (Social Enterprise UK, 2017)

SE จึงเป็นกิจการที่มีรูปแบบธุรกิจที่มีเป้าหมายเพื่อแก้ไขปัญหา และพัฒนาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ไม่ใช่เพียงสร้างกำไรสูงสุดให้กับผู้ประกอบการหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเท่านั้น แต่เป็นการวางแผนการ

ดำเนินงานให้อยู่รอดอย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนาองค์การให้สามารถอยู่อย่างมั่นคง มีผลลัพธ์ทางการเงินที่แข็งแกร่ง ร่วมกับการนำกำไรที่ได้รับจากการประกอบธุรกิจไปใช้ในการแก้ไขปัญหา พัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อม (Social Enterprise Alliance, 2017) เพื่อให้เกิดความสมดุลทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตามหลักไตรกำไรสุทธิ (triple bottom line) โดยเป็นแนวคิดที่ขยายการวัดความสำเร็จและคุณค่าขององค์การ ตรงข้ามกับในอดีตที่การวัดผลความสำเร็จของธุรกิจให้สนใจเพียงกำไร (profit) สูงสุด

ทั้งนี้ SE ให้ความสำคัญกับเรื่องมนุษย์ (people) และโลก (planet) หรืออีกความหมายหนึ่ง คือ ให้ความสำคัญกับสังคมสิ่งแวดล้อม และการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากขึ้น โดยแนวคิดนี้มักจะถูกเชื่อมโยงเข้ากับความสำเร็จของการพัฒนาอย่างยั่งยืน หากต้องการให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานไปอย่างยั่งยืน การเติบโตทางการเงินขององค์การนั้นยังสำคัญ ผู้ประกอบการจึงต้องตั้งเป้าหมายเชิงสังคมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วย (sustainable development) (Elkington, 1997) และกำหนดผลการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์การ (Corporate Sustainability Performance: CSP) (Wagner, 2010) ให้ครบทั้ง 3 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจของ SE

จากความสำคัญของ SE และ CSP ผู้วิจัยจึงศึกษา CSP ของผู้ประกอบการในบริษัท SE ในประเทศไทย โดยใช้ทฤษฎีเชิงระบบทั่วไป (General Systems Theory) เป็นรากฐานในการศึกษา เนื่องจากองค์การต้องมีหลายระบบที่ต้องทำงานร่วมกันและพึ่งพาอาศัยกัน ทั้งทรัพยากรที่เป็นปัจจัยนำเข้า (input) กระบวนการ (process) และความสัมพันธ์ของตัวแปรอื่นๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือได้ผลผลิต (output) อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งมีสภาพแวดล้อม (environment) ที่เป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่สำคัญ (Keiser, DeMicco, & Grimes, 2000) ซึ่งมีความเหมาะสมกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการในการดำเนิน SE ให้อยู่อย่างยั่งยืน และเป็นแนวคิดหลักในการพิจารณาปัจจัยหลักในด้านต่างๆ (Satar & John, 2016)

ในการนี้ผู้ประกอบการ SE ที่ประสบความสำเร็จและยั่งยืนนั้น มีความแตกต่างในบริบทของแต่ละประเทศ

โดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา รวมทั้งการนำรูปแบบผู้ประกอบการ SE ของประเทศอื่นมาใช้อาจไม่เหมาะสมกับบริบทแต่ละประเทศ (Goyal, Rahman, & Kazmi, 2013) นอกจากนี้ การศึกษาเรื่องผู้ประกอบการในการดำเนิน SE อย่างยั่งยืนในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจในประเทศไทยให้ความสำคัญกับเรื่องความยั่งยืนและการตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การมีแนวโน้มสูงขึ้น (Thaipat Institute, 2008) ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาและสร้างรูปแบบการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมของผู้ประกอบการให้เกิดความสำเร็จอย่างยั่งยืนที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย ซึ่งจะเกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการให้สามารถพัฒนาธุรกิจ SE ของไทยให้ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีการเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีผลต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย
2. เพื่อเสนอรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน (Corporate Sustainability Performance: CSP) หมายถึง การที่องค์การกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยคำนึงปัจจุบันและอนาคตไปพร้อมกัน ด้วยการสร้างความสมดุลระหว่าง 3 ด้าน (Elkington, 1998) ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ (economic performance) เป็นการที่ SE ได้มาซึ่งความมั่งคั่งของผลประกอบการขององค์การ นั่นก็คือ กำไรสุทธิที่ได้มาจากการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การ (Wagner, 2010) 2) ด้านสังคม (social performance) เป็นความสามารถของ SE ในการสร้างสถานะและกิจกรรมขององค์การเกี่ยวกับการรับภาระผูกพันทางสังคม การให้ความสำคัญกับคนในชุมชนและบุคลากรในองค์การ

เพื่อให้คนในชุมชนและคนในองค์กรได้รับความยุติธรรม ตลอดจนสร้างโอกาสอย่างเท่าเทียมควบคู่ไปกับการเจริญเติบโตขององค์กร (Lankoski, 2009) และ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม (environmental performance) เป็นความสามารถของ SE ในการสร้างประโยชน์แก่สิ่งแวดล้อม ในขณะที่เดียวกันก็ต้องส่งผลกระทบต่อหรือเอาเปรียบสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติให้น้อยที่สุด เพื่อให้เกิดการพัฒนาสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกับการพัฒนา SE เช่น การจัดการของเสียและมลภาวะ หรือการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า (González-Benito & González-Benito, 2005)

มีงานวิจัยหลายชิ้นที่เกี่ยวข้องกับ SE เช่น Satar and John (2016) ได้ศึกษารูปแบบปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญสำหรับ SE ในประเทศอินเดีย และพบว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการ SE สามารถแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคคล (ผู้ประกอบการ) ด้านองค์กร และด้านสถาบัน ทั้งนี้ ทฤษฎีลักษณะของผู้นำ (Traits Theory of Leadership) ระบุว่า ผู้นำจะแตกต่างจากบุคคลอื่น ด้วยลักษณะส่วนบุคคลและความสามารถที่มีอยู่ (Cho & Kim, 2017) โดยผู้ประกอบการต้องมีทักษะการวางแผนธุรกิจ (business planning skills) ทักษะการคิดวิเคราะห์ด้านเทคนิคและการปฏิบัติที่เฉพาะเจาะจงสำหรับผู้บริหารที่เน้นให้องค์กรสำเร็จ (Stratan, 2017)

การเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurship orientation) ที่เป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ การสร้างนวัตกรรม การกล้าเผชิญความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก (Shin, 2018) นอกจากนี้ เพื่อให้ SE ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการต้องมีภาวะผู้นำ (leadership) คือ ความสามารถในการชักจูง เชื่อมโยง และสร้างความเชื่อถือระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ รวมทั้งมีแรงจูงใจจากผลประโยชน์ทางสังคม (Keech, 2017) และการสร้างเครือข่าย (networking) ซึ่งเป็นความสามารถในการเชื่อมต่อเครือข่ายให้เกิดความสัมพันธ์ทางสังคมและองค์กรต่างๆ เพื่อช่วยให้ได้รับการสนับสนุนที่เป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาธุรกิจ (Stratan, 2017) (Sharir & Lerner, 2006) ในกรณีนี้ การศึกษาของ Miles, Verreynne, Luke, Eversole, and Barraket (2013) ศึกษาการมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการและคุณค่าทางสังคม โดยความสำเร็จด้านบุคคลส่งผล

ต่อ CSP ใน SE ออสเตรเลีย รวมทั้งการศึกษาของ Shin (2018) ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จส่วนบุคคลของ SE และพบว่า ตัวบุคคลนั้นส่งผลกระทบต่อองค์กรในระดับมาก จึงสามารถตั้งสมมติฐานที่ 1 ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1): ผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จด้านองค์กร

การศึกษาเรื่องผู้ประกอบการ SE กับ CSP ของ SE นั้น Shin (2018) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีผลต่อ CSP ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคมของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศเกาหลี เช่นเดียวกับ Sommit and Sitikarn (2018) ที่ศึกษาทฤษฎีความยั่งยืนทางธุรกิจของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย และพบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จด้านบุคคลส่งผลกระทบต่อ CSP ซึ่งประกอบด้วย การมุ่งการประกอบการ การมีส่วนร่วมในการบริหารและการเป็นเจ้าของธุรกิจของภาคีการท่องเที่ยว การร่วมมือ พันธมิตร และเครือข่าย การพัฒนาศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว การเป็นของแท้ และความมีอัตลักษณ์ และการเป็นผู้นำ จึงสามารถตั้งสมมติฐานที่ 2 ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 (H2): ผู้ประกอบการมีผลต่อผลการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์กร

สำหรับด้านองค์กรนั้น ปัจจัยภายในองค์กรที่ทำให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ได้แก่ 1) นวัตกรรมทางการเงิน (innovative financing) ซึ่งเป็นส่วนของการจัดหาและการระดมเงินทุนใหม่ที่คิดค้นให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (Stratan, 2017) และการวางแผนเกี่ยวกับไตรกำไรสุทธิ (triple bottom line planning) ซึ่งเป็นการวางแผนกิจกรรมทางเศรษฐกิจว่าจะนำกำไรที่มีอยู่ไปลงทุนในธุรกิจหรือแบ่งปันด้วยเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในระยะสั้นและยาว (O'Shaughnessy & O'Hara, 2016) 2) ความสามารถทางการตลาด (marketing capabilities) โดยการนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้เพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม (Alegre & Berbegal-Mirabent, 2016) 3) ความผูกพันกับชุมชน (community engagement) เป็นการจัดกิจกรรมที่มีส่วนร่วมของชุมชนกับองค์กร เช่น การให้โอกาสคนในชุมชนรอบองค์กรเข้ามาทำงานด้วย เพื่อกระจายรายได้ (Pratono & Sutanti, 2016) 4) ทุนมนุษย์ (human capital) เป็นการมีอยู่ของ

ทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะและประสบการณ์ที่จำเป็น ในบริษัทที่ไม่หวังผลกำไรและเชิงพาณิชย์ (Alegre & Berbegal-Mirabent, 2016) 5) วัฒนธรรมองค์การ (organizational culture) เป็นค่านิยมหรือวัฒนธรรมขององค์การที่ไม่แสวงหากำไรเข้ากับเป้าหมายทางสังคมได้ (Von Der Weppen & Cochrane, 2012) และ 6) นวัตกรรมชาวบ้าน (frugal innovation) เป็นการพัฒนาและใช้นวัตกรรมโดยผู้ผลิต การวิจัย การพัฒนา และการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี โดยอาศัยความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน นำมาพัฒนาเป็นสิ่งประดิษฐ์หรือนวัตกรรม (Zainon et al., 2014)

ทั้งนี้ ปัจจัยความสำเร็จด้านองค์การส่งผลกระทบต่อ CSP โดย Nasruddin and Fahada Misaridin (2014) ที่ศึกษาความสำเร็จด้านองค์การของ SE ขนาดเล็กในมาเลเซีย เช่น กลยุทธ์ ทรัพยากรมนุษย์ ความมั่นคงทางการเงิน วัฒนธรรมองค์การ การกำกับดูแลกิจการที่ดี และพบว่าส่งผลกระทบต่อ CSP เช่นเดียวกับ Stratan (2017) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของ SE อย่างยั่งยืน โดยพบว่าความสำเร็จด้านองค์การ เช่น วิสัยทัศน์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ต้องการ คุณค่าที่นำเสนอแก่ลูกค้า และการกำหนดสถานะขององค์การให้เข้ากับยุทธศาสตร์ และการเร่งการเปลี่ยนแปลงโดยอาศัยความเป็นผู้นำของผู้บริหารส่งผลกระทบต่อ CSP จึงสามารถตั้งสมมติฐานที่ 3 ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 (H3): ความสำเร็จด้านองค์การมีผลต่อผลการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์การ

จากการศึกษาปัจจัยความสำเร็จด้านสถาบันกับ CSP ของ SE นั้น มีนักวิชาการที่ศึกษาหลายคน และพบว่า Nuchpiam (2016) ศึกษาในรูปแบบทางกฎหมายที่ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้เหมาะกับลักษณะของธุรกิจเพื่อสังคมนั้น เป็นส่วนสำคัญและตอบสนองการทำงานของผู้ประกอบการ เช่นเดียวกับ Yimwilai and Lorsuwannarat (2018) ที่ศึกษาเรื่อง การบูรณาการกิจการเพื่อสังคมและปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และพบว่า องค์ความรู้มีความจำเป็นต่อความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม จึงสามารถตั้งสมมติฐานที่ 4 ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 (H4): ความสำเร็จด้านสถาบันมีผลต่อผู้ประกอบการ

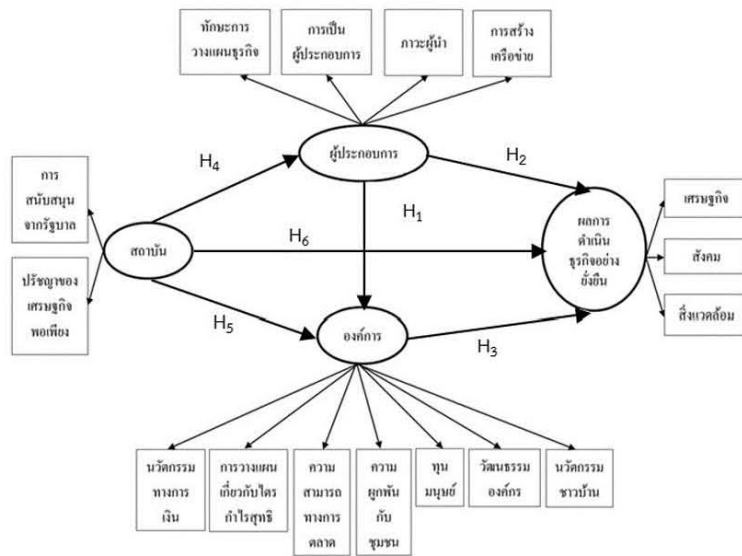
ในส่วนของด้านสถาบัน เป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้องค์การประสบความสำเร็จ จากการสนับสนุนของรัฐบาล ด้วยการออกมาตรการ กฎหมาย และนโยบายต่างๆ เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ (Strang, 2017) และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (sufficiency economy philosophy) ซึ่งเป็นกรอบที่มุ่งให้บุคคลและธุรกิจสามารถพึ่งพาตัวเองได้ รวมถึงการพัฒนาจรรยาบรรณสถาบันจึงส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนขององค์การด้วย (Buranapin & Rattawatankul, 2015) ในการศึกษาเรื่องความสำเร็จด้านสถาบันกับความสำเร็จด้านองค์การของ SE Praton and Sutanti (2016) ศึกษาเรื่องระบบนิเวศของวิสาหกิจสังคม และพบว่า วัฒนธรรมทางสังคม กรอบทางกฎหมาย และการทบทวนนโยบายในประเทศอินโดนีเซีย ช่วยให้องค์การต่างๆ สามารถเพิ่มขีดความสามารถด้านการตลาด นอกจากนี้ Sangnin and Pooripakdee (2018) ศึกษาเรื่องการศึกษาแนวทางการบริหารเพื่อความยั่งยืนด้วยหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของ SE และพบว่าสามารถบรรลุความสำเร็จในแง่ของการบริหารจัดการได้อย่างยั่งยืน จึงสามารถตั้งสมมติฐานที่ 5 ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 5 (H5): ความสำเร็จด้านสถาบันมีผลต่อความสำเร็จด้านองค์การ

ในการศึกษาเรื่องความสำเร็จด้านสถาบันกับ CSP ของ SE นั้น Jenner (2016) ศึกษาบทบาทของตัวกลางในการพัฒนาความยั่งยืนของ SE และพบว่าตัวกลาง ได้แก่ รัฐบาล มีผลต่อการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อความยั่งยืนในการวางแผนการเติบโตให้สอดคล้องกับความตั้งใจในการบรรลุผลด้านกำไรด้วย และการศึกษาของ Mattavanont and Ruenrom (2016) ศึกษาเรื่องการศึกษาเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคมด้านการตลาดและด้านสังคม และพบว่า ปัจจัยสถาบัน เช่น สภาพแวดล้อมภายนอกมีผลเชิงบวกต่อความยั่งยืน จึงสามารถตั้งสมมติฐานที่ 6 ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 6 (H6): ความสำเร็จด้านสถาบันมีผลต่อ CSP

การทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานการวิจัยสามารถสร้างกรอบแนวความคิดของการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ ด้วยวิธีการวิจัยแบบผสม (mixed methods research) เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับเชิงปริมาณในเวลาเดียวกัน (convergent design) โดยให้ความสำคัญกับทั้งสองวิธีอย่างเท่าเทียม และนำผลการวิจัยมารวมกันในช่วงการแปลผลข้อมูล เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและช่วยให้ผลการวิจัยสมบูรณ์มากขึ้น (Creswell, 2015)

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรในงานวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วยผู้ประกอบการของ SE ในประเทศไทยที่จดทะเบียนนิติบุคคล และยังดำเนินกิจการอยู่ ซึ่งมีประชากรจำนวน 184 องค์การ (Department of Business Development, 2019) ซึ่งบางองค์การยังดำเนินกิจการไม่ถึง 1 ปี และยังไม่มีการดำเนินงานที่จะสามารถนำมาวิเคราะห์ผลได้ ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ SE ในประเทศไทยที่มีการจัดตั้งธุรกิจมากกว่า 1 ปี จึงเหลือ SE จำนวนทั้งสิ้น 141 องค์การ โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริหารระดับสูงและระดับกลาง เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามที่มีรูปแบบมาตราส่วนของคะแนนทัศนคติ 7 ระดับเท่าๆ กัน (7 point- likert scales) โดย 1 = ไม่เห็นด้วยมากที่สุด และ 7 = เห็นด้วยมากที่สุด แบบสอบถามมีจำนวน 4 ส่วน ส่วนที่ 1 จำนวน 22 ข้อ ส่วนที่ 2 จำนวน 42 ข้อ ส่วนที่ 3 จำนวน 10 ข้อ และส่วนที่ 4 จำนวน 16 ข้อ

เนื่องจากผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นหลัก ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด จำนวน 16 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมและเพียงพอ จึงควรมีไม่ต่ำกว่า 20 x 16 เท่ากับ 320 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นจำนวนที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ SEM ได้ (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2018) ผู้วิจัยจึงส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และส่งแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้ google form ตามความสะดวกของผู้ประกอบการ โดยส่งแบบสอบถามให้กับผู้บริหารองค์การจำนวน 141 องค์การๆ ละ 5 คน รวมจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไป 705 ฉบับ ซึ่งมีการตอบกลับจำนวน 412 ฉบับ (คิดเป็นร้อยละ 58.44)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ มีการตรวจสอบข้อคำถามโดยผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของประเด็นคำถาม มีค่าต่ำสุด = 0.67 และค่าสูงสุด = 1 (Index of Item Objectives Congruence: IOC) การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่า 0.972 (Reliability; Alpha Coefficient) การตรวจการแจกแจงปกติ (Normality; Skewness < 3 และ Kurtosis < 10) และการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ (Multicollinearity; Pearson's Correlation

Coefficient < 0.80) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity; AVE > 0.50 และ CR > 0.70) และการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity; Goodness of fit measures ได้แก่ Probability level > 0.05, χ^2/df < 2.00, GFI > 0.95, CFI > 0.95, RMR < 0.05 และ RMSEA < 0.05) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้มีผลการทดสอบคุณภาพผ่านตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2018) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วย SEM โดยใช้โปรแกรม AMOS (Analysis of Moment Structure)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ ผู้ประกอบการจำนวน 12 ราย ที่เลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) เพื่อค้นหาตัวแปรและองค์ประกอบของตัวแปร และเพื่อยืนยันผลการทดสอบสมมติฐาน รวมทั้งแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการ SE ในประเทศไทย

ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกในด้านโครงสร้างเนื้อหา (content validity) ด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (data triangulation) (Leech & Onwuegbuzie, 2007) โดยการตรวจสอบข้อคำถามโดยผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนัดสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ SE ตามวันเวลาที่ผู้ประกอบการสะดวก มีการจดบันทึกและอัดเสียงสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ (constant comparison analysis) จากนั้นสรุปข้อมูล โดยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสองส่วนมารวมกัน และทำการวิเคราะห์อีกครั้งเพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของผลการศึกษาทั้งสองวิธี จากนั้นจึงสรุปรูปแบบ CSP ของผู้ประกอบการ SE ในประเทศไทย

ผลการวิจัย

1. องค์ประกอบที่มีผลต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการ SE ในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการต้องมียุทธศาสตร์ คือ 1) มีความเป็นผู้ประกอบการ (Factor Loadings: FL = 0.833)

โดยการเป็นผู้ประกอบการต้องทำงานเชิงรุกพยายามสร้างบริการใหม่ๆ และหาลูกค้าใหม่ๆ เพื่อสามารถแข่งขันได้ รวมทั้งสร้างนวัตกรรมทางสังคมและกล้าที่จะทำตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ 2) มีภาวะผู้นำ (FL = 1.051) โดยต้องเป็นคนที่รับฟังความคิดเห็นและปัญหาของผู้อื่น จากนั้นนำมาวิเคราะห์และตัดสินใจ จึงจะเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง 3) มีการสร้างเครือข่าย (FL = 0.742) ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายที่เป็นหน่วยราชการและหน่วยงานเอกชน และ 4) มีทักษะการวางแผนธุรกิจ (FL = 0.340) โดยผู้ประกอบการต้องมีความรู้ความเข้าใจในปัญหาในประเด็นต่างๆ ที่ต้องการจะแก้ปัญหา และต้องมีความตั้งใจ จริงใจ ลงแรง และความรู้ มีทักษะเรื่องการค้าเงิน ธุรกิจ และการบริหารองค์การ

ในส่วนของความสำเร็จด้านองค์การ ต้องมียุทธศาสตร์ประกอบ คือ 1) การวางแผนเกี่ยวกับไตรภาคี (FL = 0.952) คือ เมื่อได้กำไรจากการดำเนินงานจะนำมาวางแผนเพื่อพัฒนาคุณภาพคนในชุมชน และต่อยอดกิจกรรมเพื่อสังคม รวมทั้งการวางแผนจัดการสิ่งแวดล้อม โดยการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด 2) ทุนมนุษย์ (FL = 0.489) เป็นศูนย์รวมของการดำเนินงานทั้งหมดที่จะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสาร การสร้างแนวคิด การปฏิบัติงานทุกอย่างในองค์การ 3) วัฒนธรรมองค์การ (FL = 0.786) โดยบุคลากรต้องเข้าใจวิสัยทัศน์ว่าองค์การมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาองค์การ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้เติบโตอย่างสมดุล มีคุณภาพภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการพัฒนาที่ยั่งยืน 4) ความสามารถทางการตลาด (FL = 0.801) ของ SE จะทำหน้าที่เป็นผู้ผลิต หรือเป็นตัวกลางเชื่อมโยงผู้จัดจำหน่าย ผู้บริโภค กับชุมชนให้ได้ประโยชน์ทุกฝ่าย และมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า 5) การนำนวัตกรรมชาวบ้าน (FL = 0.821) มาต่อยอดให้เกิดเทคโนโลยีสากลหรือภูมิปัญญาสากล เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า 6) ความผูกพันกับชุมชน (FL = 0.316) โดยให้ออกัสแรงงานในท้องถิ่นเข้ามาร่วมงาน และมีส่วนร่วม และ 7) นวัตกรรมทางการเงิน (FL = 0.368) ซึ่งมาจากการระดมทุนจากหลายแหล่ง และมีการจัดตั้งงบประมาณในการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างชัดเจน

ความสำเร็จด้านสถาบัน ต้องมียุทธศาสตร์ประกอบ คือ 1) ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (FL = 0.937) ที่เป็น

หลักพื้นฐานของการดำเนินงาน SE และ 2) การสนับสนุนจากรัฐบาล (FL = 0.449) โดยการกำหนดกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับ SE ที่ชัดเจน และมีการสนับสนุนเงินทุนบางส่วน

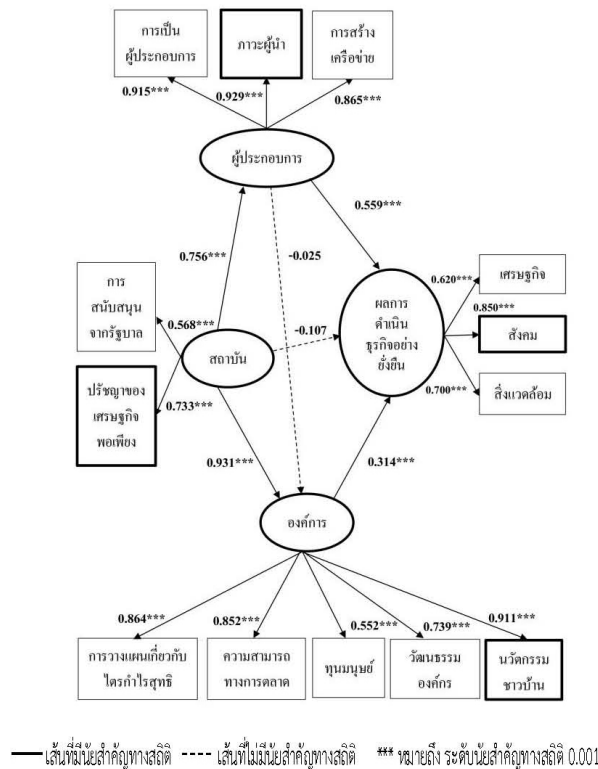
องค์ประกอบของผลการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนต้องมีความสมดุลทั้งสามด้าน เริ่มจาก 1) ด้านเศรษฐกิจ (FL = 0.449) ที่มีสถานะทางการเงินที่มั่นคง 2) ด้านสังคม (FL = 0.675) โดยนำกำไรมาช่วยเหลือสังคม โดยประเมินผลความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียให้เพิ่มมากขึ้นจากเดิมทุกปี และ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม (FL = 0.674) โดยต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. การทดสอบสมมติฐานของรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการ SE ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของรูปแบบ CSP ของผู้ประกอบการ SE ในประเทศไทย พบว่า ก่อนการปรับโมเดล ผลการศึกษาสนับสนุนสมมติฐานที่ 2 3 4 และ 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 แต่ไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 และ 6 โดยองค์ประกอบด้านความสำเร็จด้านองค์การมีผลเชิงบวกต่อ CSP ($\beta = 0.368$, $t = 3.612$) มากที่สุด ความสำเร็จด้านสถาบันมีผลเชิงบวกต่อความสำเร็จด้านองค์การ ($\beta = 0.819$, $t = 4.167$) ผู้ประกอบการมีผลเชิงบวกต่อ CSP ($\beta = 0.916$, $t = 4.501$) และความสำเร็จด้านสถาบันมีผลเชิงบวกต่อผู้ประกอบการ ($\beta = 0.713$, $t = 6.473$) และก่อนการปรับโมเดล พบว่า การตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล (goodness of fit measures) คือ $\chi^2 = 4,352.150$, degree of freedom (df) = 696, probability level = 0.000 (ควรมีค่า $p > 0.05$), $\chi^2/df = 6.253$ (ควรมีค่า < 2.00), GFI = 0.697 (ควรมีค่า > 0.95), CFI = 0.764 (ควรมีค่า > 0.95),

RMR = 0.119 (ควรมีค่า < 0.05) และ RMSEA = 0.113 (ควรมีค่า < 0.05) ซึ่งเมื่อเทียบกับเกณฑ์ค่าดัชนี (Hair et al., 2018) ยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากการนำองค์ประกอบของผู้ประกอบการ SE ของประเทศอื่นมาใช้ อาจจะไม่เหมาะสมกับบริบทแต่ละประเทศ (Goyal, Rahman, & Kazmi, 2013) จึงทำการปรับโมเดล

หลังจากการปรับโมเดลด้วยการพิจารณาค่า Modification Index (MI) พบว่า $\chi^2 = 265.945$, degree of freedom (df) = 184, probability level = 0.051, $\chi^2/df = 1.445$, GFI = 0.954, CFI = 0.991, RMR = 0.048 และ RMSEA = 0.033 ซึ่งเมื่อเทียบกับเกณฑ์ค่าดัชนีพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี รวมทั้งหลังปรับโมเดลพบว่า ผลการศึกษาสนับสนุนสมมติฐานที่ 2 3 4 และ 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 แต่ไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 และ 6 เช่นเดียวกับก่อนปรับโมเดล โดยองค์ประกอบด้านความสำเร็จด้านองค์การมีผลเชิงบวกต่อ CSP ($\beta = 0.314$, $t = 3.951$) มากที่สุด ความสำเร็จด้านสถาบันมีผลเชิงบวกต่อความสำเร็จด้านองค์การ ($\beta = 0.931$, $t = 5.324$) ความสำเร็จด้านสถาบันมีผลเชิงบวกต่อผู้ประกอบการ ($\beta = 0.756$, $t = 7.975$) และผู้ประกอบการมีผลเชิงบวกต่อ CSP ($\beta = 0.559$, $t = 4.077$) ตามลำดับ โดยทำการตัดองค์ประกอบด้านทักษะการวางแผนธุรกิจของตัวแปรผู้ประกอบการ (FL = 0.340) องค์ประกอบด้านนวัตกรรมทางการเงิน (FL = 0.368) และความผูกพันกับชุมชนของตัวแปรความสำเร็จในด้านองค์การ (FL = 0.316) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำกว่า 0.5 (Hair et al., 2018) ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ SE ที่กล่าวถึงการวางแผนธุรกิจและความผูกพันกับชุมชนน้อยที่สุด ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ SEM หลังการปรับโมเดล

จากการเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์สมมติฐานของการวิจัยของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของรูปแบบ CSP ของผู้ประกอบการ SE ในไทย ก่อนและหลังการปรับโมเดลพบว่า องค์กรประกอบด้านความสำเร็จด้านองค์กรมีผลเชิงบวกต่อ CSP มากที่สุด ความสำเร็จด้านสถาบันมีผลเชิงบวกต่อความสำเร็จด้านองค์กร แต่แตกต่างกันในลำดับที่สามและที่สี่ โดยก่อนการปรับโมเดลองค์กรประกอบที่มีผลเชิงบวกน้อยที่สุด คือ

องค์กรประกอบของความสำเร็จด้านสถาบันมีผลต่อผู้ประกอบการ แต่เมื่อปรับโมเดลแล้ว องค์กรประกอบที่มีผลเชิงบวกน้อยที่สุด คือ ผู้ประกอบการมีผลเชิงบวกต่อ CSP สำหรับสมมติฐานที่ 1 นั้น พบว่า ผู้ประกอบการไม่มีผลต่อองค์กร และสมมติฐานที่ 6 พบว่า สถาบันไม่มีผลต่อ CSP ทั้งก่อนและหลังการปรับโมเดล ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปรูปเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์สมมติฐานของการวิจัยก่อนและหลังการปรับโมเดล

การวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis)	ก่อนการปรับโมเดล		หลังการปรับโมเดล		ผลการทดสอบสมมติฐาน
	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน	P - Value	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน	P - Value	
H ₁ : ผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จด้านองค์การ	0.111	0.487	-0.025	0.877	ไม่สนับสนุน
H ₂ : ผู้ประกอบการมีผลต่อ CSP	0.916	***	0.559	***	สนับสนุน
H ₃ : ความสำเร็จด้านองค์การมีผลต่อ CSP	0.368	***	0.314	***	สนับสนุน
H ₄ : ความสำเร็จด้านสถาบันมีผลต่อผู้ประกอบการ	0.713	***	0.756	***	สนับสนุน
H ₅ : ความสำเร็จด้านสถาบันมีผลต่อความสำเร็จด้านองค์การ	0.819	***	0.931	***	สนับสนุน
H ₆ : ความสำเร็จด้านสถาบันมีผลต่อ CSP	-0.458	0.161	-0.107	0.571	ไม่สนับสนุน

*** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

จากผลการวิเคราะห์สมมติฐานของการวิจัยของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของรูปแบบ CSP ของผู้ประกอบการ SE ในประเทศไทย สามารถสรุปค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของโมเดลเชิงสาเหตุ ดังตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลของตัวแปรหรือปัจจัยเชิงสาเหตุของตัวแปรผู้ประกอบการพบว่า ความสำเร็จด้านสถาบันมีอิทธิพลทางตรงต่อผู้ประกอบการ โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.756 สำหรับตัวแปรความสำเร็จด้านองค์การพบว่า ความสำเร็จด้านสถาบันมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จด้านองค์การ โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.931 และผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อ

ความสำเร็จด้านองค์การ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนของตัวแปร CSP พบว่า ผู้ประกอบการ และความสำเร็จด้านองค์การ มีอิทธิพลทางตรงต่อ CSP โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.559 และ 0.314 ตามลำดับ รวมทั้งความสำเร็จด้านสถาบัน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อ CSP ด้วยขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.873 นอกจากนี้พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลรวมสูงที่สุดต่อ CSP ได้แก่ ความสำเร็จด้านสถาบัน มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.766 ผู้ประกอบการ มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.530 และความสำเร็จด้านองค์การ มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.314

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของโมเดลเชิงสาเหตุของความสัมพันธ์ระหว่างของโมเดล

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรตาม								
	ผู้ประกอบการ			องค์การ			CSP		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE
ผู้ประกอบการ	-	-	-	-0.025	-	-0.025	0.530***	-0.029	0.559***
องค์การ	-	-	-	-	-	-	0.314***	-	0.314***
สถาบัน	0.756***	-	0.756***	0.912***	-0.019	0.931***	0.766***	0.873***	-0.107

หมายเหตุ TE = อิทธิพลรวม IE = อิทธิพลทางอ้อม และ DE = อิทธิพลทางตรง/ *** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

จากความเห็นของผู้ประกอบการ SE ที่ให้สัมภาษณ์ ยืนยันผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ประกอบการมีผลเชิงบวกต่อ CSP (H_2 ; ร้อยละ 100) โดยผู้ประกอบการเป็นส่วนสำคัญ เพราะเป็นบุคคลที่วางแผนในองค์กร การขับเคลื่อนตามทิศทางที่ตั้งเป้าหมายไว้ และควบคุมดูแลองค์การให้เกิดความยั่งยืน เป็นบุคคลที่พยายามดำเนินงานตามแผนที่กำหนดไว้อย่างเต็มที่ รวมทั้งดูแลและควบคุมการจัดบุคคลเข้าทำงานให้ตรงกับความต้องการ รวมทั้งต้องเป็นบุคคลหลัก คือ เป็นเครื่องจักรหรือเป็นฟันเฟืองที่จะต้องกำหนดสิ่งที่ SE ต้องทำและกำหนดโครงการ ตลอดจนเป็นผู้นำ และจำเป็นที่ต้องมีเครือข่าย เพราะองค์การไม่สามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง

ในการพัฒนา SE นั้น การมีเพื่อน มีหน่วยงาน และมีเครือข่ายต่างๆ ทำให้เกิดการยั่งยืน และผู้ประกอบการยังต้องเป็นนักพัฒนาสังคมไปพร้อมกับนักบริหารด้วย นอกจากนี้ บุคลากรทุกคนต้องเข้าใจวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายของ SE ให้ชัดเจน และต้องทำตามเป้าหมายนั้น และองค์การต้องทำงานให้ระบบอย่างสมดุลทั้งเรื่องรายได้ การช่วยเหลือสังคม และดูแลสิ่งแวดล้อม ต้องพยายามมองหาโอกาสทางธุรกิจ ที่จะช่วยให้ SE ดำเนินการไปได้อย่างราบรื่นและยั่งยืน และเมื่อรับนโยบายมาต้องสามารถแปลงเป็นแผนงานให้ชัดเจน โดยนำมาปฏิบัติให้ประสบผลสำเร็จ รวมทั้งต้องคำนึงถึงสมาชิกในองค์การ ได้แก่ กรรมการ พนักงาน ชุมชน ชาวบ้าน ว่าเมื่อกำหนดแนวทางของ SE แล้ว ทุกฝ่ายยอมรับ โดยเน้นที่บุคลากรในองค์การ ความรู้และความสามารถของคนในองค์การ ดังนั้น บุคลากรในองค์การจึงต้องเข้าใจและเข้มแข็ง SE จึงจะสามารถอยู่อย่างยั่งยืนได้

ในการนี้สามารถสรุปได้ว่า ความสำเร็จด้านองค์การมีผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์การ (CSP) (H_3 ; ร้อยละ 100) รวมทั้งความสำเร็จด้านสถาบันมีผลเชิงบวกต่อผู้ประกอบการ (H_4 ; ร้อยละ 100) โดยเฉพาะหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่นำมาใช้เป็นหลัก และในส่วนของ การสนับสนุนจากรัฐบาล ที่ให้ความสนใจ เข้าใจ และให้ความสำคัญต่อผู้ประกอบการ ถือว่าสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเกิดการพัฒนา และผลักดันให้ SE ประสบความสำเร็จเร็วขึ้น ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการจัดการ SE ได้สะดวกและง่ายขึ้น เช่น การสร้างความน่าเชื่อถือของ SE จากการประชาสัมพันธ์

ของรัฐบาล การขอความร่วมมือจากรัฐบาลในการหาช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากเกิดความร่วมมือจากหลายภาคส่วน จึงทำให้เข้าถึงทรัพยากรได้ง่ายและประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ หากรัฐให้การสนับสนุนโครงการของผู้ประกอบการ SE จะทำให้ดำเนินงานได้สะดวกยิ่งขึ้น ความสำเร็จด้านสถาบันมีผลเชิงบวกต่อความสำเร็จด้านองค์การ (H_5 ; ร้อยละ 58.33) ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่า รัฐบาลเป็นผู้ออกกฎหมายและนโยบายต่างๆ ที่สนับสนุนการเข้าถึงปัจจัยต่างๆ เช่น การจัดจำหน่ายสินค้า และเข้าถึงทรัพยากรการผลิตได้ง่ายขึ้น ซึ่งช่วยให้องค์การประสบความสำเร็จ รวมถึงการช่วยประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคสนใจและมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

นอกจากนี้ สมมติฐานที่ผลการศึกษาไม่สนับสนุน ได้แก่ ผู้ประกอบการไม่มีผลต่อความสำเร็จด้านองค์การ (H_1 ; ร้อยละ 8.33) ผู้ประกอบการให้เหตุผลว่า เนื่องจากทุกคนในองค์การมีผลต่อความสำเร็จ และทุกคนในองค์การสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์การได้ ผู้ประกอบการจึงไม่มีผลต่อองค์การโดยตรง ในการนี้ ผู้ประกอบการยังให้ความเห็นว่า CSP ได้รับผลเชิงลบจากสถาบัน (H_6 ; ร้อยละ 16.67) โดยการที่รัฐบาลเข้ามาแทรกแซงบางส่วน อาจทำให้การดำเนิน SE ผิดพลาด เช่น การเปลี่ยนรัฐบาล อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับ SE ด้วย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อองค์การ อีกทั้งหากองค์การจะพึ่งพารัฐบาลเพียงอย่างเดียว จะไม่สามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง และไม่เกิดความยั่งยืน

สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ตัวแปรและองค์ประกอบที่มีผลต่อรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการ SE ในประเทศไทย ประกอบด้วย องค์การ และผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลาง (mediator variable) ของสถาบันกับ CSP ของ SE โดยตัวแปรผู้ประกอบการ มีองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด คือ ภาวะผู้นำ การเป็นผู้ประกอบการ และการสร้างเครือข่าย (Jenner, 2016; Sommit & Sitikarn, 2018) ตัวแปรด้านสถาบัน มีปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และการสนับสนุนจากรัฐบาลที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ (Sangnin & Pooripakdee, 2018, Thiemboonkit, 2013) สำหรับตัวแปรด้าน

องค์การ มีนวัตกรรมชาวบ้านที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด และมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การวางแผนเกี่ยวกับโทรกำราโรสุทธิ ความสามารถทางการตลาดทุนมนุษย์ และวัฒนธรรมองค์การ (Satar & John, 2016; Pasricha, Singh, & Verma, 2018) และตัวแปร CSP ด้านสังคม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด ประกอบกับด้านเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม (Guleid, 2014; Sakunuraakepong, 2016)

ในส่วนของการวิเคราะห์สมมติฐานของรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการ SE ในประเทศไทยพบว่า ข้อมูลเชิงปริมาณสอดคล้องกับการวิเคราะห์เนื้อหา และการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบของข้อมูลเชิงคุณภาพ สรุปได้ว่า สนับสนุนสมมติฐานที่ 3 ที่ระบุว่าองค์การมีผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์การ (CSP) โดยองค์การมีส่วนสำคัญมากที่สุดในการที่ SE สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องอยู่รอด และยั่งยืน (Nasruddin & Fahada Misaridin, 2014; Stratan, 2017) รองลงมา คือ สนับสนุนสมมติฐานที่ 2 ที่ระบุว่าผู้ประกอบการมีผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์การ (CSP) ในด้านความรู้ ทักษะ การตัดสินใจ การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และการนำพาองค์การให้เกิดผลการดำเนิน SE ที่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างเครือข่ายที่จะช่วยให้การทำงานง่ายขึ้น (Shin, 2018; Sommit & Sitikarn, 2018)

นอกจากนั้น ความสอดคล้องของข้อมูลยังสนับสนุนสมมติฐานที่ 5 ที่ระบุว่าความสำเร็จด้านสถาบันมีผลเชิงบวกต่อผู้ประกอบการ โดยการสนับสนุนจากรัฐบาลทั้งเรื่องของเงินทุน และเครือข่าย โดยเฉพาะปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่นำมาใช้เป็นหลัก และความสำเร็จด้านสถาบันมีผลเชิงบวกต่อความสำเร็จด้านองค์การ (Pratono & Sutanti, 2016; Sangnin & Pooripakdee, 2018) โดยในส่วนของสมมติฐานที่ผลการศึกษาไม่สนับสนุน ได้แก่ สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการไม่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านองค์การ และสมมติฐานที่ 6 ความสำเร็จด้านสถาบันไม่มีผลต่อผลการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์การ ทั้งนี้ อาจเนื่องด้วย SE ของไทยเกิดขึ้นไม่นานนัก รวมทั้งผู้ประกอบการอาจมีความรู้และประสบการณ์ในการวางแผน SE ไม่มากนัก และมีการสนับสนุนจากรัฐบาล เช่น กฎหมาย ระเบียบ โครงการต่างๆ และ

เงินทุนไม่ทั่วถึง รวมถึงไม่ได้มีนโยบายที่สนับสนุน CSP ที่เป็นรูปธรรม โดยเฉพาะ SE ที่จัดตั้งเอง ในการนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล จึงแตกต่างจากรัฐบาลในต่างประเทศที่มีการสนับสนุน SE อย่างเต็มที่และยาวนานกว่า นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังพบอุปสรรคต่างๆ ในการประกอบการ SE และยังต้องการความช่วยเหลือจากรัฐบาลด้วย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ผู้วิจัยเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยเฉพาะรัฐบาล ควรส่งเสริมการทำงานของ SE ด้วยนโยบายที่สามารถทำได้จริง รวมทั้งให้ความร่วมมือกับ SE เช่น การสร้างเครือข่ายของตลาดและเครือข่ายสถาบันทางการเงินในแต่ละจังหวัด การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้ SE ตลอดจนการสร้างเชื่อมั่น และช่วยพัฒนาผู้ประกอบการให้มีรายได้อย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะเชิงบริหารจัดการ

SE ต้องดำเนินงานให้เติบโตอย่างมีคุณภาพและสมดุลทั้ง 3 ด้านในทุกส่วนของการดำเนินงาน ภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อที่องค์การ สังคม และสิ่งแวดล้อม จะอยู่ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งอยู่รอดในระยะยาวอย่างยั่งยืน โดย SE นั้นต้องมีผู้นำที่เข้มแข็ง มีความรู้ มีความซื่อสัตย์ มีเครือข่ายที่ดี และต้องมีคุณธรรม และมีความชัดเจนในเรื่องของวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ โดยบุคลากรต้องมีความเข้าใจร่วมกันทั้งองค์การ มีการวางแผนระยะยาวโดยมีแผนรองรับความเสี่ยง ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาทั้งผู้ประกอบการและองค์การตลอดเวลา ค้นหาโอกาสใหม่ๆ เสมอ อีกทั้งองค์การจะต้องอยู่ได้ด้วยสินค้าและบริการของ SE เอง ไม่พึ่งพารัฐบาลหรือหน่วยงานอื่นมากเกินไป โดยจัดสรรทรัพยากรและใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งต้องมีการอนุรักษ์และฟื้นฟูด้วย และต้องทราบว่าสิ่งที่ทำนั้นสร้างผลกระทบต่อสังคมอย่างไร รวมทั้งต้องดูแลผู้มี

ส่วนได้ส่วนเสียให้เกิดความพึงพอใจร่วมกัน และสุดท้าย หาก SE ประสบความสำเร็จแล้ว ต้องสามารถเป็นตัวอย่งที่ดีให้กับ SE ที่เกิดใหม่ได้ด้วย

3. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป เนื่องจากในการศึกษาค้นนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการ SE ในประเทศไทยในทุกอุตสาหกรรม ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยแห่งความสำเร็จในด้านผู้ประกอบการ องค์กร และสถาบัน และ CSP โดยจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม หรือขนาด หรือประเภทการจัดตั้ง แล้วนำมาเปรียบเทียบความแตกต่างของแต่ละกลุ่ม

บรรณานุกรม

Alegre, I., & Berbegal-Mirabent, J. (2016). Social innovation success factors: Hospitality and tourism social enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(6), 1155–1176.

Buranapin, S., & Ratthawatankul, T. (2015). Philosophy of sufficiency economy and business sustainability: A framework for operational implications. *Journal of Business and Behavioral Sciences*, 27(1), 115–141.

Chabowski, B. R., Mena, J. A., & Gonzalez-Padron, T. L. (2011). The structure of sustainability research in marketing, 1958–2008: A basis for future research opportunities. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 55–70.

Cho, S., & Kim, A. (2017). Relationships between entrepreneurship, community networking, and economic and social performance in social enterprises: Evidence from South Korea. *Human Service Organizations: Management, Leadership & Governance*, 41(4), 376–388.

Creswell, J. W. (2015). *A concise introduction to mixed methods research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Department of Business Development. (2019). Rabop khlāng khōmūn thurakit [Business data warehouse]. Retrieved January 10, 2019, from <http://datawarehouse.dbd.go.th>

Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. Oxford, England: Capstone Publishing.

Elkington, J. (1998). Accounting for the triple bottom line. *Measuring Business Excellence*, 2(3), 18–22.

González-Benito, J., & González-Benito, Ó. (2005). Environmental proactivity and business performance: An empirical analysis. *Omega*, 33(1), 1–15.

Goyal, P., Rahman, Z., & Kazmi, A. A. (2013). Corporate sustainability performance and firm performance research: Literature review and future research agenda. *Management Decision*, 51(2), 361–379.

Guleid, A. H. (2014). Understanding the challenges facing social enterprise sustainability. *Kasem Bundit Journal*, 15(1), 106–121.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate data analysis* (8th ed.). U.K: Cengage Learning.

Jenner, P. (2016). Social enterprise sustainability revisited: An international perspective. *Social Enterprise Journal*, 12(1), 42–60. <https://doi.org/10.1108/SEJ-12-2014-0042>

Keech, D. (2017). Social enterprises with environmental objectives: Saving traditional orchards in England and Germany. *The Geographical Journal*, 183(2), 164–174.

- Keiser, J., DeMicco, F. J., & Grimes, R. N. (2000). *Contemporary management theory: Controlling and analyzing costs in foodservice operations* (4th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Lankoski, L. (2009). Cost and revenue impacts of corporate responsibility: Comparisons across sustainability dimensions and product chain stages. *Scandinavian Journal of Management*, 25(1), 57–67.
- Leech, N. L., & Onwuegbuzie, A. J. (2007). An array of qualitative data analysis tools: A call for data analysis triangulation. *School Psychology Quarterly*, 22(4), 557–584.
- Mattavanont, S., & Ruenrom, G. (2016). Kānsuksā chōng prachak khōng patchai thī mī phon tō khwāmsamret khōng kitchakan phūa sangkhom dān kāntalāt lē dān sangkhom [The empirical study of factors affecting the success of social enterprise on marketing and social performances]. *Journal of Research Methodology*, 29(1), 37-64.
- Miles, M. P., Verreyne, M. L., Luke, B., Eversole, R., & Barraket, J. (2013). The relationship of entrepreneurial orientation, Vincentian values and economic and social performance in social enterprise. *Review of Business*, 33(2), 91–102.
- Mithani, M. A. (2017). Innovation and CSR — Do they go well together? *Long Range Planning*, 50(6), 699–711.
- Nasruddin, E., & Fahada Misaridin, N. A. (2014). Innovation for a social enterprise business model: An analysis of key success factors. *International Journal of Organizational Innovation*, 7, 149-157.
- Nonthnathorn, P. (2011). CSR @ AC: Botbat chōngkon yut khōng sī ‘ē sa ‘ā nai prachakhom ‘Āsian [CSR@AC: Strategic roles of CSR in ASEAN community]. *Romphruek Journal*, 29(2), 23-52.
- Nonthnathorn, P. (2015). Botbat khōng sī ‘ē sa ‘ā lē wisahakit phūa sangkhom kap kān kae panha sangkhom [CSR and social enterprise roles for social problem solving]. *Journal of Social Development*, 17(2), 13-34.
- Nuchpiam, P. (2016). *A comparative study of legal forms for social enterprises in the UK and Thailand* (Doctoral dissertation, Durham University, 2016).
- O’Shaughnessy, M., & O’Hara, P. (2016). Towards an explanation of Irish rural-based social enterprises. *International Review of Sociology*, 26(2), 223–233.
- Pasricha, P., Singh, B., & Verma, P. (2018). Ethical leadership, organic organizational cultures and corporate social responsibility: An empirical study in social enterprises. *Journal of Business Ethics*, 151(4), 941–958.
- Pratono, A. H., & Sutanti, A. (2016). The ecosystem of social enterprise: Social culture, legal framework, and policy review in Indonesia. *Pacific Science Review B: Humanities and Social Sciences*, 2(3), 106–112.
- Sakunsuraakepong, S. (2016). Patchai thī mī ‘itthiphon tō prasitthiphap kitchakan phūa sangkhom nai prathēt Thai [Factors influencing efficient social enterprise in Thailand]. *Politics Administration and Law Journal*, 8(1), 139–161.

- Sangnin, K., & Pooripakdee, S. (2018). Kānsuksā nāēōthāng kānboṛihān čhatkān phūā khwāmyangyūn dūai lak pratyā khoṅg sēthakit phōphiāng khoṅg wisāhakit phūā sangkhom koṛani suksā sām phrān modēn doī munnithi sangkhom suk čhai [Studying the approach of sustainable management with sufficiency economy philosophy of social enterprise: Case study of the Sampran model through bliss foundation]. *Veridian E-Journal*, 11(1), 168–182.
- Satar, M. S., & John, S. (2016). A conceptual model of critical success factors for Indian social enterprises. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 12(2), 113–138.
- Sharir, M., & Lerner, M. (2006). Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs. *Journal of World Business*, 41(1), 6–20.
- Shin, C. (2018). How social entrepreneurs affect performance of social enterprises in Korea: The mediating effect of innovativeness. *Sustainability*, 10(8), 1–14.
- Social Enterprise Alliance. (2017). Social enterprise. Retrieved August 11, 2018, from <https://socialenterprise.us/about/social-enterprise/>
- Social Enterprise UK. (2017). What are social enterprises? Retrieved August 11, 2018, from <https://www.socialenterprise.org.uk/Pages/FAQs/Category/FAQs>
- Sommit, K., & Sitikarn, B. (2018). Nāēokhit thritsadi khwāmyangyūn thāng thurakit khoṅg kānthoṅthiēo doī chumchon nai prathēt Thai tām thatsana hāng lakkān kitčakān phūā sangkhom [A theoretical concept of business sustainability of community-based tourism in Thailand: A social enterprise perspective]. *FEU Academic Review*, 12, 35–47.
- Strang, K. D. (2017). Using modified brainstorming to improve social enterprise international development research for African countries. *Social Business*, 7(2), 177–197.
- Stratan, D. (2017). Success factors of sustainable social enterprises through circular economy perspective. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*, 6(1), 17–23.
- Thaipat Institute. (2008). Champhuak khoṅg sī ēt'ā [Thai CSR network]. Retrieved September 6, 2018, from http://www.thaicrs.com/2008/01/blog-post_6965.html
- Thiemboonkit, S. (2013). *An exploratory study of the development social entrepreneurship: Key concepts, characteristics, roles and success factors of social enterprise in Thailand* (Doctoral dissertation, National Institute of Development Administration).
- Von Der Weppen, J., & Cochrane, J. (2012). Social enterprises in tourism: An exploratory study of operational models and success factors. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 497–511.
- Wagner, M. (2010). The role of corporate sustainability performance for economic performance: A firm-level analysis of moderation effects. *Ecological Economics*, 69(7), 1553–1560.
- Yimwilai, A., & Lorsuwannarat, T. (2018). Kārabūn nā kānki čhakān phūā sangkhom læ lak pratyā sēthakit phōphiāng: Koṛani suksā kitčakān phūā sangkhom nai prathēt Thai [The integration of social enterprise and sufficiency economy: Cases of social enterprises in Thailand]. *Sripatum Review of Humanities and Social Sciences*, 16(2), 36–49.
- Zainon, S., Ahmad, S. A., Atan, R., Wah, Y. B., Bakar, Z. A., & Sarman, S. R. (2014). Legitimacy and sustainability of social enterprise: Governance and accountability. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 145, 152–157.