



โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจและ
พฤติกรรมในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะ
เพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย



โดย
พิมพ์พร ชีวานันท์

ดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต
ปีการศึกษา 2564



**THE STRUCTURAL EQUATION MODELLING OF FACTORS EFFECTING
FINANCIAL CONTRIBUTION INTENTION AND BEHAVIOR VIA
EQUITY CROWDFUNDING IN SOCIAL ENTERPRISE
IN THAILAND**



**A DISSERTATION SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF DOCTOR OF BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2021**

คดียุติพันธ์เรื่อง

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมในการ
สนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน
ในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

โดย

พิมพ์พร ชิวานันท์

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจคดียุติพันธ์บัณฑิต

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2564

ผศ.ดร.ชนวรรณ แสงสุวรรณ
ประธานกรรมการสอบ

ผศ. ดร.พัฒน์ พิธิษฐเกษม
กรรมการ

ดร. นพพล สุวรรณทรัพย์
กรรมการ

ดร.ชนะเกียรติ สมานบุตร
กรรมการ

ดร.สุมาลี สว่าง
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ.ร.ต.หญิง ดร.วรรณิ์ สุขสาตร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

30 พฤศจิกายน 2564

Dissertation entitled

**THE STRUCTURAL EQUATION MODELLING OF FACTORS EFFECTING
FINANCIAL CONTRIBUTION INTENTION AND BEHAVIOR VIA
EQUITY CROWDFUNDING IN SOCIAL ENTERPRISE
IN THAILAND**

by

PIMPORN CHEWANANTH

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Doctor of Business Administration

Rangsit University
Academic Year 2021

Asst. Prof. Thanawan Sangsuwan, D.B.A.
Examination Committee Chairperson

Asst. Prof. Phat Pisitkasem, Ph.D.
Member

Noppadol Suwannasap, D.B.A.
Member

Chanakiat Samarnbutra, Ph.D.
Member

Sumalee Sawang, D.M.
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plt.Off. Vanee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

November 30, 2021

กิตติกรรมประกาศ

คุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้เป็นอย่างดีด้วยความอนุเคราะห์จาก ดร.สุมาลี สว่างอาจารย์ที่ปรึกษา ที่ให้ความเมตตา ระยะเวลาอันมีค่า ให้ความเอาใจใส่ช่วยเหลือ และคอยให้คำปรึกษาแนะนำด้วยความใส่ใจเป็นอย่างดีมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.พัฒน์ พิธิษฐเกษม ที่กรุณาให้คำแนะนำ และชี้แนะแนวทางด้านสถิติในการวิจัย จนได้ผลการวิจัยที่ครบถ้วนสมบูรณ์สำหรับงานคุษฎีนิพนธ์

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ ประธานที่ปรึกษาสอบคุษฎีนิพนธ์และคณะกรรมการสอบคุษฎีนิพนธ์ มหาวิทยาลัยรังสิตทุกท่าน ที่ให้คำแนะนำอันมีค่าในการปรับปรุงแก้ไขคุษฎีนิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ใช้เวลาอันมีค่าในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามด้วยความใส่ใจอย่างยิ่งตลอดมา พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการเขียนข้อคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจง่าย

ขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ร.ต.หญิงดร.วรรณิ สุขสารท คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต และดร.ชนะเกียรติ สมานบุตร ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจคุษฎีบัณฑิตที่ให้การสนับสนุนในการศึกษาด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณ คุณพิเชษฐ โตนิตวิวงศ์โต ผู้จัดการไปทั่วที่ให้ความร่วมมือและการสนับสนุนในทุกเรื่องที่ร้องขอ และขอบพระคุณผู้ถือหุ้นบริษัทธรรมธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัดทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม คุณค่าใดๆ แห่งคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบให้แก่บุพการี คุณพ่อพ็อง ชีวานันท์ และคุณแม่พพร ชีวานันท์ ที่ได้ให้การสนับสนุนในด้านการศึกษาแก่ผู้วิจัยมาตั้งแต่เยาว์วัย ตลอดจน ครอบครัว ญาติ มิตรสหาย รวมถึงผู้มีอุปการคุณทุกท่านที่คอยเป็นกำลังใจ และผู้ให้การสนับสนุนในสิ่งต่างๆ เรื่อยมาจนทำให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี สุดท้ายนี้ ความรู้ และประสิทธิผลที่เกิดจากคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบความดีเหล่านี้ให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน และมหาวิทยาลัยรังสิตที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้การศึกษาสำเร็จลงอย่างสมบูรณ์

พิมพ์พร ชีวานันท์

ผู้วิจัย

5907234 : พิมพ์พร ชีวานันท์
 ชื่อคุณวุฒิพนธ์ : โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ และพฤติกรรมในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย
 หลักสูตร : บริหารธุรกิจคุณวุฒิบัณฑิต
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. สุมาลี สว่าง

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้เงินสนับสนุนผ่านวิธีการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่จะใช้เงินในการสนับสนุนผ่านวิธีการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ อิทธิพลของทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การรับรู้ความสามารถของตนเอง สิทธิประโยชน์ทางภาษี ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่เคยลงทุนผ่านวิธีการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย จำนวน 1,527 ราย

ผลการวิเคราะห์ โมเดลสมการ โครงสร้าง พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การรับรู้ความสามารถของตนเอง และสิทธิประโยชน์ทางภาษีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคม ในขณะที่ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคม ด้วยวิธีการลงทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมและการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล ในขณะที่ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม ผ่านวิธีการลงทุนสาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน และความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

(คุณวุฒิพนธ์มีจำนวนทั้งสิ้น 243 หน้า)

คำสำคัญ: การระดมทุนสาธารณะ, การระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน, วิสาหกิจเพื่อสังคม, ทฤษฎีตามแผน

ลายมือชื่อนักศึกษา ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

5907234 : Pimporn Chewananth
 Dissertation Title : The Structural Equation Modelling of Factors Effecting Financial Contribution Intention and Behavior Via Equity Crowdfunding in Social Enterprise in Thailand
 Program : Doctor of Business Administration
 Dissertation Advisor : Sumalee Sawang, D.M.

Abstract

The purposes of this research were to study the factors influencing the intention of financial contribution via equity crowdfunding in social enterprise, to study the factors influencing information sharing intention via equity crowdfunding in social enterprise, to study the factors influencing financial contribution behavior via equity crowdfunding in social enterprise in Thailand, and to recheck the conformity of structural equation model influence of attitude, subjective norm, social norms, perceived behavioral control, self-efficacy, tax incentives, financial contribution intention, information sharing intention, and financial contribution behavior via equity crowdfunding in social enterprises in Thailand. Quantitative research is conducted with a questionnaire as a research tool, and the data were collected from 1,527 people who have invested via equity crowdfunding in social enterprise in Thailand.

According to the analysis of the structural equation model, the results revealed that attitude, social norms, perceived behavioral control, self-efficacy, and tax incentives have a positive direct influence on financial contribution intention, while the factor of subjective norm has no positive direct influence on financial contribution intention via equity crowdfunding in social enterprises at statistically significant of 0.05, and found that the factor of attitude, subjective norm, social norm, perceived behavioral control, self-efficacy have a positive direct influence on information sharing intention, while the factor of tax incentives has no positive direct influence on information sharing intention of equity crowdfunding in social enterprise at statistically significant of 0.05. It was also found that both financial contribution intention and information sharing intention have a positive direct influence on financial contribution behavior at statistically significant of 0.05.

(Total 243 pages)

Keywords: Crowdfunding, Equity Crowdfunding, Social Enterprise, Theory of Planned Behavior

Student's Signature Dissertation Advisor's Signature

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูป	ญ
บทที่ 1	
บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามในการวิจัย	7
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	8
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	8
1.5 ประโยชน์ที่จะได้รับ	9
1.6 คำนิยามศัพท์	11
บทที่ 2	
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	14
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม	14
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะ	28
2.3 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน	40
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลประโยชน์ทางภาษี	56
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	57
2.6 การพัฒนากรอบแนวความคิด	64
2.7 สมมติฐานการวิจัย	72

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3	
ระเบียบวิธีการวิจัย	74
3.1 รูปแบบการศึกษา	74
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	75
3.3 การวัดตัวแปร และค่านิยามตัวแปร	76
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	81
3.5 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย	85
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	89
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	90
บทที่ 4	
ผลการวิจัย	94
4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงของมาตรวัด	102
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	104
4.3 ผลวิเคราะห์เชิงพรรณนาองค์ประกอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ สนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนใน วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	107
4.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลแบบจำลองปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อ การลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	117
4.5 การวิเคราะห์ตรวจสอบสหสัมพันธ์ตัวแปรแบบจำลองปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อ การลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	121
4.6 การวิเคราะห์สมการโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ สนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนใน วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	126
4.7 ผลวิเคราะห์เส้นอิทธิพลสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ สนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนใน วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	135

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	คำจำกัดความของคำว่าวิสาหกิจเพื่อสังคม	21
2.2	ประเภทของการระดมทุนสาธารณะ	32
2.3	การสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร	62
2.4	ชื่อภาษาไทย ชื่อภาษาอังกฤษ อักษรย่อของตัวแปร	66
3.1	ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลทดลองใช้ (Pre-Test) (n = 30)	88
4.1	ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลที่เก็บจริง (n = 1527)	102
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	104
4.3	ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านทัศนคติ	108
4.4	ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	109
4.5	ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านบรรทัดฐานทางสังคม	110
4.6	ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม	111
4.7	ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง	112

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.8	ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี	113
4.9	ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน	114
4.10	ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล	115
4.11	ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน	116
4.12	ผลวิเคราะห์ค่าสถิติปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	119
4.13	ผลการตรวจสอบปัญหาสหสัมพันธ์ตัวแปรแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	122
4.14	วิเคราะห์การตรวจสอบการแจกแจงค่าสถิติเชิงพรรณนาตัวแปรแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	123
4.15	แสดงค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	127
4.16	ผลการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองผลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	129
4.17	ผลการวิเคราะห์เส้นอิทธิพลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	136

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.18	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	141



สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	4
2.1	รูปแบบเศรษฐกิจ 3 ระบบของเพียร์ซ	17
2.2	ภาพดัดแปลงจาก Dee's Social Enterprise Hybrid Spectrum	19
2.3	ภาพปรับปรุงจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (A Theory of Planned Behavior)	42
2.4	โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ	44
2.5	กรอบแนวความคิดในการวิจัย	65
2.6	โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแสดงสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	71
4.1	องค์ประกอบเชิงยืนยันแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	118
4.2	สมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย	126

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันเริ่มมีการให้ความสำคัญกับการประกอบการเพื่อสังคมเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพราะรูปแบบการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม มักจะนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่โลกกำลังเผชิญอยู่ได้อย่างยั่งยืน และมักจะทำได้ดีกว่าการแก้ไขปัญหาในรูปแบบอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคม ปัญหาด้านสุขอนามัย เป็นต้น ซึ่งนักวิชาการผู้ทรงอิทธิพลอย่าง Porter and Kramer (2011) ได้สนับสนุนแนวคิดนี้ว่า “ธุรกิจเชิงพาณิชย์ ที่ไม่ใช่องค์กรเพื่อการกุศล คือพลังที่มีอำนาจมากที่สุดในการแก้ไขปัญหาเร่งด่วนที่เรากำลังเผชิญกันอยู่” ในขณะที่โครงการเพื่อสังคม ที่มีจุดประสงค์ที่จะทำเพื่อสังคมเพียงอย่างเดียว มักจะประสบปัญหาในการขยายตัว และไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่มีจุดประสงค์ในการสร้างค่านิยม และคุณค่าทางสังคมร่วมกัน จึงเป็นรูปแบบการทำธุรกิจที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว เนื่องจากมีความยืดหยุ่น และสามารถปรับตัวเพื่อรองรับการเติบโตที่รวดเร็วกว่าการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมเท่านั้น และการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม ก็ไม่จำกัดแนวความคิดในการทำธุรกิจ เช่นเดียวกับการทำกิจกรรมเพื่อสังคมตามกรอบแนวคิดแบบเดิมๆ ที่มักจะพบในองค์กรชั้นนำขนาดใหญ่ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมในยุคนี้ มักจะสร้างสรรค์แนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และค้นพบโอกาสใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการ และการแก้ไขปัญหาสังคมได้ และในขณะเดียวกันก็มีรูปแบบธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ และมีความเป็นไปได้สูงที่จะประสบความสำเร็จได้มากกว่าองค์กรเพื่อสังคมในรูปแบบอื่นๆ

หนึ่งในอุปสรรคสำคัญของการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ทั้งหลาย คือการหาเงินลงทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ (Belleflamme, Lambert & Schwienbacher, 2014) จากงานวิจัยของ Cassar (2004) ได้กล่าวไว้เช่นกันว่า การหาเงินลงทุน ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้ประกอบการจะต้องทำเมื่อเริ่มต้นทำธุรกิจ และเมื่อถึงเวลาที่กิจการจำเป็นจะต้องขยายตัว หรือมีการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานเพื่อความอยู่รอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเวลาที่ตลาดมีการแข่งขันสูง ความสามารถขององค์กรในการหาแหล่ง

เงินทุนเพื่อให้ได้จำนวนเงินที่ต้องการ เพื่อนำมาพัฒนาองค์กรตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว จึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก สำหรับการทำธุรกิจในปัจจุบัน ทั้งนี้ เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปในหมู่นักวิชาการหลายๆ ท่านที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการหาแหล่งเงินทุนเพื่อทำธุรกิจว่า เป็นเรื่องที่ท้าทาย และยากมาก โดยเฉพาะกับธุรกิจที่เพิ่งจะเริ่มต้นใหม่ อย่างไรก็ตาม เรื่องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนก็ถือว่าเป็นเรื่องปกติ และมีความเป็นไปได้ที่ไม่ยากนักสำหรับธุรกิจที่เกิดขึ้นมาเพื่อแสวงหากำไร แต่หากจะกล่าวถึงธุรกิจประเภทวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) แล้วนั้น การหาแหล่งเงินทุนให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ กลับกลายเป็นสิ่งที่ท้าทายมากกว่าธุรกิจทั่วไปเป็นอย่างมาก (Bergamini, Navarro & Hilian, 2015) ขณะเดียวกัน Bugg-Levine, Kogut & Kulatilaka (2012) ได้ให้มุมมองไว้ในลักษณะเดียวกันว่า การเข้าถึงแหล่งทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม มีความยากลำบากมากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจเชิงพาณิชย์อื่นๆ และ Brandstetter & Lehner (2015) ได้พูดถึงระดับของการคืนทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคมว่า อยู่ในระดับที่สูงกว่าเมื่อต้องแข่งขันกับธุรกิจเชิงพาณิชย์ที่อยู่ในตลาดเดียวกัน เนื่องจากแหล่งเงินทุน มักจะพิจารณาถึงความสามารถในการทำกำไร รวมถึงระดับความเสี่ยงของธุรกิจเป็นปัจจัยหลัก จึงทำให้กลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคมเข้าถึงเงินทุนจากสถาบันการเงินที่เป็นที่ยอมรับได้ยาก เพราะผลประกอบการด้านกำไรไม่ดีพอ (Bugg-Levine et al., 2012) นอกจากนี้ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เป็นที่ยอมรับสำหรับกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น ถือว่าเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากผลประกอบการ และกำไรมักจะไม่ดีพอ (Bugg-Levine et al., 2012) และการที่จะวัดผลที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทางสังคม ให้ออกมาในรูปตัวเงิน หรือแม้แต่ผลกำไร ก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ค่อนข้างยากอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากผลกระทบที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม อันเกิดจากการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น มักจะส่งผลในลักษณะของภาพรวม มากกว่าการทำให้เกิดประโยชน์โดยตรงในเรื่องใดเรื่องหนึ่งกับลูกค้าที่ซื้อสินค้า หรือบริการนั้น อีกทั้งผู้ที่ลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมส่วนใหญ่ก็ยังไม่มั่นใจในมูลค่าที่จะได้กลับคืนมาจากการลงทุนเท่าใดนัก เพราะการวัดผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงกับสังคมเป็นเรื่องที่ยากมาก ผวนกับการแก้ไขปัญหาสังคม ก็เป็นเรื่องที่ใช้เวลาที่ยาวนานกว่าจะเห็นผล ดังนั้น จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้การลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมต้องใช้เวลาที่นานกว่าจะได้รับผลตอบแทนเช่นกัน ในขณะที่นักลงทุนโดยทั่วไปมักจะมีแนวโน้มในการลงทุนกับกิจการที่ให้ผลตอบแทนในเวลาที่สูงกว่า (Lyons & Kickul, 2013)

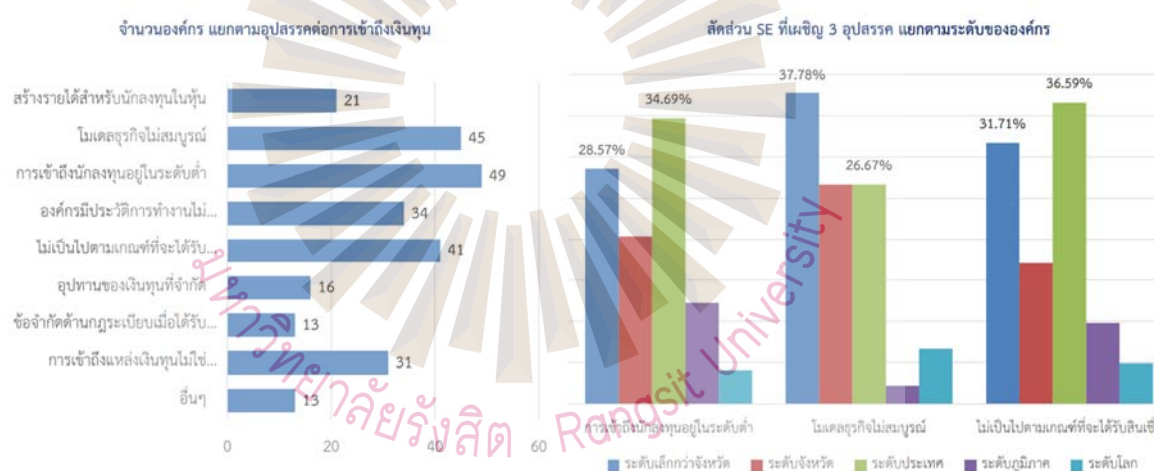
จากการทบทวนวรรณกรรมของต่างประเทศ เกี่ยวกับคำจำกัดความของวิสาหกิจเพื่อสังคม พบว่าเป็นการยากที่จะให้คำนิยามอย่างใดอย่างหนึ่งกับคำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ทั้งนี้เป็นเพราะคำนิยามมีความแตกต่างกันไปตามบริบททางสังคมในแต่ละประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของกฎหมาย หรือขนาดของวิสาหกิจเพื่อสังคม (Liu et al., 2015) อย่างไรก็ตามแม้ว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมจะมี

รูปแบบทางกฎหมาย และกิจกรรมบางอย่างที่แตกต่างกัน ในขณะที่เดียวกันวิสาหกิจเพื่อสังคม ก็มีคุณสมบัติโดยทั่วไปที่เหมือนกันอยู่ (Germak & Singh, 2010; Linton, 2013; Tracey et al., 2011; Santos, 2012; Peredo & McLean, 2006; Mair & Marti, 2005; Laville & Nyssens, 2001; Peattie & Morley, 2008; Kelly, 2003; Mair & Marti, 2006; Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2003) อาทิ วิสาหกิจเพื่อสังคมทำให้เห็น โอกาสในการกระตุ้นสิ่งที่ทำให้ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และ/หรือ เน้นย้ำในเรื่องความต้องการของสังคม และการตอบสนองต่อภารกิจทางสังคมในแง่มุมต่างๆ รวมถึงการมีส่วนร่วมช่วยให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังส่งเสริมความสมัครสมาน และการทำงานร่วมกัน โดยมีเป้าหมายหลักในการทำเพื่อสังคม ไม่ใช่ทำเพื่อผลกำไรที่ได้จากการลงทุน ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมจึงมักจะมีควมยืดหยุ่น และมีความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากพวกเขาสามารถที่จะตอบสนองสถานการณ์ทางสังคม และเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และมักจะเป็น โครงการต่างๆ ที่มาจากการริเริ่มของประชาชน หรือเกี่ยวข้องกับคนในชุมชนที่มีเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งที่เหมือนกัน และมีความชัดเจนในการทำให้ชุมชน หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในสังคมได้รับประโยชน์ สุดท้ายการกระทำเช่นนี้ก็ได้ช่วยส่งเสริมความรับผิดชอบของคนในชุมชนในระดับท้องถิ่นได้ทั้งทางตรง และทางอ้อม

สำหรับในระดับสากล นับได้ว่าวิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นส่วนสำคัญของโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่ให้การยอมรับ ให้ความสำคัญ และถือว่าวิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจในประเทศนั้นๆ และจะเห็นว่าประเทศดังกล่าวจะเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตได้อย่างมีนัยสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการทำงาน หรือการเพิ่มผลผลิตในภาคธุรกิจ และขณะเดียวกัน ก็สามารถตอบสนองความต้องการของสังคม และสิ่งแวดล้อมได้อย่างแท้จริง เช่น ในประเทศทั่วยุโรป ภาคธุรกิจเพื่อสังคมมีส่วนระหว่าง 4% ถึง 7% ของ GDP และเป็นประเภทของธุรกิจที่เติบโตเร็วที่สุดของการทำธุรกิจโดยรวม (Liu et al., 2015) ในปี 2015 ได้มีการสำรวจวิสาหกิจเพื่อสังคมมากกว่า 1000 แห่ง ใน 9 ประเทศ (โครงการ SEFORIS ซึ่งมี OECD LEED เข้าร่วมโครงการด้วย) ผลของการสำรวจ แสดงให้เห็นว่ารายได้ของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ได้มีการลงทะเบียนนั้น มีมูลค่าสูงถึง 6.06 พันล้านยูโร วิสาหกิจเพื่อสังคมเหล่านั้น ได้ให้บริการ และมีผู้ได้รับประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ถึง 871 ล้านคน มีการสร้างงาน โดยเฉพาะผู้พิการ และผู้ที่มีพื้นเพจากการเป็นผู้พวยบมาก่อนกว่าครึ่งล้านคน และมีตำแหน่งงานที่เพิ่มขึ้นอีกประมาณ 5.5 ล้านตำแหน่ง (SEFORIS, 2016)

ในประเทศไทย วิสาหกิจเพื่อสังคมเริ่มได้รับความสนใจจากทุกภาคส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบัน รัฐบาลได้ออกกฎหมายเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งได้ให้คำ

นิยาม “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ว่าหมายถึง บริษัท ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือนิติบุคคลอื่น ที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายสินค้า หรือการบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการ อีกทั้งยังส่งเสริมการจ้างงานในท้องถิ่น หรือมีวัตถุประสงค์ในการแก้ไขปัญหา และพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม และไม่ได้ดำเนินการเพื่อแสวงหากำไรเพียงแก่ผู้ถือหุ้น หรือหุ้นส่วน โดยให้นำผลกำไรกลับมาลงทุนไม่น้อยกว่าร้อยละสิบเพื่อกิจการของตนเอง หรือเพื่อประโยชน์แก่ผู้ยากไร้ เกษตรกร ผู้พิการ หรือเพื่อประโยชน์สาธารณะอื่นๆ (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม, 2562) ทั้งนี้จากผลการวิจัยโดยสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDR) พบว่าหนึ่งในปัญหาหลักของวิสาหกิจเพื่อสังคมคือการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เนื่องจากการเข้าถึงนักลงทุนอยู่ในระดับต่ำ โมเดลธุรกิจไม่สมบูรณ์ และไม่เป็นไปตามเกณฑ์การขอรับสินเชื่อ ดังนั้นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคมครั้งนี้จะช่วยเพิ่มทางเลือกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ต้องการได้



รูปที่ 1.1 ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ที่มา: บุญวรา สุมะโน, 2563

การระดมทุนจากสาธารณะ หมายถึงการระดมทุนจากบุคคลทั่วไปจำนวนมาก ที่ไม่ใช่ธนาคาร หรือสถาบันทางการเงิน เพื่อสนับสนุนกิจกรรม โครงการ หรือธุรกิจต่างๆ โดยได้รับผลตอบแทนที่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับรูปแบบ และวัตถุประสงค์ของผู้ระดมทุน การสนับสนุนดังกล่าว ผู้สนับสนุนจะสนับสนุนด้วยเงินในจำนวนน้อย แทนที่จะได้รับเงินสนับสนุนก้อนใหญ่จากผู้สนับสนุนเพียงไม่กี่ราย (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2014) และ โดยปกติ

กระบวนการนี้จะทำผ่านระบบอินเทอร์เน็ต หรือตัวกลางที่ทำให้ผู้ระดมทุน และผู้สนับสนุนสามารถพบกันได้ง่าย และรวดเร็ว โดยไม่มีตัวกลางทางการเงินที่มีมาตรฐานกำหนดตายตัว (Mollick, 2014) นอกจากนี้ ประโยชน์ที่ได้รับจากการระดมทุนสาธารณะ ที่ได้มาในรูปของตัวเงินแล้ว ผู้ระดมทุนยังสามารถประชาสัมพันธ์ธุรกิจ และนำข้อมูลจากผู้สนับสนุนที่สนใจในโครงการมาปรับปรุงธุรกิจได้อีกด้วย ตัวอย่างเช่นคำแนะนำที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้า และบริการได้อย่างทันทั่วทั้งจากผู้สนับสนุนที่เข้ามาแสดงความคิดเห็น (Gerber & Hui, 2013; Nucciarelli et al., 2017) สามารถเข้าถึง และได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่ม เช่น ผู้ที่มีโอกาสจะมาเป็นลูกค้าในอนาคต พันธมิตรทางธุรกิจ สื่อต่างๆ หรือนักลงทุนในปัจจุบัน และอนาคตอีกด้วย (Mollick & Kuppaswamy, 2014) การระดมทุนจากสาธารณะ แม้จะเป็นช่องทางใหม่สำหรับการระดมทุนให้กับโครงการ และผู้ประกอบการ แต่การระดมทุนในลักษณะนี้ ก็มีการเติบโตแบบก้าวกระโดดในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยปริมาณการระดมทุนในปี 2016 นั้นสูงถึง 262 พันล้านยูโร ซึ่งขึ้นมาจากตัวเลข 130 พันล้านยูโรในปี 2015 (Ziegler et al., 2018) และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น 300 เปอร์เซ็นต์ในทุกๆ ปี (World Bank, 2015; Statista, 2020)

งานวิจัยส่วนใหญ่ที่ศึกษาเกี่ยวกับการระดมทุนจากสาธารณะ มักจะให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจในปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ และความล้มเหลวของโครงการ (หรือแคมเปญ) เป็นหลัก (Short et al., 2017) และผู้ศึกษาได้เริ่มทำความเข้าใจถึงมุมมอง และแรงจูงใจของผู้สนับสนุนในการมีส่วนร่วมสนับสนุน โครงการที่ใช้วิธีระดมทุนจากสาธารณะบ้างแล้ว (Macht & Weatherston, 2015; Shneor & Munim, 2019) อย่างไรก็ตาม จากการได้ทบทวนวรรณกรรมที่เพิ่งทำมาไม่นานนี้ สามารถตั้งข้อสังเกตได้ว่า ส่วนใหญ่มีการเน้นถึงความจำเป็นในการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับมุมมอง และปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อผู้สนับสนุน โครงการผ่านการระดมทุนจากสาธารณะ (McKenny et al., 2017) ทั้งนี้ เนื่องจากงานวิจัยในอดีต พบว่ามุมมองของผู้สนับสนุนการระดมทุนจากสาธารณะ จะมีความแตกต่างกันไปตามรูปแบบของการระดมทุน อาทิ ปัจจัยที่จะสร้างแรงจูงใจให้กับผู้สนับสนุนการระดมทุนสาธารณะในรูปแบบของการลงทุน (Investment Crowdfunding) ก็จะแตกต่างกันไปกับผู้สนับสนุนการระดมทุนในรูปแบบที่ไม่ใช่การลงทุน (Non-Investment Crowdfunding) (Non-Investment Crowdfunding) (Belleflamme et al., 2014; Macht & Weatherston, 2015; Mollick, 2014; Ordanini, Miceli, Pizzetti, & Parasuraman, 2011) ในปี 2019 Shneor and Munim ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจ และพฤติกรรมในการสนับสนุน โครงการที่ใช้วิธีระดมทุนจากสาธารณะที่ไม่ใช่การลงทุน โดยเจาะจงไปที่การระดมทุนที่ให้ผลตอบแทนที่ไม่ได้อยู่ในรูปแบบของ “เงิน” หากแต่ผู้สนับสนุนจะได้รับรางวัล หรือผลตอบแทนเป็นสิ่งของ

หรือไม่ก็เป็นสิทธิพิเศษตามที่เจ้าของโครงการกำหนด (Reward-Based Crowdfunding) และเพื่อเป็นการต่อยอดแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยฉบับนี้จึงจะทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจ และพฤติกรรมในการสนับสนุนโครงการที่ใช้วิธีระดมทุนจากสาธารณะในรูปแบบของการลงทุน กล่าวคือ ผู้ลงทุนจะได้หุ้นเป็นผลตอบแทนตามสัดส่วนของเงินที่ลงทุนไป

จากข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม ประกอบกับการเติบโตของการระดมทุนสาธารณะทั่วโลก ตามที่ได้กล่าวไปก่อนหน้านี้แล้วนั้น งานวิจัยชิ้นนี้จึงเลือกทำการศึกษาเรื่องการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม เพราะเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปแล้วว่า การระดมทุนจากสาธารณะมักจะถูกนำมาใช้ เมื่อการกู้ยืมเงินแบบดั้งเดิมนั้น ห่างไกลจากความเป็นจริง (Thomson Reuters Foundation, 2015) และถูกมองว่าเป็นวิธีการที่เหมาะสมที่จะสนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เนื่องจากนักเก็งกำไรสาธารณะส่วนใหญ่ มักจะให้ความสำคัญกับแผนปฏิบัติการน้อยกว่าเป้าหมายหลักขององค์กร (Meyskens and Bird, 2015) แม้ว่าการตั้งข้อสังเกตของ Bergamini et al., (2015) ได้กล่าวว่า การระดมทุนจากสาธารณะ มีความสมเหตุสมผลสูงมากสำหรับกิจการเพื่อสังคม แต่การให้ความสำคัญกับการระดมทุนจากสาธารณะเพื่อวิสาหกิจเพื่อสังคมก็ยังคงเป็นหัวข้อที่โลกของนักวิชาการยังไม่ได้เข้ามาแสวงหาความรู้กันมากนัก และการระดมเงินสดเพื่อให้เข้าไปยังกิจการของวิสาหกิจเพื่อสังคม ก็ยังคงเป็นเรื่องที่คลุมเครือ และไม่ชัดเจน ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่วิสาหกิจเพื่อสังคม ควรจะต้องทำงานร่วมกับนักลงทุนที่มีเป้าหมายเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของเป้าหมายทางสังคม ซึ่งการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคมส่วนใหญ่ จะมีความปรารถนาในการลงทุนกับทรัพยากรที่ก่อให้เกิดผลกระทบในแง่บวกที่สำคัญต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม มากกว่าที่จะรอคอยผลตอบแทนทางการเงิน (Martin, 2015)

ด้วยเหตุผลดังที่กล่าวมานี้ จึงทำให้ผู้วิจัยปรารถนาที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน รวมทั้งพฤติกรรมการสนับสนุนทางการเงินที่ผ่านกระบวนการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน โดยเฉพาะงที่การลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย และงานวิจัยชิ้นนี้จะนำมุมมองด้านความรู้ความเข้าใจในการทำความเข้าใจพฤติกรรมการระดมทุนสาธารณะ ซึ่งมุมมองที่ว่านี้กล่าวถึงพฤติกรรม หรือการกระทำต่างๆ ของมนุษย์ว่า ส่วนได้รับอิทธิพลจากกระบวนการทางจิต โดยเริ่มจากได้รับข้อมูล เปลี่ยนแปลงข้อมูล และนำข้อมูลไปใช้ โดยวิเคราะห์พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในบริบทของการระดมทุนจากสาธารณะ ในรูปแบบของการลงทุนว่า สอดคล้องกับพฤติกรรมที่วางแผนไว้ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) (Ajzen, 1991) อย่างไร นอกจากนี้ จากงานสำรวจของ Seeders พบว่าผู้ที่เคยสนับสนุนการ

ระดมทุนจากสาธารณะ ได้เปิดเผยว่าแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้เขาเหล่านั้นสนับสนุนเงินให้กับบริษัทที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจ (Start up) ด้วยความตั้งใจที่จะช่วยให้ธุรกิจเหล่านั้นสามารถตั้งตัวได้ ขณะเดียวกันก็คาดหวังที่จะได้รับผลตอบแทนทางการเงินที่มีความหมาย นอกไปจากนั้น แรงจูงใจอีกประการหนึ่งคือประโยชน์ที่จะได้รับการยกเว้นทางด้านภาษี (Seeders, 2013) สำหรับในประเทศไทยเอง แม้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นมาตรการลำดับต้นๆ ที่ภาครัฐได้ดำเนินการแล้วเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งก็นับว่าเป็นประโยชน์อย่างมากต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งนักลงทุนหรือผู้สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทนิติบุคคล แต่สิทธิประโยชน์ดังกล่าวยังไม่ดึงดูดนักลงทุนรายย่อยเท่าใดนัก เพราะการระดมทุนยังคงเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม และจะเห็นได้ว่าในช่วงเริ่มต้น วิสาหกิจเพื่อสังคมยังคงต้องอาศัยนักลงทุนรายบุคคลเป็นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนฝูง หรือคนในครอบครัว หรือ Angel Investors (SE Thailand, 2020) ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้ จึงนำปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentives) มาทำการศึกษาเพิ่มเติมด้วย เพื่อให้รัฐบาลได้นำผลการศึกษาไปพิจารณาให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่บุคคลธรรมดาที่ลงทุน และสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมต่อไป เพื่อจะทำให้เกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมมากขึ้น และช่วยวิสาหกิจเพื่อสังคมมีโอกาสเติบโตในช่วงเริ่มต้นได้มากขึ้น โดยเลือกศึกษาจากประชากรที่เคยลงทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะในบริษัท ธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด เนื่องจากเป็น 1 ใน 22บริษัทที่ได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ที่เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม, 2563) และเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งแรกในประเทศไทยที่ระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนจนประสบความสำเร็จ จนมีผู้ถือหุ้นทั้งหมด 11,000 คน และมีมูลค่าการระดมทุนกว่า 100 ล้านบาท (บริษัทธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม, 2563)

1.2 คำถามในการวิจัย

1.2.1 ปัจจัยด้านทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง และสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือไม่

1.2.2 ปัจจัยด้านทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง และสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือไม่

1.2.3 ความตั้งใจสนับสนุนทางการเงิน และความตั้งใจแบ่งปันข้อมูลข้างต้น มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมไม่อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้แก่ ทักษะคิด การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง และสิทธิประโยชน์ทางภาษี

1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้แก่ ทักษะคิด การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง และสิทธิประโยชน์ทางภาษี

1.3.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้แก่ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน และความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล

1.3.4 เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ อิทธิพลของทักษะคิด การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง สิทธิประโยชน์ทางภาษี ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมเงินทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านทักษะคิด ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง และปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี

สำหรับรูปแบบการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยงานวิจัยนี้เริ่มจากขั้นตอนการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการทบทวนวรรณกรรมหรือบทความทางวิชาการจากฐานข้อมูล ร่วมกับการค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร บทความ งานวิจัย ตลอดจนข้อมูลจากเว็บไซต์ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยภายใต้เงื่อนไขของการค้นหาลำดับที่อิทธิพลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมในการลงทุนผ่านการระดมเงินทุนสาธารณะ เพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยศึกษาปัจจัยภายใต้เงื่อนไขของแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior หรือ TPB) ซึ่งประกอบไปด้วยทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม และการรับรู้ความสามารถของตนเอง แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ทางภาษี แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน และแนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม หลังจากนั้นจะแสดงผลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณข้างต้น พร้อมทั้งทำการอภิปรายผลการวิจัยโดยเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนหน้า และสรุปการศึกษาวิจัยนี้โดยเน้นประเด็นที่สำคัญจากผลการวิจัย ข้อจำกัดของงานวิจัย และผลกระทบต่องานวิจัย และการนำไปปฏิบัติใช้จริง

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่เคยลงทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะในบริษัท ธุรกรรมธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนผู้ถือหุ้นอยู่จำนวน 11,000 คน

1.4.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้ระยะเวลารวมทั้งสิ้น 7 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ. 2564 ถึง เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2564 เพื่อทำการศึกษาวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลข้อมูลที่ได้

1.5 ประโยชน์ที่จะได้รับ

1.5.1 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเชิงวิชาการ

1) นักวิชาการ นักวิจัย หรือผู้ที่สนใจสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปใช้สนับสนุนแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการระดมทุนสาธารณะ โดยเฉพาะผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคม

2) ก่อให้เกิดกรอบแนวคิดใหม่ภายใต้เงื่อนไขปัจจัยที่ส่งผลต่อการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปได้

1.5.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเชิงการประยุกต์ใช้ในการจัดการ

1) ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำความรู้ที่ได้จากผลการศึกษาไปใช้เพื่อประกอบในการวางแผนกลยุทธ์ทางการเงิน สำหรับการระดมทุนสาธารณะให้ประสบความสำเร็จได้

2) ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำความรู้ที่ได้จากผลการศึกษาไปใช้เพื่อประกอบในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด สำหรับดึงดูดนักลงทุนให้เข้าร่วมลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมของตน

1.5.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเชิงสังคม

1) งานศึกษาวิจัยชิ้นนี้ จะช่วยเพิ่มโอกาสให้วิสาหกิจเพื่อสังคมมีความเข้าใจและเข้าถึงแหล่งเงินทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะ ทำให้มีโอกาสร่วมความสำเร็จและเติบโตได้มากขึ้น ซึ่งเงินจากการลงทุนรวมถึงผลตอบแทนที่ได้จากการประกอบธุรกิจส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ซึ่งต่างจากบริษัทเอกชนทั่วไปที่มุ่งกำไรสูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น ดังนั้นการมีจำนวนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสบความสำเร็จจำนวนมากขึ้น จะช่วยให้ปัญหาสังคมได้รับการแก้ไขเพิ่มขึ้นผ่านรูปแบบทางธุรกิจที่ยั่งยืนด้วยตัวเองของวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยไม่ต้องพึ่งพาเงินบริจาคหรือเงินสนับสนุนจากรัฐบาลเป็นจำนวนมากแบบองค์กรการกุศลที่ไม่แสวงหากำไร

2) สืบเนื่องจากพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อคณะทำงานของรัฐบาลในการดึงดูดผู้ประกอบการเพื่อสังคมให้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมมากขึ้น เนื่องจากจะเปิดโอกาสให้วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ผ่านการขึ้นทะเบียนรับรองจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (สวส.) ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 และมีหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีตามที่

สวส. กำหนด สามารถออกและเสนอขายหุ้นต่อประชาชนได้โดยไม่ต้องยื่นขออนุญาตและแบบแสดงรายการข้อมูล (ไปฟลิ่ง) ต่อ ก.ล.ต.ทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมเหล่านี้มีโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่สูงขึ้น

3) รัฐบาลสามารถนำผลจากงานวิจัยชิ้นนี้ ไปสนับสนุนการออกแบบนโยบายต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยเฉพาะเรื่องนโยบายทางด้านภาษี ที่จะช่วยดึงดูดนักลงทุนที่สนใจลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านการระดมทุนสาธารณะได้เพิ่มมากขึ้น

1.6 คำนิยามศัพท์

วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise หรือ SE) หมายถึง บริษัท ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือนิติบุคคลอื่น ที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายสินค้า หรือการบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการ

การระดมทุนสาธารณะ (Crowdfunding) หมายถึงความสามารถในการได้รับเงินทุนจากผู้สนับสนุนจำนวนมาก โดยแต่ละคนจะสนับสนุนเงินในจำนวนที่น้อย แทนที่จะได้รับเงินสนับสนุนก้อนใหญ่จากผู้สนับสนุนเพียงไม่กี่ราย ซึ่งโดยส่วนมากจะทำผ่านออนไลน์ หรือโซเชียลเน็ตเวิร์ก การระดมทุนดังกล่าวมีได้ 4 รูปแบบ ได้แก่ การซื้อตราสารทุน (หุ้น หรือหุ้นกู้), เงินกู้, การบริจาค และการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ล่วงหน้า

การระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน (Equity Crowdfunding) หมายถึงการระดมทุนจากผู้สนับสนุนจำนวนมากโดยการขายหุ้นให้แก่ผู้ลงทุน ซึ่งผู้ลงทุนจะได้รับหุ้นตามสัดส่วนที่ลงทุน และผู้ถือหุ้นจะได้ผลตอบแทนเป็นเงินปันผลและส่วนต่างราคา

แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior หรือ TPB) หมายถึง ทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ด้วยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรม กล่าวคือการแสดงพฤติกรรมจะเกิดจากความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมนั้น ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจดังกล่าวได้แก่ทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และการรับรู้ความสามารถของตนเอง และความตั้งใจจะส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรม

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึงการประเมินความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิด ที่บุคคลมีต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งอาจเป็นในทางบวกหรือลบก็ได้

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งกลุ่มอ้างอิงนั้นจะอิทธิพลต่อการกระทำของบุคคลนั้น เช่น ครอบครัว หรือ เพื่อนร่วมงาน โดยความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิงจะผลักดันให้บุคคลนั้นๆ สนับสนุนหรือไม่สนับสนุนการกระทำนั้น

บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norm) หมายถึง แรงกดดันจากสังคมที่บุคคลมีส่วนร่วมอยู่ในสังคมนั้น ส่งผลให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือเปลี่ยนพฤติกรรมของตนอันเนื่องมาจากความกดดันจากสังคม

การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived Behavioral Control) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลต่อความสะดวกหรือความยากลำบากต่อการแสดงพฤติกรรมในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมถึงความสามารถในการควบคุมให้พฤติกรรมนั้นเป็นไปอย่างที่ตั้งใจได้

การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) หมายถึง ความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถของตนต่อการพิจารณาความสำเร็จในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม และความคาดหวังของผลลัพธ์ของการกระทำนั้น

ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Intention) หมายถึง ความตั้งใจของบุคคลที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (Information Sharing Intention) หมายถึง ความตั้งใจของบุคคลที่จะแบ่งปันข้อมูลเรื่องการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมให้แก่เครือข่ายทางสังคมและวิชาชีพของพวกเขา

พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมเงินทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมทฤษฎี แนวความคิดและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย การประมวลเอกสาร และรายงานผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของผู้วิจัยศึกษา ทั้งนี้ ประเด็นต่าง ๆ สามารถแบ่งรายละเอียดหลักดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะ
- 2.3 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลประโยชน์ทางภาษี
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 การพัฒนากรอบแนวความคิด
- 2.7 การกำหนดสมมติฐานการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม

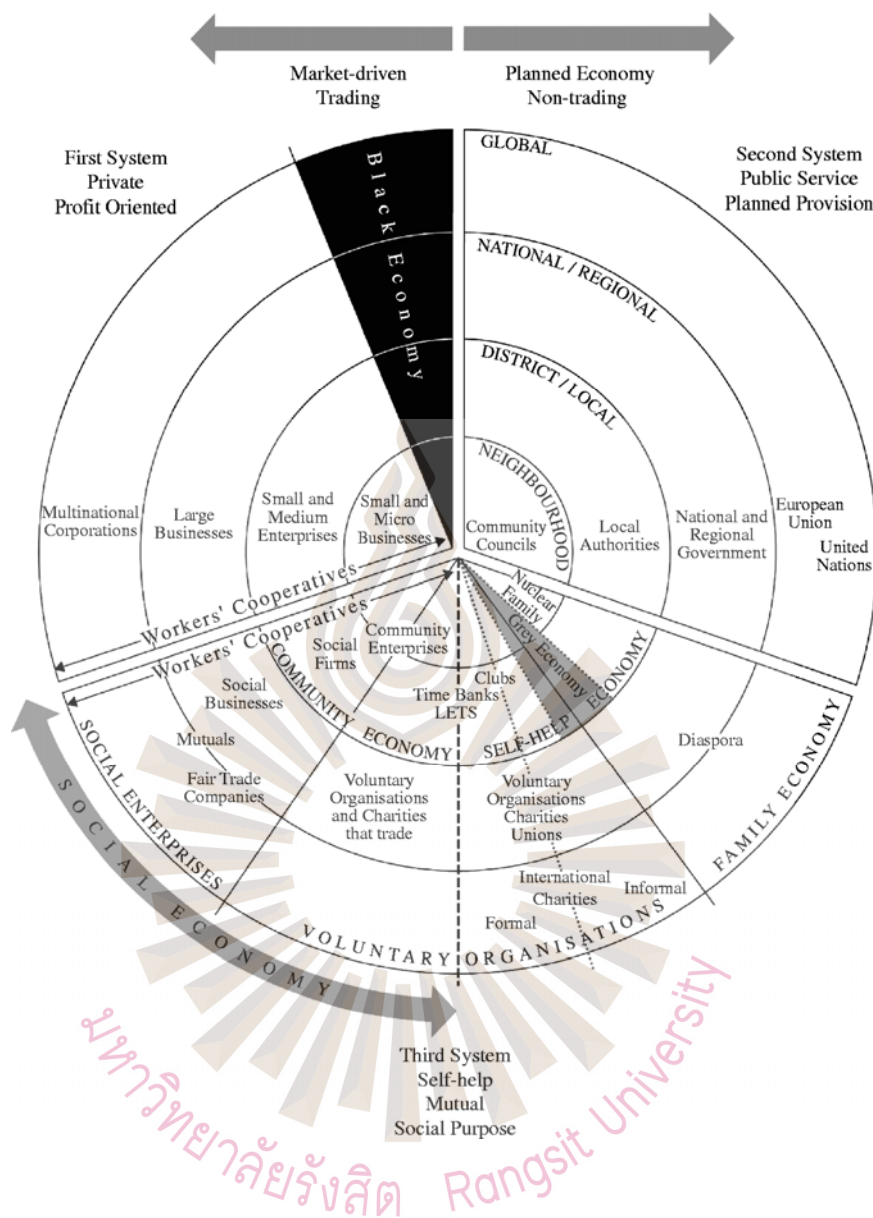
2.1.1 ความเป็นมาของวิสาหกิจเพื่อสังคม

ปัญหาด้านความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่เกิดขึ้นเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างสรรค์การเปลี่ยนแปลงสังคมในรูปแบบต่างๆ ที่ต้องการต่อสู้กับความไม่เท่าเทียม การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มีจุดมุ่งหมายที่จะสร้างสังคมให้อยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข การสร้างความเท่าเทียมในด้านสิทธิ โอกาส และความสามารถพื้นฐานตามศักยภาพที่มีอยู่ ด้วยการกระตุ้นให้สังคมเข้ามาช่วยเหลือ เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงสิทธิพื้นฐานอันควรได้รับ โดยเฉพาะปัจจัยสี่ที่เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค นอกจากนี้ประชาชน

ควรได้สิทธิเสรีภาพพื้นฐานทางสังคม ด้วยการสร้างความเท่าเทียมกัน โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีทางด้านสังคมและการรณรงค์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเข้ามาเป็นกระบวนการขับเคลื่อน (Rogers and Burdge, 1972)

การรณรงค์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเกิดขึ้นมานาน นับตั้งแต่มีระบบโครงสร้างสังคมขึ้น โดยการรณรงค์เพื่อการเปลี่ยนแปลงประเทศ หรือการสร้างแผนการพัฒนาประเทศ โดยรูปแบบที่อาจมีเป้าหมายแตกต่างกันตามลักษณะ และเป้าประสงค์ของแต่ละประเทศ จากแนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และการเข้ามาบริหารจัดการเพื่อประโยชน์ของสังคมโดยภาคเอกชน ทำให้เห็นการทำงานที่ชัดเจนในสังคมที่มีหน่วยงานที่ทำงานเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม และเพื่อประโยชน์ของตนเอง Pearce (2003) และได้มีการเสนอโมเดลการแบ่งหน่วยงานทางด้านสังคมออกเป็น 3 ภาคส่วน โดยใช้กิจกรรมและความมุ่งหมายในการดำเนินงานเรียกว่า “รูปแบบเศรษฐกิจ 3 ระบบ” หรือ “Three Systems of the Economy” ได้แก่ 1) หน่วยงานภาคเอกชน (Private Sector, First System หรือ First Sector) เป็นหน่วยงานที่ประกอบกิจการเพื่อแสวงหากำไร จัดเป็นกลุ่มหลักที่ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศมาตั้งแต่ครั้งอดีต 2) หน่วยงานภาครัฐ (Public Sector, Second System หรือ Second Sector) มีหน้าที่โดยตรงในการบริหารกิจการของรัฐ ทำงานเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมโดยไม่มุ่งหวังการแสวงหากำไร แต่มีรายได้จากการเรียกเก็บภาษีและการบริหารทรัพย์สินที่เป็นส่วนกลาง 3) หน่วยงานภาคส่วนที่สาม (Third System หรือ Third Sector) เป็นหน่วยงานกลุ่มใหม่ที่มีการจัดลำดับความสำคัญ เป็นหน่วยงานที่มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานด้านสังคม แต่ไม่ได้มีรายได้มาจากภาษี หรือการเรียกเก็บจากทรัพย์สินส่วนกลางเหมือนหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานในกลุ่มนี้มีบางส่วนที่พึ่งพารายได้จากการบริจาค หรือได้รับการรับรองตามกฎหมายของรัฐให้ได้รับส่วนแบ่งรายได้บางส่วนจากภาครัฐ แต่มีบางหน่วยงานที่แสวงหารายได้ในการดำเนินงานด้วยตนเอง การแบ่งส่วนหน่วยงานในระบบเศรษฐกิจออกเป็น 3 ภาคส่วน ทำให้มีความชัดเจนขึ้นหน่วยงานภาคส่วนที่สาม เกิดจากปัญหาสำคัญของบทบาทหน้าที่และการดำเนินงานของหน่วยงานในสองภาคส่วนแรกเนื่องจากหน่วยงานภาคเอกชน (Private Sector) ดำเนินงานเพื่อแสวงหาความมั่งคั่งและกำไร ไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อระบบสังคม ส่วนหน่วยงานภาครัฐ (Public Sector) เป็นหน่วยงานที่มีขนาดใหญ่ มีความซับซ้อนตามสภาพของรัฐ แม้ว่าจะมีการกระจายอำนาจแต่เกิดการขับเคลื่อนช้า เนื่องจากต้องมีความระมัดระวังในการดำเนินงานที่มีระบบตรวจสอบที่เคร่งครัด รูปแบบการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ ไม่สามารถตอบสนองได้ทันกับสภาพปัญหาทางสังคมที่เพิ่มมากขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ทำให้เกิดการเรียกร้องทางสังคมให้มีหน่วยงานอื่นเข้ามาดูแลปัญหาทางสังคม หน่วยงานภาคส่วนที่สามจึงเกิดขึ้นเพื่อเข้ามาช่วยในการดำเนินงานในส่วนที่หน่วยงานภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐไม่สามารถดำเนินการได้อย่าง

สมบูรณ์ โมเดลการทำงานของหน่วยงานภาคส่วนที่สามจึงเป็นการทำงานที่เข้ามาตอบสนองความต้องการของสังคม ไม่มีรายได้มาจากภาครัฐ รูปแบบการดำเนินงานจึงต้องตัวว่าหน่วยงานภาครัฐ แต่ไม่มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหากำไรเหมือนหน่วยงานภาคเอกชน ในช่วงต้นหน่วยงานภาคส่วนที่สามเป็นมูลนิธิหรือเป็นองค์กรที่ไม่ใช่องค์กรของรัฐหรือที่เรียกกันว่า เอ็นจีโอ โดยส่วนใหญ่ใช้วิธีการขอรับบริจาคหรือได้รับการปันส่วนจากหน่วยงานภาครัฐ แต่เมื่อภาครัฐก็เห็นว่าการแสวงหากำไรของหน่วยงานในระยะยาวสร้างผลกระทบต่อหน่วยงานของตนเองได้ จึงเกิดโมเดลการดำเนินงานแบบใหม่ที่มีการจัดสรรปันส่วนของรายได้ที่ภาคเอกชนได้รับมาทำกิจกรรมเพื่อสังคม และเริ่มมีการกล่าวถึงแนวคิดของ ความรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจ (Corporate Social Responsibility : CSR) CSR เป็นเพียงกิจกรรมที่หน่วยงานภาคเอกชนดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการบางอย่างของสังคม แต่ยังไม่มีความชัดเจนนัก Howard R. Bowen เริ่มต้นการศึกษาเกี่ยวกับ CSR ได้ให้ความหมายว่า “ภาระหน้าที่ของนักธุรกิจต่อการดำเนินตามนโยบาย ตัดสินใจหรือดำเนินการไปในทางที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และค่านิยมของสังคม” ซึ่งแนวคิดนี้ต่อมาได้มีกิจกรรมที่มีรูปแบบหลากหลาย และบางกิจกรรมที่หน่วยงานภาคเอกชน ไม่ได้ดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่แท้จริง แต่เป็นการใช้ CSR เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ชื่อองค์กรของตนเอง การดำเนินการที่คลุมเครือ ทำให้หลายภาคส่วนยังไม่ยอมรับการดำเนินงานว่าเป็นการทำเพื่อประโยชน์ของสังคมอย่างแท้จริง (วิภากรณ์ ชัยรัตน์, 2560) ขณะเดียวกันหน่วยงานที่พึ่งพาเงินรายได้จากการบริจาค ไม่มีความมั่นคงยั่งยืน จึงเกิดรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบใหม่ขึ้นที่เรียกว่า วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) ซึ่งตามภาพด้านล่าง แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เป็นส่วนหนึ่งของภาคส่วนที่สาม ซึ่งอยู่ภายใต้แนวคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สังคม (Social Economy) ซึ่งได้สรุปอยู่ในรูปที่ 2.1



รูปที่ 2.1: รูปแบบเศรษฐกิจ 3 ระบบของเพียร์ซ

ที่มา: Pearce, 2003, p. 25

วิสาหกิจเพื่อสังคม หรือ Social Enterprise (SE) เป็นหน่วยงาน หรือองค์กรที่ดำเนินงานโดยใช้ยุทธศาสตร์แบบกลไกตลาดของภาคเอกชน หรือภาคส่วนที่มีเป้าหมายทางสังคม หรือสิ่งแวดล้อม และมีแผนธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้เพื่อหล่อเลี้ยงการดำเนินงานและขยายงานให้เต็มศักยภาพได้ การดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมจะมุ่งเน้นผลประโยชน์ทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมเป็นเป้าหมายหลัก การสร้างรายได้ในวิสาหกิจเพื่อสังคมก็เพื่อนำมาทำประโยชน์ให้กับสังคมหรือสิ่งแวดล้อม ต่างจากกิจการภาคเอกชนทั่วไปที่สร้างรายได้เพื่อให้เกิดผลกำไรสูงที่สุด

และมุ่งเน้นผลประโยชน์ของบริษัทหรือของผู้ถือหุ้นเป็นเป้าหมายหลัก โดยทั่วไปวิสาหกิจเพื่อสังคมมีลักษณะสำคัญคือมีแนวทางการหารายได้ด้วยตนเอง เพื่อหล่อเลี้ยงการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยไม่จำกัดรูปแบบของรายได้ ทั้งในรูปแบบการดำเนินธุรกิจผ่านการขายสินค้าและบริการ หรือ การขอรับบริจาค สำหรับกิจกรรมที่ดำเนินการมักจะเป็นการใช้นวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม มีการคิดค้นวิธีการใหม่ ๆ ที่สามารถแก้ปัญหาทางสังคมที่เป็นเป้าหมายหลักของการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ได้ผลยั่งยืนและสามารถต่อยอดผลลัพธ์ได้ นอกจากนี้ยังมีการดำเนินงานแบบอาศัยความร่วมมืออย่างกว้างขวางจากเครือข่าย เพื่อใช้ศักยภาพเฉพาะทางของหน่วยงานนั้น ๆ ในการแก้ไขปัญหา ดังนั้น จะเห็นได้ว่ารูปแบบการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคม จะมีความชัดเจนในเป้าหมายมากกว่าการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ขององค์กร และสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน โดยสรุปแล้ววิสาหกิจเพื่อสังคมจึงไม่ใช่กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เนื่องจากวิสาหกิจเพื่อสังคมมีเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อการแก้ไขปัญหาทางสังคมในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ขณะที่กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เป็นกิจกรรมหรือโครงการเพื่อสังคมขององค์กรหรือธุรกิจที่มีเป้าหมายหลักเพื่อแสวงหากำไร แต่ทำกิจกรรมเพื่อสังคมขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร แต่วิสาหกิจเพื่อสังคมไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อแสวงหากำไรสูงสุด แต่มีเป้าหมายที่จะเป็นหนทาง หรือวิถีทางหนึ่งในการช่วยขับเคลื่อนการแก้ปัญหาทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก วิสาหกิจเพื่อสังคมจึงเป็นอีกโมเดลหนึ่งที่ถูกนำเสนอให้ภาครัฐและภาครัฐเข้ามาสนับสนุน เพื่อส่งเสริมให้การดำเนินการของวิสาหกิจเพื่อสังคมเกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคมส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป (Pearce, 2003)

ลักษณะที่เป็นตัวกำหนดของวิสาหกิจเพื่อสังคม คือการประยุกต์ใช้แนวคิดและวิธีการขององค์กรภาคเอกชนในการสร้างรายได้และแสวงหากำไร แต่ในขณะเดียวกันก็สามารถบรรลุเป้าหมายหลักทางสังคมเช่นเดียวกับภาครัฐและภาคประชาสังคม การผสมผสานนี้ทำให้เกิดเป็นองค์กรถูกผสมแบบใหม่ที่กำลังเป็นที่น่าจับตามอง (Defourny and Nyssens, 2006) โดยทั่วไปวิสาหกิจเพื่อสังคมจะเป็นองค์กรที่อยู่ตรงกลางระหว่างภาคเอกชนและภาครัฐโดยมีลักษณะสำคัญที่สะท้อนแนวทางของทั้งสองอย่าง ดังที่แสดงให้เห็นในแบบจำลองสเปกตรัมไฮบริด (Social Enterprise Hybrid Spectrum) ของ Dees (1998) ที่แสดงในรูปที่ 2.2 ซึ่งได้แสดงให้เห็นว่ามิติขององค์กรและความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นจะผสมผสานระหว่างมิติทางการค้าเชิงพาณิชย์ทั่วไป กับมิติของภาครัฐหรือองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ซึ่งไม่ว่าจะเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทใดก็ตาม ก็ล้วนแต่จะอยู่ในรูปแบบ “ผสมผสาน” คืออยู่ตรงศูนย์กลางระหว่างมิติขององค์กรเชิงพาณิชย์ทั่วไปและองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรเสมอ (Dees & Anderson, 2007)

การกุศลล้วนๆ ←————→ เชิงพาณิชย์ล้วนๆ

แรงจูงใจ/วิธีการ/ เป้าหมาย	จูงใจด้วยไม่ตรีจิต/ ขับเคลื่อนด้วย ภารกิจ/ คุณค่าทาง สังคม/	แรงจูงใจผสม/ ขับเคลื่อนด้วยตลาด และสังคม/คุณค่าทางสังคมและ เศรษฐกิจ	จูงใจด้วย ผลประโยชน์ตัวเอง/ ขับเคลื่อนด้วยตลาด/ มูลค่าทางเศรษฐกิจ	
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ บนเอชเอ็ม	ผู้ได้รับ ประโยชน์/ ลูกค้าเป้าหมาย	ไม่ต้องจ่ายอะไรเลย	จ่ายอัตราเงินอุดหนุน หรือผสม ระหว่างราคาตลาด และ ไม่ต้องจ่าย อะไรเลย	จ่ายราคาตลาด
	ผู้ให้ทุน	การบริจาคและเงิน ช่วยเหลือจากรัฐ	ต่ำกว่าอัตราตลาด หรือผสมระหว่าง เงินบริจาค และอัตราตลาด	ทุนตามอัตราตลาด
	พนักงาน	อาสาสมัคร	ต่ำกว่าค่าตอบแทนตามอัตราตลาด หรือผสมระหว่างอาสาสมัคร กับ พนักงานที่ได้รับค่าตอบแทนตามอัตรา ตลาด	ได้รับค่าตอบแทน ตามอัตราตลาด
	ผู้ผลิต	บริจาคด้วยความ เมตตา	ให้ส่วนลดพิเศษ หรือผสมระหว่าง บริจาคด้วยความเมตตา และราคาตลาด	คิดราคาตลาด

รูปที่ 2.2 คัดแปลงมาจาก Dees's Social Enterprise Hybrid Spectrum

ที่มา: Dees & Anderson, 2007

เรื่องของวิสาหกิจเพื่อสังคมมีความสำคัญต่อการแก้ไขปัญหาของเศรษฐกิจและสังคมในโลกยุคโลกาภิวัตน์ จึงได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่องและมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งมีการขยายขอบเขตสาขาวิชาในแวดวงการศึกษา และรัฐบาลก็ได้เข้ามาให้ความสนใจทำการศึกษาและวิจัยอย่างมากมายเพื่อกำหนดแนวนโยบายสาธารณะ ในการสนับสนุนและพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในลักษณะที่เป็นภาคเศรษฐกิจสังคมใหม่ ดังนั้น จึงเป็นที่คาดการณ์ว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมจะกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาและแก้ไขปัญหา ความรับผิดชอบต่อสังคมในอนาคตต่อไป (Seanor, Bull, and Ridley-Duff, 2007) วิสาหกิจเพื่อสังคมกำลังเป็นที่จับตามองในเวทีระดับโลกเนื่องจากลักษณะการดำเนินธุรกิจในรูปแบบนี้มีเป้าหมายที่สอดคล้องตรงเจตนารมณ์ขององค์การสหประชาชาติการ ที่มีเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable

Development Goals หรือ SDGs) โดยการแก้ไขปัญหาทิศทางสังคมและเศรษฐกิจทุกรูปแบบ รวมถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมด้วย (Le Blanc, 2015)

2.1.2 ความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม

“วิสาหกิจเพื่อสังคม” แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า “Social Enterprise” หรือมักเรียกโดยใช้คำย่อว่า “เอสอี” หรือ “SE” ซึ่งในคำภาษาไทย อาจมีคำอื่นที่ใกล้เคียงแต่หมายความถึง “Social Enterprise” เช่นเดียวกัน ได้แก่ “กิจการเพื่อสังคม” แต่ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยใช้คำภาษาไทยว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” เพื่อให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ที่ได้ให้ความหมายของคำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ไว้ว่า หมายถึง บริษัท ห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล หรือนิติบุคคลอื่น ที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิตการจำหน่ายสินค้า หรือการบริการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการและได้รับการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัตินี้ นอกจากนี้ยังให้ความหมาย ของคำว่ากลุ่มกิจการเพื่อสังคมหมายถึง บุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล ชุมชน หรือนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิตการจำหน่ายสินค้า หรือการบริการโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการ และได้รับการจดทะเบียนเป็นกลุ่มกิจการเพื่อสังคม (ราชกิจจานุเบกษา, 2562) ซึ่งจากการทบทวนงานวิจัยในต่างประเทศเกี่ยวกับคำจำกัดความและแนวคิดเกี่ยวกับการประกอบกิจการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ผ่านมา แม้จะมีนักวิชาการ ได้ให้ความหมายไว้หลากหลาย และแตกต่างกันไปตามบริบทของลักษณะทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ของแต่ละประเทศ อีกทั้งยังรวมถึงรูปแบบการบริหาร และการจัดการที่แตกต่างกัน แต่วิสาหกิจเพื่อสังคมในคำจำกัดความของนักวิชาการทั้งหลายก็มีแนวโน้มที่จะมีวัตถุประสงค์ในการประกอบธุรกิจ โดยมีเป้าหมายหลักทางสังคมเหมือนกัน ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำตารางสรุปคำจำกัดความและแนวคิดเรื่องวิสาหกิจเพื่อสังคมจากงานวิจัยในอดีตไว้ตามตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 2.1 คำจำกัดความของคำว่าวิสาหกิจเพื่อสังคม

	บทความ	ความหมาย
1	Emerson & Twersky (1996)	วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นกิจการที่สร้างรายได้ ซึ่งถูกก่อตั้งขึ้นมาเพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจสำหรับผู้มีรายได้น้อย ในขณะที่เดียวกันก็จะต้องดำเนินงานโดยคำนึงถึงผลกำไรทางการเงินเพื่อความอยู่รอดด้วย
2	Leadbetter (1997)	กิจการเพื่อสังคมเป็นการใช้พฤติกรรมหรือลักษณะของผู้ประกอบการทางธุรกิจเพื่อวัตถุประสงค์ในทางสังคมมากกว่าการทำกำไร หรือเป็นทางเลือกที่ใช้ผลกำไรที่เกิดจากพฤติกรรมทางการตลาดมาใช้สำหรับกลุ่มคนที่ด้อยโอกาสทางสังคม
3	Dees (1998)	วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นองค์กรเอกชนที่อุทิศตนเพื่อแก้ไขปัญหาสังคม และให้บริการผู้ด้อยโอกาส จัดหาสิ่งที่มีความสำคัญต่อสังคมแต่ไม่ได้รับการจัดสรรให้เพียงพอจากหน่วยงานภาครัฐ หรือเอกชน
4	Mort (2002)	วิสาหกิจเพื่อสังคมมีมิติทางโครงสร้างที่หลากหลายที่เกี่ยวกับการแสดงออกทางความคิดของผู้ประกอบการที่มีพฤติกรรมทางศีลธรรมในการสร้างสรรค์ภารกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสังคม และเป็นการสร้างสรรค์ทางความคิดที่จะส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีลักษณะของการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ภายใต้ความมุ่งมั่นและการยอมรับความเสี่ยง
5	Haugh & Tracey (2004)	วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นธุรกิจที่ทำการค้าโดยมีวัตถุประสงค์ทางด้านสังคม กิจการเหล่านี้จะรวบรวมเอานวัตกรรม ความเป็นผู้ประกอบการ โดยมีเป้าหมายทางสังคม และการแสวงหาความยั่งยืนเข้าไว้ด้วยกัน โดยกำไรเหล่านี้มีเป้าหมายในการแสวงหาผลตอบแทนทางสังคมมากกว่าการทำกำไร ส่วนใดที่เกินความสามารถที่จะดำเนินการเอง อาจร่วมกันตั้งเป้าหมายไว้สำหรับอนาคตและใช้ความร่วมมือในการทำให้นั้นเป็นจริง โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับกลุ่มคนหรือชุมชนอย่างแท้จริงโดยไม่มีการแบ่งแยก

ตารางที่ 2.1 คำจำกัดความของคำว่าวิสาหกิจเพื่อสังคม (ต่อ)

	บทความ	ความหมาย
6	Shaw (2004)	วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นการทำงานของชุมชน อาสาสมัคร และองค์กรเอกชนในรูปของบริษัทเอกชนที่ทำงานเพื่อสังคมมากกว่าการมุ่งแสวงหากำไร
7	Harding (2004)	วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นธุรกิจแบบดั้งเดิมที่มีวัตถุประสงค์ทางสังคม ซึ่งนำกำไรส่วนที่เกินส่วนใหญ่กลับมาลงทุนต่อเพื่อให้ตอบโจทย์วัตถุประสงค์ทางสังคมของธุรกิจ หรือในชุมชน แทนที่จะถูกขับเคลื่อนด้วยความต้องการที่จะเพิ่มผลกำไรสูงสุดให้กับผู้ถือหุ้นและเจ้าของ
8	Haugh (2006)	วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นคำเรียกรวมขององค์กรต่างๆ ที่ทำการค้าเพื่อจุดประสงค์ทางสังคม โดยอาจใช้รูปแบบทางกฎหมายที่แตกต่างกันไป แต่ก็มีหลักการเดียวกันในการดำเนินการคือนำเสนอการแก้ปัญหาที่ใช้ธุรกิจเป็นตัวนำ เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายทางสังคม และนำกำไรส่วนที่เกินมากกลับมาลงทุนเพิ่ม เพื่อสร้างประโยชน์ต่อชุมชน ทั้งนี้วัตถุประสงค์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมจะมุ่งเน้นไปที่สิ่งที่สังคมต้องการ ไม่ใช่เป้าหมายด้านการเงิน และผลลัพธ์ที่ออกมาก็ไม่ได้อัดจากตัวเลขทางการเงิน แต่จะอยู่บนพื้นฐานของอุปสงค์และอุปทานของการให้บริการที่สังคมต้องการ
9	Thompson & Doherty (2006)	วิสาหกิจเพื่อสังคม หมายถึงองค์กรที่แสวงหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาสังคมด้วยการใช้วิธีการทางธุรกิจในการแก้ไขปัญหา
10	Hockerts (2006)	วิสาหกิจธุรกิจเพื่อสังคม เป็นองค์กรถูกผสมที่คร่อมอยู่ระหว่างธุรกิจที่แสวงหาผลกำไร และองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ซึ่งถูกขับเคลื่อนด้วยภารกิจทางสังคมเป็นหลัก
11	Peredo & Chrisman (2006)	วิสาหกิจเพื่อสังคมมักจะเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยชุมชน โดยทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ประกอบการ และวิสาหกิจ ในการแสวงหาผลประโยชน์ที่ตีร่วมกันกับชุมชน

ตารางที่ 2.1 คำจำกัดความของคำว่าวิสาหกิจเพื่อสังคม (ต่อ)

	บทความ	ความหมาย
12	Korosec & Berman (2006)	วิสาหกิจเพื่อสังคม ได้แก่องค์กรและบุคคลที่พัฒนาโครงการใหม่ บริการใหม่ และแนวทางในการแก้ไขปัญหาสังคมที่เป็นเรื่อง เฉพาะเจาะจง รวมถึงเรื่องที่ต้องสนองความต้องการของประชากร กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง
13	Hausner , Laurisz & Mazur (2007)	วิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจการตลาดที่ วางเป้าหมาย และภารกิจไว้นอกตลาด วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็น เสมือนกาวที่เชื่อมโยงคุณลักษณะของเศรษฐกิจสังคม ตามหลักการ การตลาดเสรี
14	Yunus (2008)	วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นบริษัทที่ไม่ขาดทุน อีกทั้งผู้ถือหุ้นก็ไม่ได้ รับเงินปันผล และถูกออกแบบมาเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ทาง สังคมภายใต้สภาวะของตลาดที่มีการควบคุมสูง ในปัจจุบัน วิสาหกิจเพื่อสังคมแตกต่างจากองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร เนื่องจาก ธุรกิจจะพยายามสร้างผลกำไรแม้เพียงเล็กน้อย แต่ผลกำไรนั้นก็จะ ถูกนำไปใช้เพื่อที่จะขยายการเข้าถึงสังคม พัฒนาสินค้า หรือ บริการในรูปแบบอื่นๆ เพื่อที่จะต่อยอดภารกิจเพื่อสังคม
15	OECD (2003)	วิสาหกิจเพื่อสังคมคือ กิจกรรมส่วนตัวใดๆ ก็ตามที่ดำเนินการเพื่อ สาธารณประโยชน์ และถูกจัดสรรขึ้น โดยใช้กลยุทธ์ของ ผู้ประกอบการ แต่วัตถุประสงค์หลักไม่ใช่เพื่อการเพิ่มผลกำไรสูงสุด หากแต่ทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางเศรษฐกิจและสังคมบาง ประการ และมีความสามารถในการนำนวัตกรรมมาใช้แก้ไขปัญหา สังคมที่มีการแบ่งแยกในสังคม รวมถึงการว่างงาน
16	EMES (2012)	วิสาหกิจเพื่อสังคมคือองค์กรที่มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนในการสร้าง ประโยชน์ให้กับชุมชน ซึ่งริเริ่มโดยกลุ่มประชาชน และให้ ผลประโยชน์ต่อนักลงทุนแบบจำกัด แต่จะให้ความสำคัญกับความ เป็นอิสระ และยอมรับความเสี่ยงในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ กิจกรรมที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่เศรษฐกิจ และสังคมเป็นหลัก

ตารางที่ 2.1 คำจำกัดความของคำว่าวิสาหกิจเพื่อสังคม (ต่อ)

	บทความ	ความหมาย
17	Borzaga & Galera (2012)	วิสาหกิจเพื่อสังคม หมายถึงการประกอบธุรกิจในรูปแบบขององค์กร โดยมีการปรับใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจ มาแก้ไขปัญหาทางสังคม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมเป็นหลัก ในขณะที่เดียวกันก็สร้างผลกำไรเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับองค์กรควบคู่กันไปด้วย ดังนั้น จึงเป็นรูปแบบองค์กรที่สร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจ และคุณค่าทางสังคม พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกทางสังคมให้กับคนในสังคมไปพร้อมกันด้วย

ที่มา : ผู้วิจัย, 2564

จากการทบทวนงานวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่าการให้ความหมายของวิสาหกิจเพื่อสังคมส่วนใหญ่ชี้ให้เห็นว่าเป็นกิจการที่มีการแสวงหากำไร หากแต่วัตถุประสงค์ของการนำกำไรไปใช้นั้นจะแตกต่างจากองค์กรธุรกิจทั่วไปในแง่ของการนำกำไรมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคมหรือส่วนรวม โดยนักวิชาการบางท่านได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมถึงลักษณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่จะต้องมีการสร้างนวัตกรรมใหม่เข้าไปเพื่อแก้ปัญหาสังคมด้วย

รูปแบบในการดำเนินกิจการของวิสาหกิจเพื่อสังคม มีทั้งที่เป็น องค์กรธุรกิจ หรือองค์กรภาคประชาชน โดยนักวิชาการส่วนใหญ่มองเหมือนกันว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมส่วนใหญ่เป็นองค์กรที่มีจุดมุ่งหมายสูงสุดที่ไม่ใช่เพื่อการทำกำไรสูงสุด แต่เป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นสร้างประโยชน์สูงสุดคืนกลับสู่ภาคประชาชน ชุมชน และสังคม และไม่จำกัดรูปแบบขององค์กร เป็นได้ทั้งองค์กรที่แสวงหากำไรและไม่แสวงหากำไร เป็นองค์กรภาครัฐ หรือภาคเอกชนก็ได้ (Dart, 2004) ด้วยเหตุนี้ความหมายของวิสาหกิจเพื่อสังคมจึงคลุมเครือไม่ชัดเจน ทำให้คนส่วนใหญ่เข้าใจว่าวิสาหกิจเพื่อสังคม คือ การประกอบธุรกิจที่ไม่หวังผลกำไร แต่จริง ๆ แล้ววิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นกิจการที่แสวงหากำไร แต่กำไรที่เกิดขึ้นจะถูกส่งคืนกลับให้สังคมตามเป้าหมายของกิจการในการสร้างคุณค่าให้สังคม การสร้างผลกระทบทางสังคมจึงเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคม แม้จะมีการใช้รูปแบบการดำเนินงานหรือกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อผลกำไร แต่วิสาหกิจเพื่อสังคมจะมีเป้าหมายทางสังคมที่ชัดเจนกว่า ดังนั้นวิสาหกิจเพื่อสังคมจะดำเนินธุรกิจเพื่อที่จะสร้างกำไรให้กับองค์กร และนำกำไรได้ไปใช้สำหรับเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจ แก้ปัญหาทางสังคม และขยายผลกระทบทาง

สังคมให้กว้างขึ้น โดยไม่คำนึงถึงการนำกำไรไปเพิ่มความมั่งคั่งของเจ้าของหรือผู้ถือหุ้น เพราะกำไรที่ได้จะนำไปใช้ในการพัฒนาและขยายขอบเขตของการทำงานเพื่อเพิ่มความรับผิดชอบต่อสังคมให้กว้างขวางมากขึ้น ความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคมจะมีส่วนช่วยทำให้ระบบสังคม และระบบเศรษฐกิจมีความสมดุลและมั่นคงมากยิ่งขึ้น

2.1.3 วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย เริ่มได้รับการส่งเสริมตามแผนแม่บทสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคม พ.ศ. 2553 และระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2554 (สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ, 2554) ได้ให้คำนิยามของกิจการเพื่อสังคมเอาไว้ว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) คือ กิจการที่มีรายรับจากการขาย การผลิตสินค้า และ/หรือการให้บริการที่ถูกตั้งขึ้นเพื่อเป้าหมายอย่างชัดเจนตั้งแต่แรกเริ่มหรือมีการกำหนดเพิ่มเติมหรือปรับเปลี่ยนเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน สังคมและ/หรือสิ่งแวดล้อมเป็นหลักโดยไม่ได้มีเป้าหมายในการสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นและเจ้าของเท่านั้น” และมีลักษณะพิเศษดังต่อไปนี้

- 1) กระบวนการผลิตการค้าเนินกิจการรวมถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อเนื่องในระยะยาวต่อสังคม สุขภาวะ และสิ่งแวดล้อม
- 2) มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี
- 3) มีศักยภาพที่จะมีความยั่งยืนทางการเงินได้ด้วยตนเอง
- 4) ผลกำไรส่วนใหญ่ถูกนำไปเพื่อการลงทุนกลับไปใช้ในการขยายผลเพื่อการบรรลุเป้าหมายดังกล่าวหรือคืนผลประโยชน์ให้แก่สังคมหรือผู้ใช้บริการ
- 5) สามารถมีรูปแบบองค์กรที่หลากหลาย
- 6) มีการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้

ปัจจุบันภาครัฐมีการสนับสนุนและพัฒนาการดำเนินกิจกรรม โดยจัดตั้งสำนักงานสร้างเสริมกิจกรรมเพื่อสังคมแห่งชาติ (สกส.) ทำหน้าที่คอยส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมจากแนวทางการให้คำนิยามของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีความหลากหลายที่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาจากจุดร่วมกันของคำนิยามต่าง ๆ ที่ตรงกันในประเด็นของวัตถุประสงค์ในการสร้างสรรค์มูลค่าทางสังคม และแนวทางในการใช้ประโยชน์จากกำไรในทางธุรกิจแล้ว อาจให้คำนิยามของวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ว่า หมายถึง กิจการองค์กร องค์กรธุรกิจ หรือองค์กรภาคประชาชน ที่มีการดำเนินกิจการในรูปแบบ

ธุรกิจและมีเป้าหมายเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าทางสังคม (Social Value Creation) โดยไม่ได้มีการแสวงหากำไรเป็นเป้าหมาย การแสวงหากำไรของวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น ไม่ได้เป็นไปเพื่อมุ่งสร้างความมั่งคั่งให้แก่ผู้ประกอบการหรือนักลงทุนแต่เพื่อมุ่งสร้างความต่อเนื่องและยั่งยืนแก่การดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมเอง โดยนำกำไรที่เกิดขึ้นไปลงทุนซ้ำ ดังนั้น

“วิสาหกิจเพื่อสังคม” ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 กำหนดไว้ว่ากิจการที่จะจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ จะต้องมียัตถุประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการ และต้องมีลักษณะเป็นการส่งเสริมการจ้างงานแก่บุคคลผู้สมควรได้รับการส่งเสริมเป็นพิเศษ เช่น เด็กและเยาวชน คนชรา ผู้พิการ หรือผู้ด้อยโอกาส การแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม หรือเพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่นหรือคืนประโยชน์ให้แก่สังคมตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด และมีรายได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 มาจากการจำหน่ายสินค้าหรือการบริการ และนำผลกำไรไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ไปใช้เพื่อสังคม และสามารถแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นเจ้าของกิจการหรือผู้ถือหุ้นได้ไม่เกินร้อยละ 30 ของกำไรทั้งหมด ต้องมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่เคยถูกเพิกถอนการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งไม่มีหุ้นส่วน กรรมการหรือผู้มีอำนาจจัดการแทนนิติบุคคล หรือผู้ถือหุ้นซึ่งถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไปซึ่งเคยเป็นหุ้นส่วน กรรมการหรือผู้มีอำนาจจัดการแทนนิติบุคคล หรือผู้ถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 25 ขึ้นไป ในกิจการที่เคยถูกเพิกถอนการจดทะเบียน ซึ่งจะเห็นได้ว่าเป็นการกำหนดคุณลักษณะของกิจการไว้เป็นการเฉพาะนอกเหนือจากการดำเนินธุรกิจโดยทั่วไป (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม, 2562)

นอกจากนี้ ในประเทศไทยยังมีการกำหนดให้ผู้ประกอบการสามารถจดทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ 2 ประเภท คือ 1) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ถือหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นและ 2) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ถือหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น หลังจากที่ได้ทำการจดทะเบียนเรียบร้อยแล้ว วิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นจะสามารถใช้คำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ประกอบในชื่อกิจการตามใบสำคัญแสดงการรับจดทะเบียนได้ แต่หากไม่ได้มีการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม ก็ไม่สามารถนำคำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” มาประกอบเป็นชื่อในการดำเนินกิจการได้ ซึ่งผู้ที่ฝ่าฝืนจะถือว่ามีความผิดและต้องได้รับโทษปรับตามกฎหมาย ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้มีการแอบอ้างใช้ชื่อวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อประโยชน์ในทางธุรกิจ นอกจากนี้ ยังมี “กลุ่มกิจการเพื่อสังคม” ซึ่งได้แก่ บุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล ชุมชน หรือนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายสินค้า หรือการบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการ และได้รับการจัดตั้งเป็นกลุ่มกิจการเพื่อสังคม

ตามพระราชบัญญัตินี้ (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม, 2562) โดยในเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2563 มีกิจการที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยอยู่ 145 แห่ง จดทะเบียน ประเภทที่ 1 วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ไม่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้นและ จำนวน 123 แห่ง และจดทะเบียนประเภทที่ 2 วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น จำนวน 22 แห่ง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม, 2563) โดยมี รายละเอียดอยู่ในภาคผนวก ข ซึ่งบริษัทธรรมธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด อยู่ในลำดับที่ 130 เป็น วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ที่เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น

ประเทศไทยมีองค์กรที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมอยู่บ้างแต่ยังไม่เป็นที่รู้จัก แพร่หลายมากนัก ส่วนมากอยู่ในรูปแบบของสหกรณ์ หรือการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการ กระจายตัวอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ทั่วทุกภูมิภาคมีลักษณะการดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ในชุมชนและเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจภายในท้องถิ่น หรือกลุ่มสหกรณ์ที่ทำการเกษตรแบบพอเพียง ทั้งนี้จะมีการแบ่งผลกำไรคืนสู่สมาชิกและชุมชนอย่างเป็นธรรมเน้นความซื่อสัตย์และการแบ่งปัน รวมทั้งผู้ค้อยโอกาสในชุมชนสังคมได้รับประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ ส่งผลให้ชุมชนและสังคมรอบ ๆ ดีขึ้น แต่ก็ยังไม่สามารถสร้างผลลัพธ์ทางสังคมได้ในวงกว้างเนื่องจากกิจการส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก เป็นธุรกิจที่อยู่ในระยะเริ่มต้น ยังต้องการสนับสนุนและการพัฒนากลไกในการขับเคลื่อน กิจการให้ มีความเข้มแข็ง จึงมีความจำเป็นที่ต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐในการสนับสนุนให้เกิดการ ลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมในไทยยังเป็น รูปแบบที่ค่อนข้างใหม่จึงทำให้การดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคมยังไม่มีความชัดเจนมากนัก อีกทั้งยัง ขาดความเข้าใจและความร่วมมือจากหลายภาคส่วน การดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการที่ทันสมัยและวิธีคิดแบบใหม่ รวมทั้งต้องอาศัยความร่วมมือและการขับเคลื่อน ไปข้างหน้าอย่างพร้อมเพรียงกันในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมี วิสัยทัศน์ในการกำหนดทิศ ทางการพัฒนาประเทศจากภาครัฐ เพื่อให้การแก้ไขปัญหาสังคมที่มีอยู่ และที่กำลังจะเกิดขึ้นใน อนาคตสามารถมีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ รูปแบบการสนับสนุนต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย ทั้งการสนับสนุนเชิงนโยบายและการสนับสนุน ด้านแหล่งเงินทุน ทำให้เกิดการพัฒนางานวิสาหกิจเพื่อ สังคมเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากและมีการดำเนินการที่ยั่งยืนได้ ด้วยสถานการณ์ต่างๆ ในสังคมโลกยุค ปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงที่ท้าทายความอยู่รอด และความมั่นคงของมวลมนุษยชาติเป็นอย่างมาก นำไปสู่การแสวงหาแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ทำให้เกิดการเรียกร้อง ให้ทุกภาคส่วนขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการพัฒนาที่สมดุลในทุกมิติ วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประยุกต์เอารูปแบบ และวิธีการทางธุรกิจมาร่วมแก้ไขปัญหา และพัฒนาสังคม

จึงได้รับความสนใจเป็นอย่างมากด้วยเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับสังคมไทย และสังคมโลกได้ (ศักดิ์ดา ศิริภัทร โสภณ, 2558, น.30-47)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะ

2.2.1 ความเป็นมาของการระดมทุนสาธารณะ

ธุรกิจส่วนใหญ่มักจะประสบปัญหาที่เกี่ยวกับกระแสเงินสดที่ไม่เพียงพอ และความไม่สมดุลงของข้อมูล (Information Asymmetry) กล่าวคือเจ้าของกิจการไม่สามารถจัดเตรียมข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับธุรกิจของตนเพื่อให้นักลงทุนเข้าใจถึงคุณภาพของกิจการ สองสิ่งนี้นับว่าเป็นความท้าทายที่สุดสำหรับผู้ประกอบการในการแสวงหาเงินทุนจากภายนอกเพื่อใช้สำหรับการดำเนินกิจการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงแรกของการเริ่มต้นกิจการ (Cosh, Cumming, & Hughes, 2009) นอกจากนี้ธุรกิจที่เพิ่งเริ่มกิจการยังไม่มีผลการดำเนินงานในอดีต และ/หรือผลการดำเนินงานที่เป็นที่ยอมรับ ก็ยังเป็นความท้าทายสำหรับธุรกิจเหล่านี้ที่จะได้รับสินเชื่อเพื่อใช้ในการทำธุรกิจอีกด้วย (Stemler, 2019) ดังนั้นผู้ประกอบการส่วนมากจึงพยายามขวนขวายที่จะต้องหาแหล่งเงินทุนจากภายนอกมาให้ได้ ไม่ว่าจะเป็นผู้ร่วมทุน การกู้เงินจากธนาคาร การกู้เงินจากบริษัท หรือแม้แต่การขอกู้ยืมจากบุคคลทั่วไป (Cosh et al., 2009) เช่น เพื่อน หรือครอบครัวของผู้ประกอบการ (Agrawal, Catalini, & Goldfarb, 2014) การใช้เงินจากแหล่งทุนภายใน ไม่ว่าจะเป็นเงินส่วนตัว จากครอบครัว หรือเพื่อน มักจะถูกเรียกว่าการ ระดมทุนจากคนใกล้ตัว หรือ Bootstrapping (Belleflamme et al., 2014; Brush et al., 2006; Ebben and Johnson, 2006; Sannajust et al., 2014; Winborg and Landström, 2001) ยังคงเป็นวิธีการระดมทุนที่ใช้กันมากที่สุด อย่างไรก็ตาม มีกิจการเป็นจำนวนมากที่ไม่ประสบความสำเร็จในการสรรหาเงินทุนได้อย่างเพียงพอ เนื่องจากไม่สามารถจูงใจนักลงทุนให้มาร่วมลงทุนได้ หรือไม่สามารถหาเงินทุนก้อนใหญ่จากนักลงทุนได้เป็นจำนวนมากพอ รวมถึงการขาดคุณสมบัติหรือข้อกำหนดของอุตสาหกรรมที่จำเป็นต่อการได้รับเงินทุน (Lambert & Schwiendbacher, 2010) และเมื่อไม่นานมานี้ ได้มีรูปแบบใหม่ของการระดมทุนสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยเพิ่งเกิดขึ้น นั่นก็คือการที่ผู้ประกอบการหันไปหาผู้ลงทุนรายบุคคลเป็นจำนวนมาก นั่นก็คือ “สาธารณชน” เพื่อที่จะหาเงินลงทุน (Agrawal et al., 2013; Kleeman et al., 2008; Unterberg, 2010) ดังนั้นการระดมทุนสาธารณะ ซึ่งอธิบายถึงการมีส่วนร่วมทางการเงินของนักลงทุนจำนวนมากในโครงการ ผลิตภัณฑ์ หรือแนวคิดทางธุรกิจ (Wenzlaff, Gumpelmaier, &

Eisfeld-Rescheke, 2012) จึงเกิดขึ้นมาเพื่อเป็นทางเลือกให้กับบุคคลในการหาเงินทุนในวิธีที่ต่างไปจากเดิม (Tomczak and Brem, 2013)

Schwienbacher and Larralde (2012) ได้อธิบายถึงเรื่อง การระดมทุนสาธารณะไว้ว่าเป็น “ความพยายามร่วมกันของบุคคลที่อยู่ในเครือข่าย และรวบรวมเงินเข้าด้วยกัน โดยปกติจะผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตเพื่อที่จะลงทุน หรือสนับสนุนความพยายามของผู้อื่น” (Ordanini et al., 2011) บุคคลสามารถที่จะมีส่วนร่วมในโครงการประเภทต่างๆ ผ่านการระดมทุนสาธารณะ ตั้งแต่ลงทุนกับกิจการ ไปจนถึงโครงการเพื่อสังคม (Roma et al., 2017) แนวคิดในการระดมทุนจากเงินก้อนเล็กๆ ไม่ใช่เรื่องใหม่ และมักเกิดขึ้นในทุกองค์กร (Fiedler and Horsch, 2014; Harrisson, 2013; Zademach and Baumeister, 2013) ซึ่งตรงข้ามกับการลงทุนทางการเงินทั่วไป เพราะการลงทุนกับการระดมทุนแบบสาธารณะนั้นเปิดกว้างสำหรับทุกคน (Blohm et al., 2013; Wenzlaff et al., 2012) แนวคิดนี้เริ่มได้รับความนิยมาจากการจัดหาเงินทุนของศิลปิน หรือ โครงการที่สร้างสรรค์ และจากนั้นก็กระจายต่อไปยังภาคส่วนอื่นๆ (Bradford, 2012; Meinshausen et al., 2012) ความคิดริเริ่มในวงการวารสารซอฟต์แวร์ และแฟชั่น เป็นอีกตัวอย่างของแนวคิดในการระดมทุนที่มีการแพร่หลายอย่างต่อเนื่อง (Schwienbacher & Larralde, 2010)

การระดมทุนจากสาธารณะ แม้จะเป็นช่องทางใหม่สำหรับการระดมทุนเพื่อสนับสนุนโครงการ และผู้ประกอบการ แต่ก็ในรูปแบบการระดมทุนที่มีการเติบโตแบบก้าวกระโดดในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยปริมาณการระดมทุนสาธารณะในปี 2016 นั้นสูงถึง 262 พันล้านยูโร ซึ่งเพิ่มขึ้นมาจากจำนวน 130 พันล้านยูโรในปี 2015 (Ziegler et al., 2018)

2.2.2 ความหมายของการระดมทุนสาธารณะ

การระดมทุนจากสาธารณะ หมายถึงความสามารถในการได้รับเงินทุนจากผู้สนับสนุนจำนวนมาก โดยแต่ละคนจะสนับสนุนเงินในจำนวนที่น้อย แทนที่จะได้รับเงินสนับสนุนก้อนใหญ่จากผู้สนับสนุนเพียงไม่กี่คน (Belleflamme et al., 2014) และโดยปกติกระบวนการนี้จะทำผ่านช่องทางออนไลน์ และไม่มีตัวกลางทางการเงินที่มีมาตรฐานกำหนดตายตัว (Mollick, 2014)

การระดมทุนจากสาธารณะสามารถมองได้ว่าเป็นการจัดหาเงินที่ถูกใช้งานโดยกลุ่มคน โดยอาศัยหลักการของการระดมทุน ที่ถูกปรับให้เข้ากับบริบทของการระดมทุน (Macht & Weatherston, 2015) และการระดมทุนจากสาธารณะก็ได้ประโยชน์ที่นอกเหนือไปจากจำนวนเงินที่ได้รับจากสมาชิกที่สนใจ ตัวอย่างเช่น การเข้าถึงข้อเสนอแนะที่มีค่า และทันที่จากสมาชิกที่เข้ามาแสดง

ความคิดเห็น รวมถึงความรู้ และแนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่กำลังพัฒนาอยู่ (Gerber & Hui, 2013; Nucciarelli et al., 2017) รวมทั้งในแง่ความถูกต้องทางด้านกฎหมายของโครงการ (Frydrych, Bock, Kinder, & Koeck, 2014) การเข้าถึง และได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียหลายกลุ่ม เช่น ผู้ที่มีโอกาสจะมาเป็นลูกค้าในอนาคต พันธมิตรทางธุรกิจ สื่อต่างๆ หรือนักลงทุนในปัจจุบัน และอนาคต (Mollick & Kuppaswamy, 2014) นอกจากนี้ จากมุมมองของผู้ประกอบการ เห็นว่าสามารถนำการระดมทุนจากสาธารณะมาใช้ได้ตลอดกระบวนการทำธุรกิจ คือตั้งแต่เริ่มมองเห็น โอกาส ไปจนถึงการจัดการทรัพยากร และการพัฒนาขีดความสามารถในเรื่องต่างๆ (Shneor & Flåten, 2015)

อย่างไรก็ตาม การระดมทุนจากสาธารณะจะปรากฏในรูปแบบที่ต่างกันไป และไม่ได้มีเพียงรูปแบบเดียวเท่านั้น โดยที่รูปแบบของการระดมทุนหลักๆ ได้แก่ การให้เงินกู้ยืม การซื้อหุ้น การได้มาซึ่งสิ่งแลกเปลี่ยน และการบริจาค ในขณะที่การให้เงินกู้ยืม และการซื้อหุ้นถือเป็นรูปแบบของการลงทุน และการลงเงินเพื่อได้สิ่งแลกเปลี่ยน หรือการบริจาคถือเป็นรูปแบบที่ไม่ใช่การลงทุน Ziegler et al., (2018) อธิบายคำจำกัดความของรูปแบบของการระดมทุนจากสาธารณะไว้ว่า ในการให้เงินกู้ระหว่างบุคคลกับบุคคล หรือระหว่างบุคคลกับสถาบัน ผู้ที่ให้กู้คาดว่าจะได้รับการชำระเงินต้น และดอกเบี้ยคืนในเวลาที่กำหนด แต่สำหรับการระดมทุนจากสาธารณะแบบซื้อหุ้นนั้น บุคคลหรือสถาบัน เป็นการซื้อสัดส่วนการถือหุ้นในบริษัท หรือองค์กร นอกจากนี้ถ้าเป็นการระดมทุนจากสาธารณะแบบซื้อสิ่งแลกเปลี่ยน ผู้ที่สนับสนุนเงินทุน ไม่ว่าจะป็นรายบุคคล โครงการ หรือองค์กร ทั้งนี้ก็เพื่อแลกเปลี่ยนกับสิ่งต่างๆ ที่ไม่ใช่เงิน ไม่ว่าจะป็นสินค้า หรือบริการก็ตาม และสุดท้ายคือใน ส่วนของการบริจาค ผู้ที่สนับสนุนเงินทุน จะลงเงินตามแรงจูงใจ หรือความรู้สึกที่เป็นกุศล หรืออาจจะตามหน้าที่ของการเป็นพลเมืองที่ดี โดยไม่ได้คาดหวังว่าเงินที่ลงไปจะได้อะไรกลับคืนมา อย่างไรก็ตามแม้ว่าได้มีการแยกประเภทของการระดมทุนสาธารณะออกเป็นสี่หลักใหญ่ที่ชัดเจนแล้ว ก็ยังมีรูปแบบของการผสมผสานการระดมทุนแบบต่างๆ เข้าด้วยกันให้เห็นอยู่ (Ziegler et al., 2018)

2.2.3 ประเภทของการระดมทุนสาธารณะ

จะเห็นได้ว่ามิติของการระดมทุนสาธารณะนั้น ค่อนข้างจะแตกต่างกันในแง่ของการจัดสรรทรัพยากร และผลตอบแทนที่ให้กับนักลงทุน (Moritz and Block, 2014; Tomczak and Brem, 2013, Zhang, 2013) โดยทั่วไปแล้วการระดมทุนจากคนจำนวนมากนั้น จะได้รับสิ่งตอบแทน (Rewards) ในรูปแบบที่ต่างกัน และถ้ากล่าวถึงการชดเชยที่เป็นวัตถุ ผู้ลงทุนก็มักจะได้รับสิ่งตอบแทนในรูปแบบของเงิน (Vukovic, Mariana, & Laredo, 2009) หรืออาจจะเป็นสิ่งตอบแทนที่จับต้องไม่ได้ในรูปแบบของการยอมรับของคนในสังคม (Kazai, 2011) ซึ่งเป็นเรื่องที่ค่อนข้างจะโดดเด่นในการลงเงินให้กับการระดมทุนสาธารณะ ส่วนกรณีของการได้รับสิ่งตอบแทนที่จับต้องได้ สิ่งตอบแทนมักจะมาในรูปแบบของเงิน ที่ผู้ริเริ่มโครงการตกลงที่จะคืนให้กับผู้ที่ลงเงินโดยตรง นอกจากนี้ก็ยังมีสินค้า หรือบริการที่ผู้ลงทุนจะได้รับในทางอ้อมอีกด้วยเช่นกัน (Pelzer, Wenzlaff, & Eisfeld-Reschke, 2012) โดยรวมแล้ว นักวิชาการแบ่งประเภทของการระดมทุนสาธารณะออกเป็น 4 รูปแบบดังที่แสดงตารางที่ 2 ได้แก่ การระดมทุนสาธารณะเพื่อการบริจาค (Donation-Based) การระดมทุนสาธารณะเพื่อรางวัลตอบแทน (Reward-Based) การระดมทุนเพื่อกู้ยืมจากสาธารณะ (Lending-Based) และการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน (Equity-Based) (Beck, 2012; Giudici et al., 2012; Leimeister, 2012; Hossain, Oparaocha 2015)

ตารางที่ 2.2 ประเภทของการระดมทุนสาธารณะ

ประเภท	Donation-Based	Reward-Based	Lending-Based	Equity-Based
ชื่อเรียก (ไทย)	การระดมทุน สาธารณะเพื่อ การบริจาค	การระดมทุน สาธารณะเพื่อ รางวัลตอบแทน	การระดมทุนเพื่อ กู้ยืมจาก สาธารณะ	การระดมทุน สาธารณะเพื่อ การลงทุน
ชื่อเรียก (Eng)	Crowddonation	Reward	Crowdlending	Crowdinvesting, Equity Crowdfunding
การมีส่วนร่วม	เงินบริจาค	จองสินค้า ล่วงหน้า	เงินกู้	การลงทุน
แรงจูงใจ	ภายใน, สังคม	ภายใน, สังคม, ภายนอก	ผลประโยชน์ทาง การเงิน หรือ สังคม	ผลประโยชน์ทาง การเงิน
ผลตอบแทน	จับต้องไม่ได้ เช่นคำขอบคุณ	ผลตอบแทนเป็น สินค้าหรือ บริการ	ผลตอบแทนใน รูปของดอกเบี้ย	ผลตอบแทนจาก การลงทุน, การ แบ่งปันผลกำไร
วัตถุประสงค์	เพื่อการกุศล	ออกสินค้าหรือ บริการใหม่	กู้เงินระยะสั้น	ธุรกิจขนาดย่อม
ความซับซ้อน	ต่ำมาก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง
ความเสี่ยง	ต่ำมากเพราะไม่ คาดหวัง ผลตอบแทน	สูง ไม่ได้รับของ หรือได้รับ บางส่วน	สูง ได้รับบางส่วน ของเงินต้นคืน	สูงมาก อาจเสีย เงินต้น 100%

ที่มา: ปรับแก้จาก Hossain, Oparaocha 2015, p.40

จากตารางที่ 2.2 ข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปลักษณะของของการระดมทุนสาธารณะประเภทต่างๆ ดังนี้

1) การระดมทุนสาธารณะเพื่อการบริจาค (Donation-based Crowdfunding) การระดมทุนประเภทนี้เปรียบเสมือนการระดมเงินแบบดั้งเดิมที่มีจุดประสงค์เพื่อการบริจาค แต่มีความแตกต่างตรงที่เงินบริจาคนั้นจะผ่านช่องทาง Web 2.0 และส่วนใหญ่จะผ่านคนกลางเฉพาะราย โดยที่ผู้ลงทุนจะไม่ได้รับสิ่งตอบแทนใดๆ ในการร่วมลงทุน (Giudici et al., 2012) แต่จะได้รับการตอบแทนทางสังคม เช่น การรับรู้ของคนในสังคม เป็นต้น (Leimeister & Zogaj, 2013)

2) การระดมทุนสาธารณะเพื่อรางวัลตอบแทน (Reward-Based Crowdfunding) การระดมทุนแบบนี้ เป็นประเภทของการระดมทุนสาธารณะ ที่คนส่วนใหญ่มักจะรู้จัก และคุ้นเคยที่สุด เพราะเป็นการระดมทุนที่ผู้ร่วมลงทุนจะไม่ได้รับสิ่งตอบแทนในรูปของเงินกลับคืนมา (Mollick, 2014) แต่จะได้รับสิ่งอื่นๆ เป็นการตอบแทน เช่น สินค้า หรือจดหมายขอบคุณที่ช่วยเหลือให้โครงการเกิดขึ้น (Gerber et al., 2012)

3) การระดมทุนที่กู้ยืมจากสาธารณะ (Crowdlending) ส่วนในกรณีนี้ ผู้ที่ลงทุน จะลงเงินจำนวนไม่มาก (Allison et al., 2015; Bruton et al., 2015) และผู้ที่ลงทุนจะได้รับดอกเบี้ย โดยมีการทำสัญญากันล่วงหน้าก่อนที่จะเกิดการกู้ยืมเงินกันขึ้น (Giudici et al., 2012) การทำสัญญานั้นสามารถที่จะเป็นบุคคลธรรมดา หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่าการกู้ยืมเงินระหว่างบุคคลกับบุคคล หรือ peer-to-peer lending (Hemer et al., 2011; Kaltenbeck, 2011; Kortleben and Vollmar, 2012) หรือไม่กี่ระหว่างบุคคลกับบริษัท (Barasinka and Schäfer, 2010; Mach et al., 2013) หรือเรียกอีกชื่อว่าการกู้ยืมจากสาธารณะ (Crowdlending) (Brem et al., 2014)

4) การระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน (Equity-Based Crowdfunding) เป็นการระดมทุนที่ปฏิบัติกับผู้ลงทุนในโครงการ เหมือนเป็นนักลงทุน โดยการให้หุ้นเป็นการตอบแทนจากการสนับสนุนโครงการ (Mollick, 2014) โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะแบ่งผลกำไรกันในอนาคต (Beck, 2012, Brem and Wassong, 2014) ณ จุดนี้ผู้คนที่ซื้อหุ้นจากบริษัทที่ระดมทุนสาธารณะ และการระดมทุนชนิดนี้มักจะถูกเรียกว่าเป็นการลงทุนกับสาธารณะ (Crowdinvesting) (Brem et al., 2014; Hornuf and Klohn, 2013; Leimeister & Zogaj, 2013) หรือ การระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน (Investment Crowdfunding) (Barnett, 2013, p.1) ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาโดยเจาะจงไปที่การระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนเท่านั้น

แม้ว่าจะมีการอธิบายลักษณะของการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในตารางที่ 2.2 โดย Oparaocha (2015) ไว้ว่า แรงจูงใจสำหรับการระดมประเภทนี้ มุ่งเน้นไปที่ผลประโยชน์ทางการเงิน

ซึ่งอยู่ในรูปแบบผลตอบแทนจากการลงทุนหรือการแบ่งปันผลกำไรเป็นหลัก ซึ่งมีความซับซ้อนและมีความเสี่ยงสูง แต่จากการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้สนับสนุนในการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในประเทศฟินแลนด์ของ Lukkarinen, Wallenius และ Seppälä (2017) พบว่านักลงทุนสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตามแรงจูงใจได้แก่ 1) ผู้สนับสนุนที่มุ่งเน้นการบริจาค ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากโอกาสที่จะมีส่วนร่วมและช่วยเหลือสังคมเป็นหลัก 2) ผู้สนับสนุนที่มุ่งเน้นผลตอบแทนที่ได้รับแรงบันดาลใจจากทั้งผลตอบแทนทางการเงินและโอกาสในการมีส่วนร่วมและช่วยเหลือสังคม และ 3) นักลงทุนที่ต้องการได้รับผลตอบแทนทางการเงินเป็นหลักเพียงอย่างเดียว ดังนั้นปัจจัยที่มีผลต่อการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนยังเป็นเรื่องที่คลุมเครือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมซึ่งยังไม่มีเคยมีการศึกษาวิจัยเรื่องนี้มาก่อน

2.2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการระดมทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

รัฐบาลของหลายประเทศได้เห็นความสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมและมีนโยบายในการสนับสนุนเงินทุนให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคม ตัวอย่างเช่น ในประเทศอังกฤษมีการก่อตั้ง หน่วยงานชื่อ “Office of the Third Sector (OTS)” ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักคณะรัฐมนตรีโดยหน่วยงานนี้มีนโยบายหลักคือการผลักดันและสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม (British Council, 2014) และยังคงช่วยเหลือในด้าน การให้ข้อมูลและคำปรึกษาที่ดีต่างๆเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและลดอุปสรรคในการทำงานของวิสาหกิจเพื่อสังคมร่วมกับภาครัฐกิจเอกชน นอกจากนี้ยังมีการตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจชื่อ Social Investment Task Force ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแลเรื่องการลงทุนทางสังคมโดยเฉพาะ ซึ่งจะให้คำแนะนำแก่รัฐบาลเกี่ยวกับการขยายตัวของกองทุน ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพของชุมชนให้สูงขึ้น โดยการกระตุ้นให้เกิดการลงทุนผ่านทางสังคมและธุรกิจเพิ่มมากขึ้น มีการให้เครดิตหรือเงินคืนทางภาษีของการลงทุนเพื่อสังคมหรือชุมชน รวมถึงการที่ภาครัฐให้ความช่วยเหลือผ่านกองทุนร่วมพัฒนาชุมชน และมีการสนับสนุนการพัฒนาทางการเงินแก่ชุมชนด้วย (Hall, Alcock & Millar, 2012)

ประเทศสหรัฐอเมริกา มีแนวทางส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมเช่นกัน โดยการจัดตั้งสำนักงานนวัตกรรมสังคม (Office of Social Innovation) ขึ้นในเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 2009 ซึ่งอยู่ภายใต้คณะกรรมการนโยบาย ภายในประเทศ และเป็นหน่วยงานที่ถูกจัดตั้งขึ้นภายในทำเนียบ

ประธานาธิบดี โดยเป้าหมายที่สำคัญ คือ เพื่อค้นหาโครงการใหม่ๆ หรือวิสาหกิจเพื่อสังคม ไม่ว่าจะอยู่ในภาคธุรกิจเชิงพาณิชย์ หรือเป็นภาคประชาสังคม ที่มีเป้าหมายและรูปแบบการดำเนินการที่จะส่งผลกระทบต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมสูง (High Impact) และสามารถขยายขนาดกับการดำเนินการทำซ้ำได้หลังจากนั้นรัฐบาลจะใช้ทรัพยากรของรัฐ เป็นตัวช่วยเร่งรัด (Leverage) ให้โครงการหรือกิจการดังกล่าวสามารถทำซ้ำหรือขยายขอบเขตการดำเนินการได้อย่างแท้จริงโดยสำนักงานนวัตกรรมนี้บริหารเงินกองทุนที่เรียกว่า “Social Innovation Fund” ขนาด 50 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐที่พร้อมจะลงทุนในโครงการที่ไม่แสวงหากำไรที่มีผลกระทบต่อทางบวกสูงเพื่อให้มั่นใจว่าทรัพยากรของรัฐจะถูกนำไปใช้ในทางที่มีประสิทธิผลมีความรับผิดชอบควบคู่ไปกับความไว้วางใจของประชาชนและเพื่อเป็นการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ภายในประเทศต่อมารัฐบาลจึงได้มีการออกกฎหมายเพื่อ รองรับการค้าดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อ สังคมคือ “กฎหมายการจดทะเบียนในรูปแบบของ Benefit Corporation หรือบริษัทเพื่อประโยชน์ สุข” คุณลักษณะของบริษัทเหล่านี้จะแตกต่างจากบริษัททั่วไปใน 3 ประการประการแรกกิจการต้อง มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างผลกระทบต่อเชิงบวกทางสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรมประการที่สองกรรมการบริษัทที่ต้องขยายบทบาทหน้าที่ในการพิจารณาเพื่อสร้างประโยชน์ไม่เฉพาะที่เป็นตัว เงินให้แก่ผู้ถือหุ้นแต่ต้องรวมถึงประโยชน์ที่ไม่เป็นตัวเงินให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ และประการที่สามกิจการมีหน้าที่ในการรายงานผลการดำเนินงานโดยรวมในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมประจำปี ด้วยแบบการรายงานที่เข้าใจง่ายน่าเชื่อถือมีความเป็นอิสระและโปร่งใสได้มาตรฐานจากภายนอก (Defourny, & Nyssens, 2010)

ประเทศสิงคโปร์ นับได้ว่าเป็นประเทศในภูมิภาคเอเชีย ที่มีการสนับสนุนวิสาหกิจ เพื่อสังคมอย่างเด่นชัด โดยมีการจัดตั้งหน่วยงานในระดับกระทรวงที่ชื่อว่า “Ministry of Community Development Youth and Sports (MCYS)” ขึ้นในปี ค.ศ. 2006 ที่มุ่งช่วยเหลือประชาชนสิงคโปร์ที่มีรายได้ต่ำให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้ นอกจากนี้ยังจัดตั้งกองทุนวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise Fund หรือ SEF) ซึ่งกองทุนนี้จะเป็นผู้ให้เงินทุนสนับสนุนเริ่มต้นสำหรับผู้ประกอบการเพื่อสังคมในหลาย ๆ รูปแบบ เช่น การตั้งกองทุน Com Care Enterprise Fund ซึ่งให้ทุนให้เปล่ามากถึง 300,000 สิงคโปร์ดอลลาร์เพื่อเริ่มต้นวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยมีวัตถุประสงค์ในการช่วยเหลือคนสิงคโปร์ให้สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ (ศักดิ์ดา ศิริภัทร โสภณ, 2557) นอกจากนี้สิงคโปร์ยังได้ออกนโยบายความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นความกับสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับองค์กรชุมชนและผู้ด้อยโอกาสรวมถึงการจัดตั้ง Social Enterprise Committee (SEC) โดยคณะกรรมการชุดนี้ได้รับความร่วมมือจากทั้งภาครัฐ นักวิชาการภาคเอกชนและภาคประชาสังคมในการวิเคราะห์หาแนวทาง

ในการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในสิงคโปร์ซึ่งมีผลทำให้เกิดการวางยุทธศาสตร์ในการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ยังได้ทำการศึกษาทิศทางของการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมโดยได้มีการวางเป้าหมายไว้ที่การเสริมสร้างศักยภาพของตัวบุคคลและองค์กรเพื่อสร้างโอกาสแก่ผู้ด้อยโอกาส ในสังคมให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ รวมไปถึงการส่งเสริมให้ผู้ที่มีความสามารถที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้แสดงศักยภาพโดยคณะกรรมการจะเน้นการขับเคลื่อน 3 ประเด็นคือ (ก) ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม (Social Responsible Enterprise) (ข) พัฒนาเครื่องมือสนับสนุน การดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม และ (ค) เผยแพร่แนวคิดของการดำเนินธุรกิจเพื่อสังคมให้รับรู้ในวงกว้าง ประเทศเกาหลีใต้ให้ความสำคัญกับวิสาหกิจเพื่อสังคมในระดับสูงและมีการเยี่ยมชมวิสาหกิจเพื่อสังคมในกลุ่มประเทศยุโรปตะวันตกหลายแห่งในช่วงระหว่างทศวรรษที่ 2000 โดยคณะที่เดินทางไปศึกษางานดังกล่าวประกอบด้วยนักวิจัยผู้นำองค์กรเพื่อสังคมเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐหลาย แห่งและนักข่าวโดยมุ่งเน้นการศึกษาดูงานด้านการพัฒนาสังคมในแนวทางใหม่ โดยเฉพาะเศรษฐกิจใน ระดับสังคม (Social Economy) ที่เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในประเทศของยุโรปและเริ่ม นำมาใช้ในประเทศเกาหลีใต้ในปี ค.ศ. 2006 จนพัฒนากลายเป็นเครือข่ายทางสังคมขนาดใหญ่ที่เรียกว่า “Civil Society’ s Solidarity for the development of Social Enterprises : CSSE) เกิดขึ้นในปี ค.ศ.2007 (Defoumy & Kim, 2011)

ประเทศเกาหลีใต้ยังให้ความสำคัญกับวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยออกเป็น “Social Enterprise Promotion Act” เป็นการเฉพาะ Korea (Social Enterprise Promotion Agency, 2010) โดยได้นำแนวคิดรูปแบบทางกฎหมายและประสบการณ์เกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมที่พัฒนาขึ้นมา ในกลุ่มประเทศยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกา กว่า 20 ปีมา เป็นต้นแบบซึ่งเนื้อหาของกฎหมาย ฉบับนี้ เน้นการสนับสนุนกิจการที่มีเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาสังคมด้วยสินค้าและบริการแก่ผู้ด้อยโอกาสและสามารถหล่อเลี้ยงการดำเนินงานได้ด้วยการ เสนอสินค้าและบริการนั้น ๆ มีการเปิดโอกาสให้องค์กรต่าง ๆ เข้ารับการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม (Certified Social Enterprises) ขึ้นเพื่อที่รัฐ จะได้จัดให้มีมาตรการสนับสนุนที่ชัดเจนให้แก่วิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีรูปแบบที่ถูกต้องตามกฎหมาย ในประเทศอีกด้วยโดยองค์กรที่จะขึ้นทะเบียนต้องผ่านเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นเพื่อขอรับการสนับสนุน จากรัฐในช่วงของการเริ่มต้นประกอบกิจการ (Defourny, Kuan, Bidet & Eum, 2011)

Sunley and Pinch (2012) ได้ศึกษาถึงความสำคัญเกี่ยวกับด้านเงินทุนสำหรับการเริ่มต้นดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคม พร้อมทั้งกล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมไม่ประสบ

ความสำเร็จเป็นผลมาจากการขาดเงินทุน และไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้อย่างเพียงพอ ดังนั้น ปัจจัยสนับสนุนด้านเงินทุนจึงมีความสำคัญต่อการอยู่รอดของวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งรัฐบาล สถาบันการเงิน หรือองค์กรต่าง ๆ ควรให้การสนับสนุนหรือลดอุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนต่าง ๆ เช่น รัฐบาลออกโครงการให้เงินทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม สถาบันการเงินต่าง ๆ มีโปรแกรมเงินกู้ที่เหมาะสมกับลักษณะวิสาหกิจเพื่อสังคม การแข่งขันแผนธุรกิจสำหรับชิงรางวัลเงินทุนจากหน่วยงานเอกชน เป็นต้น ทั้งนี้ Galera and Borzaga (2009) และ Matei, L. and Matei, A. (2014) ยังมีการกล่าวถึงความสำคัญของปัจจัยสนับสนุนด้านสวัสดิการที่ทางรัฐบาลควรให้การสนับสนุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่นอกเหนือจากปัจจัยด้านเงินทุน โดยลักษณะของการสนับสนุนทางด้านสวัสดิการจากทางภาครัฐ เช่น นโยบายประกันรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยรัฐบาล โครงการสนับสนุนความจำเป็นพื้นฐานแก่วิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นต้น นอกจากนี้ Purnomo et al., (2015) และ Nielsen and Samia (2008) ยังมีการแสดงให้เห็นถึงการสนับสนุนด้านสวัสดิการและเงินทุนที่ไม่ได้มาจากการสนับสนุนของรัฐบาล แต่สามารถเป็นได้ทั้งจากส่วนภาคสาธารณประโยชน์ เช่น การสนับสนุนสำหรับเครื่องมืออุปกรณ์ โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม โครงการให้เงินทุนช่วยเหลือสำหรับก่อตั้งหรือพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นต้น นอกจากนี้ Lyon and Ramsden (2006) และ Cung et al., (2012) ยังกล่าวถึงแนวทางการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมจากภาคเอกชน อาทิ การสนับสนุนเงินทุนแก่วิสาหกิจเพื่อสังคมจากธุรกิจร่วมทุน (Venture Capital) หรือโครงการสนับสนุนเทคโนโลยีให้แก่วิสาหกิจเพื่อสังคมในเขตชุมชน เป็นต้น

สำหรับประเทศไทย พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 เป็นกฎหมายที่ตราออกมาใช้บังคับโดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการเพื่อสังคมหรือวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อให้การดำเนินกิจการเกิดการขยายตัวมากขึ้นและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการค้าทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ โดยกฎหมายจะกำหนดมาตรการในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ได้รับการจดทะเบียนและจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อให้ความช่วยเหลือและพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมและกลุ่มกิจการเพื่อสังคม รวมทั้งประสานความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ได้ตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อทำหน้าที่เสนอแนะนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งชาติให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม และเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมหรือสนับสนุนด้านสิทธิประโยชน์แก่วิสาหกิจเพื่อสังคม หรือบุคคลซึ่งให้การสนับสนุนกิจการของวิสาหกิจเพื่อสังคมต่อคณะกรรมการ/จัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมเสนอต่อ

คณะกรรมการเพื่อความเห็นชอบ/ให้คำแนะนำ ฝึกอบรม และส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมให้สามารถพัฒนาการบริหารจัดการในด้านการเงิน การบัญชี การตลาด เทคโนโลยี และด้านอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ/จัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มกิจการเพื่อสังคมเพื่อให้กลุ่มกิจการเพื่อสังคมสามารถพัฒนาเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ต่อไป/วิเคราะห์สภาพปัญหาและสถานการณ์ อุปสรรค และความสำเร็จของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศ และจัดทำรายงานเสนอคณะกรรมการเพื่อเสนอคณะรัฐมนตรี/เป็นศูนย์กลางข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม ตลอดจนรายงานสถานการณ์วิสาหกิจเพื่อสังคมของประเทศ รวมทั้งบริหารกองทุนตามนโยบายและมติของคณะกรรมการและคณะกรรมการบริหารกองทุน

กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งวิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถกู้ยืมสำหรับดำเนินการก่อตั้ง ปรับปรุง และพัฒนากิจการของวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้นให้มีประสิทธิภาพและขีดความสามารถเพิ่มขึ้น/ให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนในการประกอบกิจการในระยะเริ่มแรก ทั้งนี้ ต้องมีกำหนดเวลาไม่เกินสองปี โดยสามารถขยายกำหนดระยะเวลาได้รวมแล้วไม่เกินสี่ปี/ให้ความช่วยเหลือส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรเอกชนเพื่อนำไปใช้ดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม/ให้ความช่วยเหลือหรืออุดหนุน ร่วมทุน หรือดำเนินการใดร่วมกับนิติบุคคลอื่น เกี่ยวกับการก่อตั้ง การขยายกิจการ การวิจัย การพัฒนา และการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น /ให้ความช่วยเหลืออื่นทางการเงินตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกา /เป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของกองทุนตามที่คณะกรรมการบริหารกองทุนกำหนด (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม, 2562)

แม้ว่าจะมีกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแล้ว แต่จากผลการวิจัยโดยสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDR) ปี 2563 พบว่าหนึ่งในปัญหาหลักของวิสาหกิจเพื่อสังคมคือการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เนื่องจากการเข้าถึงนักลงทุนอยู่ในระดับต่ำ โมเดลธุรกิจไม่สมบูรณ์ และไม่ปฏิบัติตามเกณฑ์การขอรับสินเชื่อ จากข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคมนี้นี้ ประกอบกับการเกิดขึ้นของการระดมทุนรูปแบบใหม่ ได้แก่การระดมทุนจากผู้ลงทุนรายย่อย ซึ่งเป็นทางเลือกสำหรับธุรกิจที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนแบบเดิมๆได้ และการระดมทุนสาธารณะมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและเป็นที่แพร่หลายทั่วโลก งานวิจัยชิ้นจึงเลือกทำการศึกษาเรื่องการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม เพราะเป็นที่ยอมรับว่าการระดมทุนจากสาธารณะมักจะถูกนำมาใช้เมื่อการกู้ยืมเงินแบบทั่วไปห่างไกลจากความเป็นจริง (Thomson Reuters Foundation, 2015) และถูก

มองว่าเป็นวิธีการที่เหมาะสมที่จะสนับสนุนกิจการทางสังคม เพราะนักเก็งกำไรสาธารณะส่วนใหญ่ จะให้ความสำคัญกับแผนปฏิบัติการน้อยกว่าเป้าหมายหลักขององค์กร (Meyskens and Bird, 2015) แม้ว่าข้อสังเกตของ Bergamini et al., (2015) ได้เสนอว่าการระดมทุนจากสาธารณะมีความ สมเหตุสมผลสูงมากสำหรับกิจการเพื่อสังคม แต่การให้ความสำคัญกับการระดมทุนจากสาธารณะ เพื่อวิสาหกิจเพื่อสังคม ก็ยังคงมีจำกัดของนักวิชาการที่ทำการศึกษาเรื่องนี้ และความสามารถในการ ระดมกระแสเงินสดไปยังวิสาหกิจเพื่อสังคม ก็ยังคงเป็นเรื่องที่คลุมเครือ และไม่ชัดเจน ดังนั้นจึงมี ความจำเป็นอย่างยิ่งที่วิสาหกิจเพื่อสังคมจะต้องทำงานร่วมกับนักลงทุนที่มีความเชื่อเดียวกันกับ เป้าหมายทางสังคม และธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น และมีความปรารถนาที่จะลงทุนใน ทรัพยากรต่างๆ ให้เกิดผลกระทบที่สำคัญต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม มากกว่ารอคอยที่จะได้ ผลตอบแทนทางการเงิน (Martin, 2015) ดังนั้นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะสำหรับ วิสาหกิจเพื่อสังคมครั้งนี้จะช่วยเพิ่มทางเลือกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ ต้องการได้เพิ่มมากขึ้น โดยผู้วิจัยจะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจและพฤติกรรม การสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งพฤติกรรม หรือการกระทำต่างๆ ที่เราทำนั้น ล้วนได้รับอิทธิพลจากกระบวนการทางจิต โดยเริ่มจากได้รับข้อมูล เปลี่ยนแปลงข้อมูล และนำข้อมูลไปใช้ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) ของ Ajzen (1991) เพื่อทำการศึกษาวิจัยเชิงสาเหตุต่อความตั้งใจและพฤติกรรม การสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม จาก การศึกษาเอกสารแนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะ ซึ่งจะก่อให้เกิดความยั่งยืน ของวิสาหกิจเพื่อสังคมต่อไป



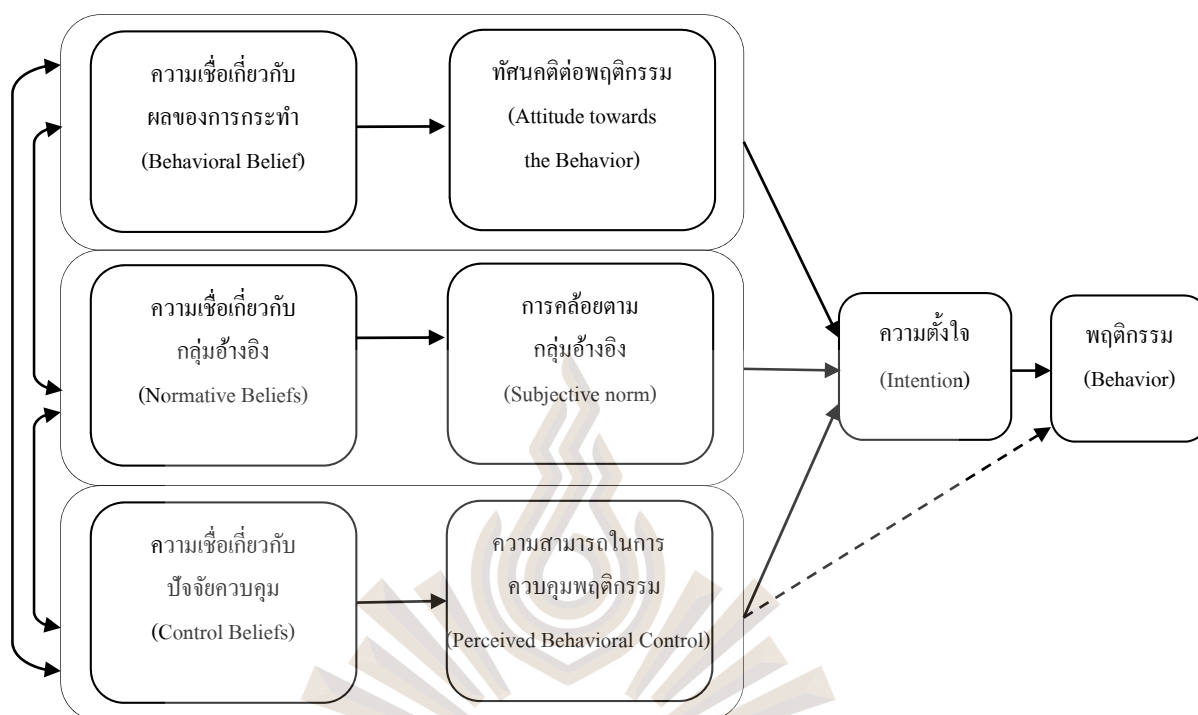
2.3 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB) พัฒนาขึ้นมาโดย ไอเซน ตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1985 เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) ซึ่งได้พัฒนาขึ้นมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ของไอเซน และฟิชบายน์ (Ajzen & Fishbein, 1980) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ของ (Ajzen & Fishbein, 1980) ได้พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้อธิบายพฤติกรรมที่อยู่ใน การควบคุมความตั้งใจของบุคคลอย่างเต็มที่ (Volitional Control) กล่าวคือ บุคคลไม่สามารถควบคุม พฤติกรรมของตนเองได้จากเหตุผลเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ปัจจุบันนักวิชาการ นักวิจัย ได้นำทฤษฎี พฤติกรรมตามแผน มาประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ต่าง ๆ ในการทำงานประสิทธิภาพของการกระทำ หรือพฤติกรรมและความตั้งใจของบุคคล ดังที่ Mathieson (1991) ได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน มาทำนายความตั้งใจของผู้ใช้ในการใช้ซอฟต์แวร์ใหม่ Madden, Ellen, & Ajzen (1992) ใช้ทำนาย พฤติกรรมการหลีกเลี่ยงคาเฟอีน หรือ Kalafatis, Pollard, East, & Tsogas (1999) นำมาใช้ ประกอบการตัดสินใจในการบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ ดังนั้น ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมี ความเหมาะสมอย่างมากในการทำนายและอธิบายความตั้งใจของบุคคลในการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ (Kalafatis et al., 1999 ; Bang, Ellinger, Hadjimarcou, and Traichal, 2000 ; Jansson, Marell, and Nordlund, 2010) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน จึงสามารถใช้ในการคาดการณ์พฤติกรรมผู้บริโภคได้ และสามารถอธิบายได้ดีกว่า ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล Han, Hsu, and Sheu (2010)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ถูกนำมาอธิบายและใช้ทำนายการกระทำหรือพฤติกรรมของ มนุษย์ โดยใช้ความตั้งใจ (Intention) เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจว่าบุคคลนั้นจะกระทำหรือไม่กระทำ พฤติกรรมนั้น ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างเช่น เวลา เงิน ทักษะต่าง ๆ รวมไปถึงความร่วมมือจาก ผู้อื่น ในกรณีที่บุคคลมีโอกาส มีทรัพยากรที่ต้องการพร้อมประกอบกับมีความตั้งใจบุคคลนั้นจะ สามารถทำการกระทำนั้นได้สำเร็จ หากเปรียบเทียบระหว่างบุคคลสองคนที่มีความตั้งใจ และมีความสามารถในการทำพฤติกรรมนั้นเท่ากัน แต่บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถในการควบคุม พฤติกรรมจะประสบผลสำเร็จได้มากกว่า ทำให้มีความแตกต่างของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนกับ ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลอยู่ นั่นคือในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนจะเพิ่มการรับรู้ความสามารถใน การควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) เข้าไปด้วย ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนนี้ สามารถนำมาอ้างอิงถึงความคิดของมนุษย์ในการตัดสินใจโดยใช้เหตุผลเมื่อเผชิญกับทางเลือก โดย มีแนวคิดว่า มนุษย์เป็นผู้ที่มีเหตุผลและรู้จักใช้ข้อมูลที่มีอยู่อย่างเป็นระบบในการตัดสินใจเพื่อให้เกิด

ประโยชน์แก่ตนเอง และเชื่อว่า พฤติกรรมของมนุษย์ไม่ได้ถูกกำหนด โดยอารมณ์หรือขาดการพิจารณาไตร่ตรองก่อนที่จะตัดสินใจกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมใด ๆ ดังนั้น การแสดงพฤติกรรมใด ๆ จะผ่านเจตนาหรือความตั้งใจของ บุคคล โดยความตั้งใจจะขึ้นอยู่กับ ปัจจัย 3 ด้าน คือทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward Behavior) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavior Control) ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อกัน มีรายละเอียดดังนี้ (Ajzen, 1991)





รูปที่ 2.3 ปรับปรุงจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (A Theory of Planned Behavior)

ที่มา: Ajzen, 1991

2.3.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

โครงสร้างพื้นฐานของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ประกอบด้วยความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) เป็นปัจจัยหลักในการจูงใจที่จะนำไปสู่พฤติกรรม ซึ่งความตั้งใจเชิงพฤติกรรมนี้ประกอบไปด้วยปัจจัย 3 ปัจจัย ดังนี้

2.3.1.1 ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward Behavior : ATT)

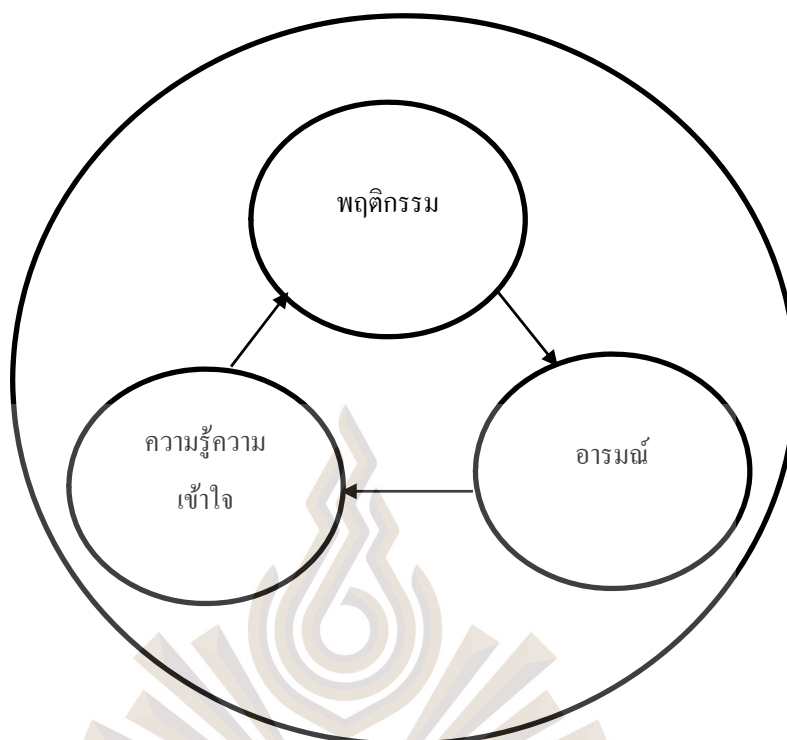
ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward Behavior : AB) หมายถึง การประเมินผลของบุคคลจากความเชื่อส่วนบุคคล ซึ่งผลการประเมินเป็นปัจจัยส่วนบุคคลและได้รับอิทธิพลจากความเชื่อเกี่ยวกับผลของการกระทำ การประเมินผลของการกระทำ โดยได้รับอิทธิพลจากความเชื่อในพฤติกรรม (Behavior Beliefs) ว่าเป็นบวกหรือลบ หรือการตัดสินใจต่อการกระทำว่าสิ่งนั้นดี หรือไม่ดี จะสนับสนุนหรือต่อต้านการกระทำนั้น หากบุคคลมีทัศนคติทางบวกต่อการกระทำนั้นมากเท่าใด

บุคคลจะมีความตั้งใจแน่วแน่ในการกระทำนั้นมากตามไปด้วยหรือในทางกลับกันหากมีทัศนคติเชิงลบที่ไม่ดีต่อการกระทำนั้น บุคคลจะมีความตั้งใจที่จะไม่ทำพฤติกรรมนั้นตามไปด้วย (Ajzen & Fishbein, 1980) นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการอื่นๆ ได้ให้คำนิยามของทัศนคติไว้อีกด้วย เช่น Conner & Armitage (2001) ให้ความหมายของทัศนคติว่า ทัศนคติ ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมความเชื่อของแต่ละบุคคล ซึ่งเกิดจากการรับรู้

จากการศึกษาในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน พบว่า พฤติกรรมที่ดีจะมีทัศนคติที่ดี โดยขึ้นอยู่กับความตั้งใจในการแสดงออกถึงพฤติกรรมและทัศนคติของบุคคลในการแสดงพฤติกรรมว่าชอบหรือไม่ชอบพฤติกรรมนั้น จะเป็นตัวกำหนดความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Ajzen, 1991) สอดคล้องกับการศึกษาของ Tarkiainen & Sundqvist (2005) เรื่องทัศนคติ ความตั้งใจ และพฤติกรรมในการซื้อสินค้าออร์แกนิกและการศึกษาของ Choo, Chung, and Thorndike Pysarchik (2004) เรื่องทัศนคติ ความตั้งใจ และพฤติกรรมในการซื้ออาหารแปรรูปชนิดใหม่ ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้า และจะส่งผลให้มีพฤติกรรมในการซื้อสินค้านั้น ๆ ในที่สุด ดังนั้นทัศนคติ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถกำหนดความตั้งใจและพฤติกรรมของบุคคลได้

Ajzen & Fishbein (1980) ได้เสนอวิธีการวัดทัศนคติต่อการกระทำไว้ 2 วิธี คือ การวัดทัศนคติต่อพฤติกรรมทางตรงและการวัดทัศนคติต่อพฤติกรรมโดยทางอ้อม โดยทัศนคติทางอ้อมจะเป็นตัวกำหนดทัศนคติทางตรงและทัศนคติทางตรงจะเป็นตัวกำหนดความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ

นอกจากนี้ Schiffman & Kanuk (2007) ได้ศึกษาและสรุปความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมเป็นโมเดลโครงสร้างทัศนคติ (Structural Model of Attitudes) โดยการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม ซึ่งโมเดลนี้สร้างขึ้นเพื่อศึกษาถึงโครงสร้างของทัศนคติ และการกำหนดส่วนประกอบของทัศนคติเพื่อจะอธิบายพฤติกรรมที่คาดคะเน ซึ่งส่วนต่าง ๆ เหล่านี้มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยมีรายละเอียดนำเสนอดังรูปที่ 2.4



รูปที่ 2.4 โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ

ที่มา: Schiffman & Kanuk, 2007

จากรูปที่ 2.4 ได้อธิบายโมเดลทัศนคติ โดยจำแนกองค์ประกอบได้ 3 ส่วน ดังนี้

1) องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive component) หมายถึง ส่วนที่แสดงถึงความรู้ การรับรู้ และเป็นส่วนของความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บนพื้นฐานของการจดจำหรือความเชื่อ โดย Schiffman & Kanuk (2007) ได้อธิบายในส่วนของความรู้ ความเข้าใจไว้ว่า เป็นส่วนประกอบส่วนแรก ซึ่งก็คือความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ที่ได้รับ ผสมกับประสบการณ์ในอดีตและข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่างๆที่ได้รับ ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อทัศนคติ ความรู้ความเข้าใจนี้ จะส่งผลกระทบต่อการรับรู้ และจะถูกกำหนดเป็นความเชื่อของบุคคลนั้นต่อไป เป็นสภาพรู้ทางด้านจิตใจที่สะท้อนความรู้ความเข้าใจเฉพาะอย่างของแต่ละบุคคล

2) องค์ประกอบทางอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ส่วนที่สะท้อนถึงด้านอารมณ์ หรือด้านความรู้สึก ณ ขณะนั้นของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือความคิดใดความคิดหนึ่ง ซึ่ง Schiffman & Kanuk (2007) ได้อธิบายในส่วนของอารมณ์ หรือความรู้สึกไว้ว่า มีผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับผู้บริโภค โดยให้ผู้บริโภคประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการให้คะแนนเช่น พอใจหรือไม่พอใจ ดีหรือชั่ว ชอบหรือไม่ชอบ ยินดีหรือไม่ยินดี เห็น

ด้วยหรือไม่เห็นด้วย ผลการวิจัยได้ระบุว่าสภาพอารมณ์หรือความรู้สึกของบุคคล จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวกหรือด้านลบ ต่อพฤติกรรม ความรู้ ความเข้าใจ ได้ ซึ่งประสบการณ์ทางอารมณ์จะมีผลกระทบโดยตรงต่อด้านจิตใจ

3) ส่วนของพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง การตอบสนองต่อสิ่งเร้าของแต่ละบุคคลเป็นผลมาจากความคิดและความรู้สึก โดย Schiffman & Kanuk (2007) ได้อธิบายในส่วนของพฤติกรรมไว้ว่า ความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมของบุคคล ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งมีผลมาจากทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด

จากความหมายนี้ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นรวมทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจกระทำพฤติกรรมของบุคคล ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการแสดงพฤติกรรม (Schiffman & Kanuk, 2007) สรุปคือทัศนคติและพฤติกรรมนั้นมีความสอดคล้องกันอันเนื่องมาจากทัศนคติเป็นสิ่งที่กำหนดการเกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น หากเรามีทัศนคติที่ดีกับวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือการระดมทุนสาธารณะ ก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมการช่วยเหลือสนับสนุนทางการเงินแก่วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ต้องการระดมทุนสาธารณะ เป็นต้น

2.3.1.2 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm : SBN)

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เป็นปัจจัยทางสังคมที่บุคคลจะใช้ประเมินว่ากลุ่มบุคคลที่ใกล้ชิดหรือผู้ที่มีความสำคัญต่อบุคคลนั้นมีความคิดว่าตนควรหรือไม่ควรกระทำพฤติกรรมนั้น ซึ่งการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิงในการกระทำพฤติกรรม (Normative Belief) และแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลปฏิบัติตามความคาดหวังของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการกระทำพฤติกรรม (Motivation to Comply with Referent) หากบุคคลใดรับรู้ว่าบุคคลที่มีความสำคัญต่อตนเอง ได้กระทำพฤติกรรมหนึ่งหรือมีความต้องการให้ตนแสดงพฤติกรรมหนึ่งบุคคลนั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะคล้อยตามและกระทำพฤติกรรมดังกล่าวตามด้วยเช่นกัน ซึ่งบุคคลหรือกลุ่มอ้างอิงที่สำคัญของบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคลแต่ละเรื่องแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเด็นหรือพฤติกรรมที่สอดคล้องกับกลุ่มอ้างอิงนั้น การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หรือ การรับรู้ของบุคคลถึงความสำคัญของบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมในเชิงต้องการหรือไม่ต้องการให้บุคคลกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้น Ajzen & Fishbein (1980) กล่าวว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หมายถึง การรับรู้ของแต่ละบุคคลไม่ว่าจะเป็นคนที่มีความสำคัญต่อเขาหรือเธอและคิดว่าเขาหรือเธอควรหรือไม่ควรแสดงพฤติกรรมนั้น ซึ่ง

ทั้งหมดจะถูกกำหนดอยู่ในคำถามการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งมีอิทธิพลที่สำคัญต่อพฤติกรรมของเขา และเป็นการรับรู้หรือเชื่อว่าสังคมอาจกดดันให้ทำหรือไม่ทำสิ่งนั้น กลุ่มอ้างอิงอาจเป็นคนไกล เช่น เพื่อน เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา หรือคนใกล้ บุคคลใกล้ชิด ได้แก่ คนในครอบครัว บุตร ภรรยา และสามี (Ajzen & Fishbein, 1980)

กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ใช้เป็นแหล่งอ้างอิง สำหรับบุคคลในการกำหนดค่านิยมทัศนคติ และพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือพฤติกรรมทั่วไป (Schiffman & Kanuk, 2007) หรือบุคคลหรือกลุ่มซึ่งมีอิทธิพลที่สำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคลเป็นกลุ่มที่ใช้อ้างอิงในการตัดสินใจของบุคคล (Engel, Blackwell, & Miniard, 1995) แต่ไม่ได้หมายความว่าทุกคนที่จะคล้อยตามไปกับกลุ่มบุคคลอ้างอิง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเกิดจากการที่เราคล้อยตามกลุ่มที่คิดว่ามีลักษณะเหมือนกับเรา เป็นการเลียนแบบและทำตามปัจจัยที่ก่อให้เกิดการคล้อยตาม นั่นคือแรงกดดันจากกลุ่มหรือแรงกดดันจากสังคม ซึ่งมีอิทธิพลมากหรือมีแรงกดดันสูง จากจำนวนคนที่คิดเหมือนกันสามารถแยกการคล้อยตามได้ 2 วิธี (Ajzen, 1991) นั่นก็คือการวัดการคล้อยตามทางตรงและทางอ้อม

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนกล่าวว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เป็นการรับรู้ของ บุคคลที่ได้รับอิทธิพลมาจากแบบอย่างที่เป็นปัจจัยทางสังคมและเกี่ยวข้องกับแรงกดดันทางสังคมต่อบุคคลนั้น ปัจจัยทางสังคม อาจเป็นบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่เป็นกลุ่มอ้างอิง หรือบุคคลใด ๆ ในกลุ่ม อาจได้รับอิทธิพล ความเชื่อของกลุ่ม (Normative Beliefs) โดยกลุ่มอ้างอิงอาจเป็นเพื่อน ครอบครัว หรือกลุ่มบุคคลอื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อการกระตุ้น หรือทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะทำให้กระทำตามหรือไม่ให้กระทำตาม บุคคลจะกระทำพฤติกรรมก็ต้องมีการรับรู้ถึงพฤติกรรมของกลุ่มที่ตน พิจารณาว่าสำคัญต่อตนและจูงใจให้ตนทำตามหรือไม่ทำตาม

Tsai, Hung & Yang, (2020) ได้ศึกษาวิจัยเพื่อตรวจสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในพฤติกรรมของผู้บริโภค และพบว่า สมาชิกในกลุ่มอ้างอิง ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ของกิจการเพื่อสังคม

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ในบริบทของการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมว่า หมายถึง การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งกลุ่มอ้างอิงนั้นจะมีอิทธิพลต่อการกระทำของ

บุคคลนั้น เช่น ครอบครัว หรือ เพื่อนร่วมงาน โดยความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิงจะผลักดันให้บุคคลนั้น ๆ สนับสนุนหรือไม่สนับสนุนการในการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากผู้ที่มีความสำคัญ เช่น ครอบครัว เพื่อน และสังคม ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะทำตามหรือไม่ทำตาม ซึ่งกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนั้น แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1) คล้อยตามครอบครัว (Family) หมายถึง ความเชื่อของบุคคลว่า ครอบครัวมีอิทธิพลให้ทำตามหรือไม่ทำตามในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม และแบ่งปันข้อมูล ถ้าบุคคลคล้อยตามครอบครัว จะรับเอาความเชื่อและให้การสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม และแบ่งปันข้อมูลมาปฏิบัติตามด้วย

2) คล้อยตามเพื่อน (Friend) หมายถึง ความเชื่อของบุคคลว่าเพื่อนมีอิทธิพลให้ทำตามหรือไม่ทำตามในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม และแบ่งปันข้อมูล ถ้าบุคคลคล้อยตามเพื่อน จะรับเอาความเชื่อและให้การสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม และแบ่งปันข้อมูลมาปฏิบัติตามด้วย

3) คล้อยตามสังคม (Social) หมายถึง ความเชื่อของบุคคลว่า สังคมมีอิทธิพลให้ทำตามหรือไม่ทำตามในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม และแบ่งปันข้อมูล ถ้าบุคคลคล้อยตามสังคม จะรับเอาความเชื่อและให้การสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม และแบ่งปันข้อมูลมาปฏิบัติตามด้วย ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้เพิ่มตัวแปรเกี่ยวกับการคล้อยตามสังคม โดยให้ชื่อว่า บรรทัดฐานทางสังคม หรือ Social Norm (SCN) ซึ่งในการศึกษาที่ผู้วิจัยจะศึกษาตัวแปรด้านบรรทัดฐานทางสังคมแยกออกมาจากการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ซึ่งจะกล่าวในรายละเอียดต่อไป

2.3.1.3 การรับรู้ความสามารถควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavior Control:

PBC)

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavior Control) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมนั้น ๆ ว่าเป็นการยาก หรือง่ายที่ตนจะทำพฤติกรรมนั้น การรับรู้ความสามารถควบคุมนี้ขึ้นอยู่กับความเชื่อเกี่ยวกับการควบคุม และการคาดคะเนปัจจัยเอื้ออำนวย สิ่งขัดขวางหรืออุปสรรค มีอิทธิพลโดยตรงมาจากความเชื่อเกี่ยวกับการควบคุม (Control Beliefs) ความเชื่อเกี่ยวกับการมีหรือไม่มีปัจจัยเอื้ออำนวยหรือโอกาสที่จำเป็นในการทำนายน

พฤติกรรมโดยได้รับอิทธิพลมาจากประสบการณ์ในอดีตข้อมูลที่ได้รับจากการบอกเล่าของผู้อื่นเกี่ยวกับพฤติกรรมนั้น ดังที่ Bandura, Adams, Hardy & Howells (1980) กล่าวว่า พฤติกรรมของคนมีอิทธิพลมาจากความเชื่อมั่นที่เกิดจากความสามารถที่จะควบคุมพฤติกรรมของตนเอง ดังนั้นคาดว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมจะมีส่วนช่วยในการการคาดเดาความตั้งใจมากกว่าผลกระทบจากส่วนอื่น ๆ การสังเกตจากประสบการณ์ของคนคุ้นเคยและเพื่อน เป็นการรับรู้ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจจะมีประโยชน์หรือขัดขวางในการแสดงพฤติกรรม การรับรู้ความสามารถควบคุมพฤติกรรมนี้มีบทบาทสำคัญต่อการวางหลักแห่งการกระทำ นอกจากนี้ Vantamay (2018) กล่าวว่า ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน สามารถนำไปใช้ในการอธิบายการส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคที่ยั่งยืนของเยาวชน โดยศึกษาพบว่าการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลมากที่สุดตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมโดยใช้ประสบการณ์ที่ผ่านมา ควบคุมการรับรู้ของบุคคล และการคาดการณ์ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น ถือเป็นประโยชน์อย่างมากในการคาดเดาพฤติกรรมของบุคคล

โดยสรุปแล้วการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เป็นความยากง่ายในการรับรู้ความสามารถของบุคคลที่มีผลมาจากประสบการณ์อดีตจากทั้งของตนเอง ของเพื่อน หรือข้อมูลข่าวสาร จากการบอกเล่าจากผู้อื่นและตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อการรับรู้บุคคล โดยเชื่อว่า หากไม่มีทรัพยากรหรือโอกาสในการทำพฤติกรรมนั้น บุคคลจะไม่มีเจตจำนงเชิงพฤติกรรมที่หนักแน่นพอในการจะกระทำพฤติกรรมนั้น แม้จะมีทัศนคติเชิงบวกต่อพฤติกรรมหรือมีบุคคลสำคัญเห็นด้วยในการทำพฤติกรรมนั้นก็ตาม การรับรู้ของบุคคลสามารถวัดได้ด้วย 2 วิธี (Ajzen, 1991) ได้แก่

- 1) การวัดการรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรมทางตรง เป็นการสะท้อนถึงความรู้สึกของกลุ่มคนที่มีต่อความยากง่ายในพฤติกรรมนั้น ๆ
- 2) การวัดการรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรมทางอ้อม เป็นความเชื่อของ บุคคลในการควบคุมพฤติกรรมจากประสบการณ์ของคนที่รู้จักประเมินผลรวมของความเชื่อ จากข้อคำถามที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุนต่อพฤติกรรม

การรับรู้หรือความเชื่อว่าตนมีความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมของตนเองได้ โดยบุคคลจะตัดสินใจกระทำพฤติกรรมใด เขาต้องเชื่อว่า เขามีความสามารถที่จะควบคุมพฤติกรรมนั้นได้และมีโอกาสประสบผลสำเร็จ (Barnett & Presley, 2004) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เกิดจากทักษะของ บุคคล การรับรู้ความสามารถของตนเองและข้อจำกัดภายนอก

เช่น โอกาส หรือการอำนวยความสะดวก ซึ่งเป็นหน้าที่หนึ่งในการควบคุมพฤติกรรมให้เกิดการรับรู้และความตั้งใจ การรับรู้จึงเป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรรจัดระเบียบและตีความ เกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้าเพื่อสร้าง ภาพที่มีความหมายออกมา (Kerin, Hartley & Rudelius, 2004) โดยที่ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ทำให้เกิดการรับรู้และทำให้เกิดการเปิดรับ (Exposure) แล้วนำไปสู่ความตั้งใจ (Attention) และการตีความ (Interpretation) ซึ่งทำให้เกิดการรับรู้ในที่สุด (Solomon, 2007)

การศึกษาของ Kim & Hall, (2019) ที่สร้างรูปแบบจำลองการระดมทุนของประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง พบว่า ตัวแปร การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนการระดมทุน และการมีส่วนร่วมในการระดมทุน นอกจากนี้ สอดคล้องกับการวิจัยของ Perez และ Egea (2019) ได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) มาใช้เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการบริจาคเงินเพื่อโครงการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน ในประเทศสเปน พบว่า การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริจาคเงินเพื่อโครงการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืนของประชาชน และสามารถทำนายความตั้งใจในการบริจาคเงินเพื่อการกุศลของคนวัยหนุ่มสาวได้ (Melissa et al., 2012)

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม หมายถึง การรับรู้ของบุคคลต่อความสะดวกหรือ ความยากลำบากต่อการแสดงพฤติกรรมในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมถึงความสามารถในการควบคุมให้พฤติกรรมนั้นเป็นไปอย่างที่ตั้งใจได้ โดยข้อความจะวัดว่าตนเองมีการรับรู้ความสามารถควบคุมพฤติกรรมที่มีต่อการการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือไม่ และส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจและพฤติกรรมในการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

2.3.1.4 บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norm: SCN)

Ajzen & Fishbein (1980) ได้กล่าวว่า บรรทัดฐานทางสังคมเป็นการรับรู้ถึงแรงกดดันของสังคมที่มีต่อบุคคลในสังคมนั้นๆ ให้ต้องมีพฤติกรรมอย่างไรอย่างหนึ่งในสถานการณ์หนึ่งๆ ส่วน บรรทัดฐานทางสังคมคือ ระเบียบและกฎเกณฑ์ หรือรูปแบบของพฤติกรรมที่สังคมยอมรับให้เป็นแนวทางประพฤติปฏิบัติของสมาชิกในสังคม ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์และ

สังคม หากผู้ใดละเมิดไม่ปฏิบัติตาม ก็อาจถูกสังคมลงโทษ บรรทัดฐานทางสังคม เป็นกลไกทางสังคมที่ควบคุมความประพฤติของผู้คน ถ้าหากสังคมใดขาดบรรทัดฐานทางสังคมก็อาจจะทำให้สังคมขาดความสงบสุขได้

การรับรู้บรรทัดฐานทางสังคมจากบุคคลรอบข้างมีลักษณะที่สำคัญ 5 ประเด็น (Hackman, 1969) คือ (1) การรับรู้บรรทัดฐานทางสังคมจากคนรอบข้างซึ่งเป็นกฎในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มและช่วยรักษาความเป็นสมาชิกของกลุ่มไว้ (2) การรับรู้บรรทัดฐานทางสังคมจากบุคคลรอบข้างจะปรับใช้กับพฤติกรรมของแต่ละบุคคลมากกว่าการปรับความคิดหรือความรู้สึกของแต่ละบุคคล เพราะความเห็นพ้องต้องกันของกลุ่มเป็นสิ่งจำเป็นในการอยู่ร่วมกัน (3) การรับรู้บรรทัดฐานทางสังคมจากบุคคลรอบข้างถูกนำมาปรับใช้กับพฤติกรรมของสมาชิกส่วนใหญ่ในกลุ่มที่เห็นว่ามีความสำคัญแต่มีใช้พฤติกรรมของบุคคลทั้งหมดในกลุ่มที่ถูกนำมาจัดระเบียบ (4) การรับรู้บรรทัดฐานทางสังคมจากบุคคลรอบข้างที่นำมาปรับใช้อย่างเท่าเทียมกันสำหรับทุกคน และ (5) การรับรู้บรรทัดฐานทางสังคมจากบุคคลรอบข้างจะพัฒนาอย่างช้าๆ และเป็นไปอย่างละเอียดอ่อน

Clemes, Gan & Zhang (2014) กล่าวว่า บรรทัดฐานทางสังคม หมายถึงการที่ผู้บริโภคบุคคลหนึ่งยินดีที่จะทำตามคำแนะนำ ของผู้ที่มีความสำคัญต่อเขาในเรื่องการซื้อของออนไลน์ แนวคิดทางทฤษฎีเชื่อว่าบรรทัดฐานทางสังคม มีผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ จากที่กล่าวมา สรุปได้ว่า บรรทัดฐานทางสังคม หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับความคาดหวัง หรือ ความต้องการของบุคคลอื่นหรือคนในสังคมว่าต้องการหรือไม่ต้องการให้ทำ พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง เป็นความเชื่อเชิงนามธรรม เป็นการ รับรู้ว่าใครบริบททางสังคมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

Van der Linden (2011) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่สนับสนุนความตั้งใจและพฤติกรรม การบริจาคเพื่อการกุศล โดยประยุกต์แนวคิดแบบจำลอง Theory of Planned Behavior (TPB) เพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรทางสังคม-จิตวิทยา และพบว่า บรรทัดฐานทางสังคม ทัศนคติ การรับรู้ การควบคุมพฤติกรรม และพฤติกรรมในอดีต สามารถนำมาใช้ในการทำนายความตั้งใจในการ บริจาคเงินเพื่อการกุศล และพฤติกรรมการบริจาคเงินการกุศลได้

2.3.1.5 การรับรู้ความสามารถของตน (Self-Efficacy: SEL)

แนวคิดการรับรู้ความสามารถของตน พัฒนามาจากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของแบนดูรา (Bandura, 1986, 1989, 1997, 2001) และต่อมาได้ขยายแนวคิดให้กว้างขึ้นและเปลี่ยนชื่อทฤษฎีเป็น ทฤษฎีการเรียนรู้เชิงปัญญาทางสังคม โดยแบนดูราได้อธิบายถึงการรับรู้ความสามารถของตนเองไว้ว่าเป็นความเชื่อของบุคคลที่มีต่อความสามารถของตนเองในการจัดการกับสถานการณ์ต่าง ๆ หรือระดับความท้าทายของงานที่กำลังเผชิญอยู่และความสามารถในการกระทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ โดยมีนักวิจัยอื่นๆ ได้ให้ความหมายของการรับรู้ความสามารถของตนไว้ดังนี้

Bandura (1986) ได้ให้ความหมายว่า บุคคลมีการตัดสินใจเกี่ยวกับความสามารถของตนเองที่จะจัดการและดำเนินการกระทำพฤติกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งการรับรู้ความสามารถของตนเองไม่ได้ขึ้นอยู่กับทักษะที่มีเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของบุคคลด้วยว่าพวกเขามีความเชื่อว่าสามารถทำได้ด้วยหรือไม่ ส่วน Wood & Bandura (1989) ได้ขยายความหมายของการรับรู้ความสามารถของตนเป็นบทบาทหลักของกระบวนการควบคุมตนเอง ทำให้มีแรงจูงใจที่จะกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จ รวมถึงความพยายามที่บุคคลทุ่มเทและยืนหยัดที่จะกระทำสิ่งนั้น Mcshane & Von Glinow (2003) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ความสามารถของตนว่าเป็นความเชื่อของบุคคลว่าตนมีความสามารถ และมีแรงจูงใจที่จะกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ ให้บรรลุผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ ในขณะที่ Bandura (1997) อธิบายว่าเป็นความเชื่อของบุคคลว่าตนมีความสามารถในการจัดระเบียบและกระทำตามแนวทางปฏิบัติที่จำเป็นเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ต้องการ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นิยามความหมายว่าการรับรู้ความสามารถของตน หมายถึงความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถของตนต่อการพิจารณาความสำเร็จในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม และความคาดหวังต่อความสำเร็จจากการกระทำนั้น

2.3.2 ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention)

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) เป็นปัจจัยหลัก (Central Factor) ในการกำหนดพฤติกรรมของบุคคล ความตั้งใจตามทฤษฎีนี้ หมายถึง เจตนาหรือความตั้งใจที่จะกระทำหรือแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรม เจตนาหรือความ

ตั้งใจจะเป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคคลได้ ทุ่มเทและมีความพยายามมากน้อยเพียงใดที่จะกระทำหรือแสดงออก พฤติกรรมนั้น หากบุคคลมีเจตนาหรือมีความตั้งใจมาก ก็มีความเป็นไปได้ที่จะแสดงพฤติกรรม ออกมามากยิ่งขึ้น เจตนาจึงเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม แต่ไม่ได้ หมายความว่า การวัดเจตนาเพียงตัว เดียวจะใช้เป็นตัวทำนายพฤติกรรมได้เหมาะสมอาจมีปัจจัยอื่น ที่เป็นสิ่งจูงใจ และมีอิทธิพลต่อ ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจกับการแสดงพฤติกรรม

นอกจากนี้ความตั้งใจยังเป็นความสำนึกคิดของบุคคลหนึ่งที่มีความจดจ่อกับสิ่งหนึ่งเหนือ สิ่งอื่นๆ เป็นการตัดสินใจของบุคคลนั้นที่จะเลือกหรือกระทำพฤติกรรมหนึ่ง โดยมีทิศทางของจิตใจ ที่แน่วแน่ และมีจุดหมายต่อสิ่งที่ตนปรารถนา และมีความพยายามทุ่มเทแน่วแน่ที่จะกระทำ พฤติกรรมตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ เจตนาของบุคคลที่มีความหนักแน่นสูง การได้รับข้อมูลไม่เพียงพอที่จะเปลี่ยนความตั้งใจในการทำพฤติกรรมในทางตรงกันข้าม ถ้าเจตนาในการทำหรือไม่ทำ พฤติกรรมมีความหนักแน่นต่ำ ความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ของเหตุการณ์ที่ไม่คาดคะเนล่วงหน้าเพียง เล็กน้อยก็อาจมีอิทธิพลเปลี่ยนเจตนาหรือความตั้งใจของบุคคลได้ (Ajzen & Fishbein, 1980, pp. 80-91) อย่างไรก็ตามความตั้งใจสามารถนำไปสู่การกระทำพฤติกรรมได้ต่อเมื่อบุคคลนั้นได้พิจารณาถึง ผลของการกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมอย่างรอบคอบเสียก่อน (Salazar, 1991)

Shneor & Munim, (2019) ได้ศึกษาความตั้งใจในการระดมทุนสาธารณะของผู้ประกอบการ โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และพบว่า ความตั้งใจ ทักษะคิด การรับรู้ความสามารถ ของตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการสนับสนุนระดมทุนสาธารณะ และความตั้งใจในการ แบ่งปันข้อมูลของอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kim & Hall, (2019) ที่ สร้างรูปแบบจำลองการระดมทุนของประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง แล้วพบว่า ปัจจัยด้าน ทักษะคิดของผู้ระดมทุนและอารมณ์ที่คาดหวังในเชิงบวกและเชิงลบมีอิทธิพลต่อความตั้งใจมีส่วน ร่วมในการระดมทุน การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนการระดมทุน และการมีส่วนร่วมในการระดมทุน นอกจากนี้ ผลการวิจัยของ Perez และ Egea (2019) ที่ได้ นำ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) มาใช้เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจของประชาชนใน การบริจาคเงินเพื่อโครงการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน ในประเทศสเปน พบว่า ทักษะคิดของบุคคล บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ ความตั้งใจที่จะบริจาคเงินเพื่อโครงการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืนของประชาชน ผลการศึกษายังพบว่า ตัวแปรด้านบรรทัดฐานทางศีลธรรม ความรู้ อายุและสภาพการจ้างงานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความ ตั้งใจที่จะบริจาคอย่างนัยสำคัญทางสถิติอีกด้วย

ในการวิจัยครั้งนี้ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน หมายถึง ความตั้งใจกระทำพฤติกรรมใดของบุคคลหนึ่งเกี่ยวกับการสนับสนุนทางการเงิน ซึ่งมักมีความสอดคล้องหรือสัมพันธ์กับทัศนคติหรือความเชื่อส่วนบุคคลของบุคคลนั้น เมื่อใดที่บุคคลหนึ่งมีความตั้งใจกระทำพฤติกรรมด้วยจิตใจที่แน่วแน่แล้วบุคคลนั้นจะมีความจจ่อตอสิ่งนั้นและจะแสดงพฤติกรรมดังที่ตั้งใจต่อเมื่อถึงเวลาหรือมีโอกาที่เหมาะสม สำหรับความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมเงินทูลสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยนั้น ผู้วิจัยได้แบ่งความความตั้งใจแสดงพฤติกรรมออกเป็น 2 เรื่อง ได้แก่ 1) ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน หมายถึง ความตั้งใจของบุคคลที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมเงินทูลสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม และ 2) ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล หมายถึง ความตั้งใจของบุคคลที่จะแบ่งปันข้อมูลเรื่อง การสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมเงินทูลสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมให้แก่เครือข่ายทางสังคมและวิชาชีพของพวกเขา เมื่อถึงเวลาหรือมีโอกาที่เหมาะสม

2.3.3 ความตั้งใจแบ่งปันข้อมูล (Information Sharing Intention)

แนวคิดเรื่องความตั้งใจแบ่งปันข้อมูล มาจากทฤษฎีการนำเสนอภาพลักษณ์ของตนเอง (Self-Presentation theory) ของ Schlenker & Leary (1982) โดยทฤษฎีนี้ได้นำเสนอให้เห็นว่าการแสดงออกที่ทำให้ภาพลักษณ์ของตนเองดูดีขึ้น เป็นตัวบ่งชี้ให้แสดงพฤติกรรมนั้นสู่สาธารณะ ดังนั้นความตั้งใจสนับสนุนทางการเงิน จึงมีส่วนให้เกิดความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลของโครงการที่บุคคลนั้นสนับสนุน เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้บุคคลนั้นดูดีในสังคม และด้วยบริบทนี้ จากการศึกษาวิจัยในอดีตพบว่า การทำให้ภาพลักษณ์ของตนเองดูดีขึ้นในสังคม เป็นตัวทำนายพฤติกรรมของกลุ่มผู้ถือหุ้นหรือนักลงทุนในการระดมเงินทูลสาธารณะด้วย (Bretschneider and Leimeister, 2017) กล่าวคือ นักลงทุนที่มีลักษณะชอบนำเสนอภาพลักษณ์ของตนเองต่อผู้อื่นมาก มักจะสนับสนุนเงินในการระดมเงินทูลสาธารณะด้วยจำนวนที่มากกว่า (Cox et al., 2018) และผู้ที่มีความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินในการระดมเงินทูลสาธารณะสูง มักจะมีความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลที่สูงขึ้นด้วย (Shneor and Munim, 2019) นอกจากนี้การแบ่งปันข้อมูลเพื่อสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกที่แต่ละบุคคลต้องการแสดงออก ไม่เพียงแต่ต้องการจะแสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนทางการเงินกับโครงการ หรือแคมเปญที่มีการระดมเงินทูลเท่านั้น หากแต่บุคคลเหล่านั้นมีความต้องการให้โครงการที่เข้าไปมีส่วนร่วมประสบความสำเร็จอีก พวกเขาจึงต้องเข้าไปสนับสนุนแคมเปญและต้องการแบ่งปันข้อมูลเพื่อเชิญชวนให้คนอื่นเข้ามามีส่วนร่วมจนการระดมเงินทูลนั้นสำเร็จได้ ซึ่งเมื่อโครงการหรือแคมเปญสำเร็จก็จะยิ่งทำให้เกิดภาพลักษณ์ในเชิงบวกที่เด่นชัดยิ่งขึ้น (Bi et al., 2017;

Hobbs et al., 2016) นอกจากนี้ ยังมีการวิจัยก่อนหน้านี้แสดงให้เห็นว่าการแสดงตัวตน หรือนำเสนอภาพลักษณ์ของตนเองนั้น เกี่ยวข้องกับระดับการใช้งานเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สูงขึ้นด้วย (Correa et al., 2010) รวมถึงการแพร่กระจายของการแบ่งปันข้อมูลแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) (Ferguson et al., 2010) การตลาดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) เป็นการบอกต่อข้อมูลที่เกี่ยวข้องสินค้า หรือบริการจากคนหนึ่งไปยังคนอีกกลุ่มหนึ่ง และเพิ่มเป็นหลายกลุ่ม โดยขยายวงกว้างออกไปเรื่อยๆ ด้วยวิวัฒนาการของอินเทอร์เน็ตทำให้รูปแบบการสื่อสารแบบปากต่อปากแบบเดิม เปลี่ยนไปเป็นการสื่อสารแบบปากต่อปากในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตช่วย (Electronic Word of Mouth หรือ eWOM) ทำให้ผู้ส่งสารสามารถกระจายข้อมูลข่าวสาร สะดวก รวดเร็ว และเป็นวิธีการที่นักการตลาดพยายามใช้ประโยชน์จากศักยภาพเหล่านี้ เพื่อทำการตลาดแบบมีการกระจายข้อมูลอย่างรวดเร็วเสมือนไวรัส หรือที่เรียกอีกอย่างว่าไวโรลมารเก็ตติ้ง (Pruden & Vavra, 2004)

Wasko & Faraj (2005) กล่าวว่า การที่บุคคลแบ่งปันข้อมูล เป็นเพราะเขาเหล่านั้นต้องการที่จะได้รับการยอมรับอย่างไม่เป็นทางการ และสร้างชื่อเสียงในสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ กลุ่มบุคคลที่รู้สึกดีเกี่ยวกับการได้ช่วยเหลือผู้อื่น เป็นกลุ่มคนที่มีความยินดีที่จะแบ่งปันข้อมูลในชุมชนออนไลน์ โดยไม่ได้คาดหวังว่าจะได้รับรางวัลใดๆ กลับมา ซึ่ง Wasko & Faraj (2005) เสนอว่าบุคคลกลุ่มนี้ โดยแท้จริงแล้วมีแรงจูงใจ และต้องการที่จะแบ่งปันข้อมูลกับผู้อื่นเพียงเพราะได้รับความสุขจากการได้ช่วยเหลือผู้อื่น นอกจากนี้ ประโยชน์ของแบ่งปันข้อมูลกับผู้อื่น คือการทำให้ผู้อื่นได้รับทราบถึงความสามารถของตน (Kankanhalli et al., 2005) และการแบ่งปันข้อมูลยังสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มีส่วนร่วมสนับสนุนเงินในกิจกรรมระดมทุนสาธารณะ ด้วยความรู้สึกปีติ และมีความสุข โดยเฉพาะการแสดงภาพลักษณ์ของการช่วยเหลือผู้อื่น (Kankanhalli et al., 2005; Song and Walden 2007)

2.3.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavior)

การที่จะศึกษาเพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมได้ Ajzen (1980) ได้กล่าวไว้ว่าจะต้องทำความเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) พฤติกรรมกับผล (Behavior Versus Outcome) ในการศึกษาพฤติกรรมต้องมีการกำหนดให้ชัดเจนถึงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกับผลที่เกิดจากพฤติกรรม เพราะทั้ง 2 คำ มี

ความแตกต่างกับ พฤติกรรมคือสิ่งที่บุคคลลงมือทำเอง แต่ผลของพฤติกรรมอาจเกิดจากการกระทำ และปัจจัยอื่น ๆ พฤติกรรมที่ต่างกันอาจนำไปสู่ผลกระทบที่เหมือนกัน

2) การกระทำเดี่ยวกับประเภทพฤติกรรม (Single Actions Versus Behavioral Categories)

2.1) การกระทำเดี่ยว หมายถึง พฤติกรรมที่เฉพาะเจาะจงที่บุคคลกระทำ ซึ่งการนิยาม การกระทำนั้น ต้องให้มีความชัดเจนเพียงพอที่ผู้สังเกตจะสังเกตได้ การกระทำบางอย่างสามารถ สังเกตได้ง่าย แต่การกระทำบางอย่างสังเกตได้ยาก เป็นต้น

2.2) ประเภทพฤติกรรม หมายถึง กลุ่มการกระทำหลาย ๆ อย่างไม่สามารถสังเกต พฤติกรรมได้โดยตรง ต้องสังเกตจากการกระทำเดี่ยวทั้งหลาย ต้องสังเกตจากพฤติกรรมต่าง ๆ

3) ความจำเพาะของพฤติกรรม การกำหนดพฤติกรรมหรือการวัดพฤติกรรมที่ศึกษา จำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

3.1) การกระทำ (Action) หมายถึง จะต้องกำหนดว่าเป็นการกระทำอย่างเดี่ยว เช่น การซื้อสินค้า ส่วนกลุ่มการกระทำ เช่น การเลือกซื้อสินค้า อาจประกอบด้วยการกระทำย่อย ๆ หลาย การกระทำ เช่น การค้นหาข้อมูล ความถี่ในการเลือกซื้อสินค้า เป็นต้น

3.2) เป้าหมาย (Target) หมายถึง เป้าหมายของการกระทำ เช่น การเลือกซื้อสินค้า ทาง อินเทอร์เน็ตการกำหนดเป้าหมายให้เป็น สินค้าที่ต้องการมากที่สุด

3.3) เวลา (Time) หมายถึง เวลาที่เกิดพฤติกรรมที่สนใจจะศึกษา

3.4) บริบท (Context) หมายถึง สถานการณ์หรือสถานที่ที่เกิดพฤติกรรมที่สนใจที่จะ ศึกษา

จากการศึกษาของนักวิจัยหลายท่านพบว่า ทักษะที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจทางพฤติกรรม และความตั้งใจดังกล่าวส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมสนับสนุนและการมีส่วนร่วมในการระดมทุน (Shneor & Munim, 2019 ; Kim & Hall, 2019 ; Perez & Egea, 2019) และ Joanne & Andreè (2007) นอกจากนี้ Van der Linden (2011) ได้นำแบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) มาใช้ทำนาย ความตั้งใจที่จะบริจาคเงินให้กับองค์กรการกุศล และพบว่า ทักษะสามารถทำนายความตั้งใจในการ บริจาค และพฤติกรรมการบริจาคเงินได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Melissa et al., (2012) ที่ได้นำทฤษฎี พฤติกรรมตามแผน (TPB) มาใช้เพื่อทำนายความตั้งใจของคนหนุ่มสาวที่จะบริจาคเงินให้กับองค์กร การกุศลในอนาคต และพบว่า ทักษะสามารถทำนายความตั้งใจในการบริจาคเงินของคนหนุ่มสาว ได้

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลประโยชน์ทางภาษี

จากงานวิจัยของ Othmar & Alex (2014) กล่าวว่า การลดหย่อนภาษีของรัฐบาล (Tax Relief) และการค้าประกันจากกองทุนเพื่อการกุศล เป็นสิ่งจูงใจเพิ่มเติมให้กับการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อรองรับการขยายตัวของวิสาหกิจเพื่อสังคมในอนาคต ผลการวิจัยของ Signori & Vismara (2016) ยังพบว่าแรงจูงใจทางภาษียังมีความสำคัญต่อการลงทุน บริษัทที่ได้รับประโยชน์จากการภาษี SEIS มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในการระดมทุนสูงขึ้น โดยแสดงให้เห็นว่าเห็นว่าเป็นบริษัทต่างๆที่ได้รับประโยชน์จากสิทธิประโยชน์ทางภาษียังมีความเป็นไปได้สูงกว่าที่จะระดมทุนสาธารณะสำเร็จ ถึง 2.9 เท่า ในขณะที่ความล้มเหลวนั้นต่ำกว่า 76% ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของนโยบายการคลังในสหราชอาณาจักร ซึ่งสามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับประเทศอื่น ๆ ในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะ

สำหรับประเทศไทยมีองค์กรภาคเอกชนที่ทำประโยชน์เพื่อส่วนรวมในรูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) อยู่จำนวนหนึ่ง ซึ่งหลักการสำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคม คือ องค์กรที่ประกอบธุรกิจเพื่อแสวงหากำไร แต่นำรายได้ทั้งหมดหรือส่วนใหญ่ไปใช้เพื่อพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม มิได้นำมาเพื่อผลประโยชน์ของเจ้าของหรือผู้ถือหุ้น ในหลายประเทศ เช่น อังกฤษ สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และญี่ปุ่น มีกฎหมายกำหนดสถานะของวิสาหกิจเพื่อสังคมและกำหนดมาตรการทางภาษีที่สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมไว้อย่างชัดเจน รวมถึงประเทศไทยก็มีมาตรการทางภาษีที่สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วย แต่ทั้งนี้ปัญหาสำคัญของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย คือ ปัญหาด้านเงินทุนในการบริหารจัดการ และขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน เพราะผู้ประกอบการหรือนักลงทุนทั่วไปย่อมต้องการผลตอบแทนจากธุรกิจ จึงไม่เห็นความคุ้มค่าในการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม และประชาชนก็ไม่มีแรงจูงใจอื่นใดในการช่วยสนับสนุนเงินทุนแก่วิสาหกิจเพื่อสังคม การกำหนดมาตรการทางภาษีให้แก่ผู้ประกอบการ และผู้สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต่อผู้ลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม จะช่วยเป็นแรงจูงใจให้มีสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมต่อไป

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Shneor & Munim (2019) ได้ศึกษาการระดมทุนสาธารณะเพื่อรางวัลตอบแทน โดยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานแพลตฟอร์มเพื่อการระดมทุนสาธารณะชั้นนำในประเทศฟินแลนด์จำนวน 560 ราย ที่ระดมทุนให้กับบนช่องทางแพลตฟอร์ม ผลการศึกษายืนยันทฤษฎีตามแผนว่า ทักษะคิด และการรับรู้ความสามารถของตนเอง สามารถทำนายพฤติกรรมการสนับสนุนระดมทุนสาธารณะ ผ่านความตั้งใจในการระดมทุนสาธารณะ และความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Kim & Hall (2019) ได้ศึกษาเรื่องการสร้างสรรค์ร่วมกัน (Co-Creation) และการประเภทของการระดมทุนสาธารณะที่สามารถคาดการณ์พฤติกรรมของผู้ให้ทุนได้หรือไม่ โดยได้จัดทำแบบสำรวจออนไลน์เกี่ยวกับการระดมทุนในภาคใต้ของประเทศเกาหลี โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างในการวิเคราะห์ มีผู้ตอบคำถามเสร็จสมบูรณ์จำนวน 485 คน ผลการศึกษาพบว่าการสร้างสรรค์ร่วมกันส่งผลทางบวกต่อทัศนคติและพฤติกรรมสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะ และพฤติกรรมนี้ยังได้รับผลกระทบอย่างมากจากความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

Perez & Egea (2019) ได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) มาใช้เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการบริจาคเงินเพื่อโครงการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืนในประเทศสเปน ผลการศึกษาพบว่า ทักษะคิด บรรทัดฐานส่วนตัว และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริจาคเงินเพื่อโครงการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืนของประชาชน นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรบรรทัดฐานทางศีลธรรม พฤติกรรมในอดีต ความรู้ อายุและสภาพการทำงาน ก็มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริจาคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Cicchello et al., (2019) ได้ศึกษาการสร้างแรงจูงใจด้านภาษีให้กับนักลงทุนและ บริษัทในการระดมทุน สำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับการระดมทุนในยุโรป โดยทำการศึกษามาตรการจูงใจทางด้านภาษีในประเทศอังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี สเปน และเบลเยียม และวิเคราะห์และเปรียบเทียบลักษณะโครงสร้างสิ่งจูงใจ ลักษณะธุรกิจ และประเภทของนักลงทุน ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการจูงใจทางภาษีสำหรับการระดมทุนนั้นแตกต่างกันอย่างมาก

ทั้งในรูปแบบและคุณสมบัติอื่น ๆ รูปแบบการจูงใจทางภาษีที่ใ้้มากที่สุดคือ การให้เครดิตภาษี ถ่วงน้ำหนักสำหรับจำนวนเงินที่ลงทุนในกิจการระยะแรก และมีผลทันทีต่อภาษีเงินได้ประจำปีของนักลงทุน ซึ่งมาตรการดังกล่าวทำให้ผู้ระดมทุนโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักลงทุนในสตาร์ทอัพและบริษัทที่มีสภาพคล่องต่ำก็สามารถใช้การระดมทุนเป็นแหล่งหาเงินทุนได้

Mittelman & Mendez (2018) ได้ศึกษาวิจัย เพื่อหาสาเหตุที่ชาวแคนาดาบริจาคเงินเพื่อการกุศล โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อทดสอบรูปแบบการบริจาคเพื่อการกุศลและความตั้งใจที่จะบริจาค โดยใช้แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างที่มีศักยภาพในการบริจาคเงินเพื่อการกุศล จำนวน 202 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่าทัศนคติโดยรวม พฤติกรรมในอดีต บรรทัดฐานทางศีลธรรม และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ส่งผลต่อความตั้งใจในการบริจาค โดยที่ทัศนคติโดยรวมส่งผลต่อความตั้งใจที่จะบริจาคมากที่สุด ส่วนการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและทัศนคติที่มีต่อองค์กรการกุศล ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบริจาคเพื่อการกุศล

Stapylton (2015) ได้ศึกษาการระดมทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยศึกษาพบว่า การระดมทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคมมีการระดมทุนผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์น้อย การระดมทุนจะประสบความสำเร็จและมีศักยภาพขึ้นอยู่กับผู้ให้ทุนเกิดความไว้วางใจผู้ประกอบการ ในกรณีการลงทุนทั่วไป บริษัทหรือผู้ประกอบการจะต้องแสดงให้เห็นว่ามีความมุ่งมั่นในการตอบแทนสังคมหรือผลิตสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประเภทของการระดมทุนขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ผู้ประกอบการต้องการสื่อ ไปถึงผู้ที่มีศักยภาพในการให้ทุน ประเภทของการระดมทุนเป็นตัวกำหนดว่าผู้ประกอบการเป็นอย่างไร การเสนอขายให้กับนักลงทุน ผู้ให้กู้ หรือผู้บริโภคและผู้สนับสนุนทั่วไปของกิจการ นอกจากนี้ยังศึกษาพบว่า การระดมทุนในรูปแบบให้รางวัลสามารถดึงดูดเงินทุนจากผู้ลงทุนมากที่สุด ผู้ประกอบการควรมีการโฆษณาเพื่อสื่อให้ผู้ให้ทุนทราบถึงความมุ่งมั่นที่มีต่อปัญหาสังคมหรือสิ่งแวดล้อม

Kashif et al., (2015) ได้ศึกษาวิจัย ความตั้งใจและพฤติกรรมการบริจาคเพื่อการกุศล โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อทดสอบมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความตั้งใจและพฤติกรรมการบริจาคเงิน โดยใช้แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ที่อาศัยอยู่กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย จำนวน 221 คน ผลการวิจัยพบว่า บรรทัดฐาน และความตั้งใจที่จะบริจาค มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริจาคเงิน ส่วนตัวแปร

ทัศนคติ การรับรู้ตนเอง และบรรทัดฐานทางศีลธรรม ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการบริจาคเงินเพื่อการกุศล

Madiha & Rasha (2015) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การทำนายความตั้งใจบริจาคเพื่อการกุศล ของนักศึกษาชาวอียิปต์ โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อทำนายความตั้งใจบริจาคเพื่อการกุศลของนักศึกษาชาวอียิปต์เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยอียิปต์ จำนวน 339 คน ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรการรับรู้พฤติกรรมควบคุมตนเอง ศาสนา และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการบริจาคเพื่อการกุศลของนักศึกษา

Lucica & Ani (2014) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคมในกลุ่มประเทศสหราชอาณาจักร ซึ่งกล่าวถึงความสำคัญของการสนับสนุนจากภาครัฐที่มีต่อกิจการเพื่อสังคม เนื่องจากกิจการเพื่อสังคมเป็นรูปแบบกิจการที่สามารถช่วยแก้ไขปัญหาสังคมในสิ่งที่กิจการประเภทอื่น ๆ ไม่สามารถทำได้และสามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสังคมและประเทศ ดังนั้นจึงเกิดแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นสำหรับการกระตุ้นและสนับสนุนกิจการเพื่อสังคมจากภาครัฐ ในรูปแบบของกฎระเบียบ นโยบายสนับสนุน หรือ ข้อยกเว้นกิจกรรมจากภาครัฐ ที่อาจสร้างอุปสรรคในการดำเนินกิจการเพื่อสังคม เช่น กฎหมายการจดทะเบียนธุรกิจประเภทกิจการเพื่อสังคมโดยเฉพาะเพื่อสิทธิประโยชน์จากภาครัฐ การลดหรือ ยกเว้นภาษีเงินได้ เป็นต้น

Van der Linden (2011) ได้ทำการศึกษาวิจัยรูปแบบจำลองปัจจัยที่สนับสนุนการตั้งใจบริจาคเพื่อการกุศล โดยทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่ร่วมบริจาคเงินเพื่อการกุศล จำนวน 143 ราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริจาคเพื่อการกุศล ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรทางสังคมและจิตวิทยา จำนวน 6 ตัวแปรที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะบริจาคเพื่อการกุศล ประกอบด้วย บรรทัดฐานทางสังคม บรรทัดฐานทางศีลธรรม ทัศนคติ การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม พฤติกรรมในอดีต" ซึ่งสามารถทำนายพฤติกรรมการบริจาคเพื่อการกุศล โดยที่ตัวแปรบรรทัดฐานทางศีลธรรม เป็นตัวแปรที่สามารถทำนายความตั้งใจและพฤติกรรมการบริจาคได้ดีที่สุด

Galera & Borzaga (2009) ได้ศึกษาวิจัยแนวคิดเกี่ยวกับวิวัฒนาการและการดำเนินงานของวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยทบทวนเอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศยุโรปพบว่า

ข้อจำกัดของการดำเนินการวิสาหกิจเพื่อสังคมคือการขาดความเข้าใจเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม ดังนั้นควรมีการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด กฎหมาย ด้านวิสาหกิจเพื่อสังคม

Nielsen & Samia (2008) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจสังคม โดยทำการศึกษาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศฟิลิปปินส์ ผลการส่งศึกษาวิจัยพบว่า การสนับสนุนด้านสวัสดิการและเงินทุนวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้แก่ การสนับสนุนของรัฐบาล การสนับสนุนจากภาคสาธารณะ โดย การสนับสนุนสำหรับเครื่องมืออุปกรณ์ โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการดำเนินวิสาหกิจเพื่อสังคม โครงการให้เงินทุนช่วยเหลือสำหรับก่อตั้งหรือพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม และการสนับสนุนจากภาคเอกชน

Joanne & Andreè (2007) ได้ศึกษาวิจัยความตั้งใจและพฤติกรรมการบริจาคให้กับองค์กรการกุศล โดยได้นำแบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) มาใช้ทำนายความตั้งใจที่จะบริจาคเงินให้กับองค์กรการกุศล โดยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 227 คนพบว่าทัศนคติ บรรทัดฐาน บรรทัดฐาน การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมและพฤติกรรมในอดีตสามารถทำนายความตั้งใจที่จะบริจาคเงินให้กับองค์กรการกุศล และพฤติกรรมการบริจาคเงินให้กับองค์กรการกุศล

Lyon & Ramsden (2006) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม กรณีศึกษาความต้องการการได้รับการสนับสนุน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบและประเมินตัวชี้วัดวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยทำการศึกษาวิสาหกิจชุมชนที่มีดำเนินการอยู่แล้ว 11 แห่ง และวิสาหกิจเพื่อสังคมที่กำลังเริ่มดำเนินการ 4 แห่ง ในพื้นที่เมืองคาร์บี และเมืองน็อตติงแฮม ประเทศอังกฤษ ทั้งในด้านการสนับสนุน โครงสร้างองค์กร และโครงสร้างทางกฎหมาย ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมเกิดความสับสนเกี่ยวกับประเภทการสนับสนุนด้านเงินทุน ซึ่งทำให้เกิดความซ้ำซ้อนและการแข่งขันของวิสาหกิจเพื่อสังคม

Othmar & Alex (2014) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการเงินเพื่อสังคมและการระดมทุนสาธารณะสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนานวัตกรรมสำหรับการลงทุนเพื่อผลกระทบทางสังคมรูปแบบใหม่ แผนการศึกษาดังกล่าวได้รวมถึงข้อควรพิจารณาเกี่ยวกับความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนและสิทธิทางกฎหมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการใช้ประโยชน์จากกองทุนสาธารณะและการกุศลในการระดมทุนสาธารณะ สิทธิทางกฎหมายนี้ได้เป็นสัญญาณเชิงบวกที่

แข็งแกร่งสำหรับนักลงทุน โดยเฉพาะการลดหย่อนภาษีของรัฐบาล (Tax Relief) และการกำกับประกันจากกองทุนเพื่อการกุศล พบว่าเป็นสิ่งจูงใจเพิ่มเติมให้กับการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

Signori & Vismara (2016) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ผลตอบแทนจากการลงทุนในการระดมทุนสาธารณะเพื่อผลตอบแทนเป็นหุ้น โดยศึกษาบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการระดมทุนในการเสนอขายหุ้นเริ่มต้นบนแพลตฟอร์ม Crowdcube ของสหราชอาณาจักรตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง 2011 ถึง 2015 จำนวน 212 บริษัท ผลการศึกษาพบว่า 10% ของ บริษัทเหล่านี้ล้มเหลว ในขณะที่ 30% เคยประสบความสำเร็จในการเสนอขายหุ้นที่มีตั้งแต่หนึ่งรายการขึ้นไปไม่ว่าจะในรูปแบบของการอัดฉีดหุ้นเอกชน (22%) การเสนอขายที่ตามมาบนแพลตฟอร์มเดียวกัน (10%) หรือตามเป้าหมายในการรวบรวมหรือซื้อกิจการ (1%) ซึ่งผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับต่อปีสำหรับนักลงทุนเริ่มต้นคือ 8.8% ผลการวิจัยยังพบว่าแรงจูงใจทางภาษีมีความสำคัญต่อการลงทุน บริษัทที่ได้รับประโยชน์จากการภาษี SEIS มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในการระดมทุน

Casaló, Flavián & Guinalú (2010) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความตั้งใจของผู้บริโภคในการมีส่วนร่วมในชุมชนการท่องเที่ยวออนไลน์โดยใช้แบบจำลองที่รวมเอาทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน การยอมรับเทคโนโลยี และทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคมเข้าด้วยกัน ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติและความสามารถในการควบคุมส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจ และความตั้งใจส่งผลต่อเจตนาทางพฤติกรรม

Hsu, Yen, Chiu, & Chang (2006) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยใช้แบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน และเพิ่มเติมแบบจำลองทฤษฎีความสอดคล้องกับความคาดหวัง (Expectation Disconfirmation Theory: EDT) ผลการศึกษาพบว่า ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติ อิทธิพลภายนอก อิทธิพลภายใน ความพึงพอใจ และความสามารถในการควบคุม มีผลทางบวกต่อการซื้อสินค้าออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 2.3 การสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตัวแปร (ต่อ)

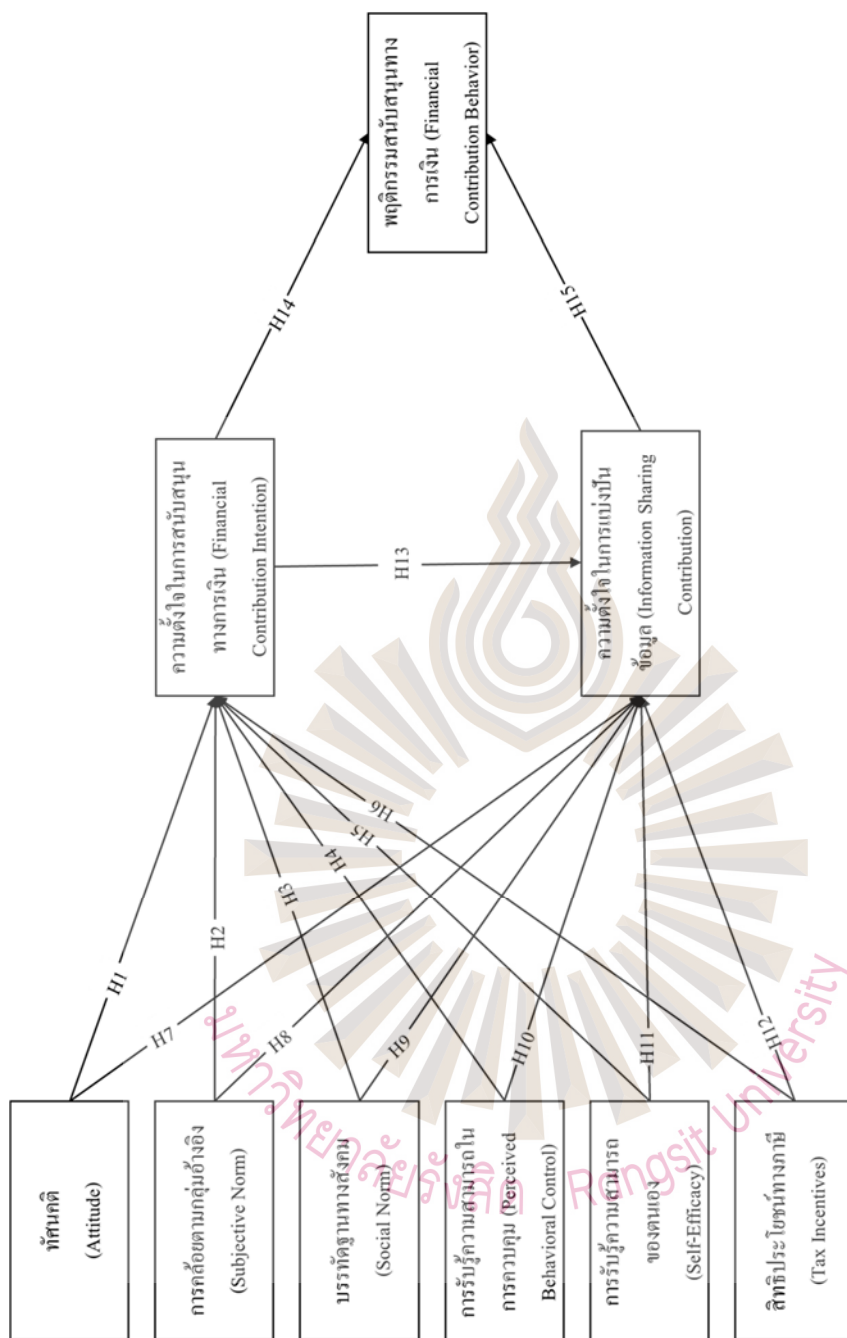
ที่	ตัวแปร	วิสาหกิจเพื่อสังคม	ทัศนคติ	การคัดลอกตามกลุ่มอ้างอิง	บรรทัดฐานทางสังคม	การรับรู้ความสามารถในการ	การรับรู้ความสามารถตน	ความตั้งใจ	ภาษี กฎหมาย	พฤติกรรมการสนับสนุน	การระดมทุนสาธารณะ
นักวิจัย											
9	Lucica & Ani (2014)	/						/	/		
10	Van der Linden (2011)	/	/	/	/	/	/	/		/	
11	Galera & Borzaga (2009)	/							/		
12	Nielsen & Samia (2008)	/								/	
13	Joanne & Andreè (2007)	/	/		/			/		/	
14	Lyon & Ramsden (2006)	/								/	
15	Othmar & Alex (2014)	/							/	/	/
16	Signori & Vismara (2016)								/	/	/

ตารางที่ 2.3 การสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องตัวแปร (ต่อ)

ที่	ตัวแปร	วิสาหกิจเพื่อสังคม	ทัศนคติ	การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	บรรทัดฐานทางสังคม	การรับรู้ความสามารถในการ	การรับรู้ความสามารถตนเอง	ความตั้งใจ	ภานี ภูมิหาย	พฤติกรรมสนับสนุน	การระดมทุนสาธารณะ
นักวิจัย											
17	Casaló et al., (2010)	/	/			/		/		/	
18	Hsu, Yen, Chiu & Chang (2006)	/	/			/		/		/	
	รวม	15	10	8	6	9	5	12	6	15	6

2.6 การพัฒนากรอบแนวความคิด

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาอิทธิพลระหว่างตัวแปรแต่ละตัวอันได้แก่ ตัวแปรต้น คือ ทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง และสิทธิประโยชน์ทางภานี ตัวแปรกั้นกลาง คือ ความตั้งใจสนับสนุนทางการเงิน และความตั้งใจแบ่งปันข้อมูล ส่วนตัวแปรตามคือ พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน นำไปสู่การสร้างกรอบแนวความคิดงานวิจัยดังนี้



รูปที่ 2.5 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

ตารางที่ 2.4 ชื่อภาษาไทย ชื่อภาษาอังกฤษ อักษรย่อของตัวแปร

ชื่อภาษาไทยของตัวแปร	ชื่อภาษาอังกฤษของตัวแปร	อักษรย่อ
ทัศนคติ	Attitude	ATT
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	Subjective Norm	SBN
บรรทัดฐานทางสังคม	Social Norm	SCN
การรับรู้ความสามารถในการควบคุม	Perceived Behavioral Control	PBC
การรับรู้ความสามารถของตนเอง	Self-Efficacy	SLE
สิทธิประโยชน์ทางภาษี	Tax Incentives	TAX
ความตั้งใจสนับสนุนทางการเงิน	Financial Contribution Intention	FCI
ความตั้งใจแบ่งปันข้อมูล	Information Sharing Intention	ISI
พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน	Financial Contribution Behavior	FCB

จากกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยพัฒนากรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยในรูปแบบโมเดลแบบจำลองโครงสร้าง (Structural Equation Model) ซึ่งมีตัวแปรแฝง (Latent Variables) และตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) โดยนำเสนอโมเดลแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยสัญลักษณ์ที่ใช้ในภาพ มีความหมายดังนี้

- 
 หมายถึง ตัวแปรแฝงทัศนคติ
- 
 หมายถึง ตัวแปรแฝงการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง
- 
 หมายถึง ตัวแปรแฝงบรรทัดฐานทางสังคม
- 
 หมายถึง ตัวแปรแฝงการรับรู้ความสามารถในการควบคุม
- 
 หมายถึง ตัวแปรแฝงการรับรู้ความสามารถของตนเอง

TAX	หมายถึง ตัวแปรแฝงสิทธิประโยชน์ทางภาษี
FCI	หมายถึง ตัวแปรแฝงความตั้งใจสนับสนุนทางการเงิน
ISI	หมายถึง ตัวแปรแฝงความตั้งใจแบ่งปันข้อมูล
FCB	หมายถึง ตัวแปรแฝงพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน
ATT1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความเห็นในเชิงบวกเกี่ยวกับการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
ATT2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันน่าจะรู้สึกดีที่มีส่วนร่วมในการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
ATT3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันคิดว่าฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
ATT4	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันพอใจในการมีส่วนร่วมในการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
ATT5	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันคิดว่าการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะ ของวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นประโยชน์สำหรับฉัน
SBN1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้คนที่มีความสำคัญสำหรับฉันคิดว่าฉันควรมีส่วน ร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
SBN2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้คนที่ใกล้ชิดฉันสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการ ระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
SBN3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้คนที่มีอิทธิพลกับฉันที่ฉันให้ความเคารพ สนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจ เพื่อสังคม
SBN4	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้คนที่ใกล้ชิดฉันเห็นด้วยกับการที่ฉันมีส่วนร่วมใน การระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
SCN1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันอ่าน/เห็นข่าว/การแชร์ข้อมูลที่มีการแนะนำว่า การมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะเป็นวิธีที่ดีในการ สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่น่าสนใจ

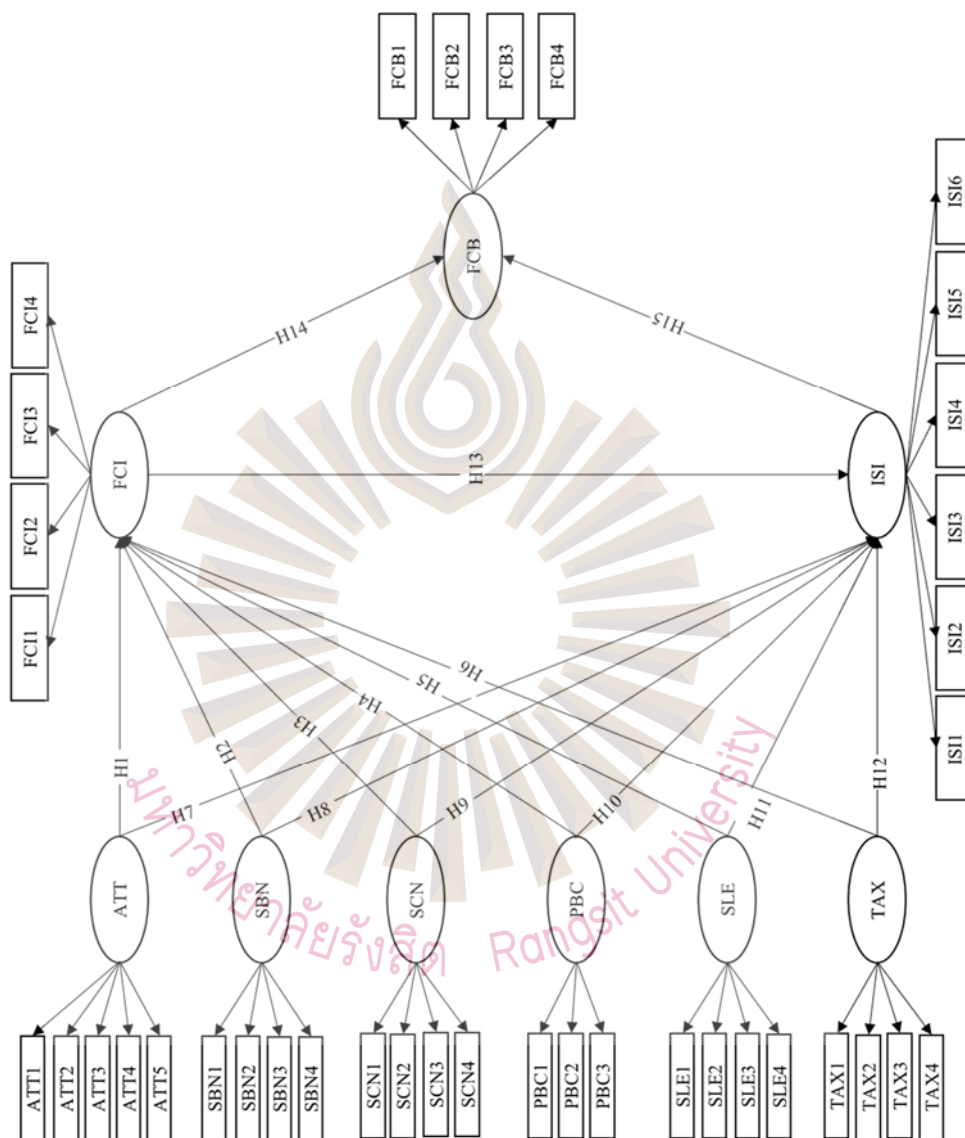
SCN2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้สื่อยอดนิยมแสดงให้ฉันเห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
SCN3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแสดงให้ฉันเห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
SCN4	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้การที่ฉันเห็นคนจำนวนมากสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม ทำให้ฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วย
PBC1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันสามารถมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ (ถ้าฉันต้องการ)
PBC2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้การตัดสินใจที่จะมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมมาจากตัวฉันเองทั้งหมด
PBC3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้การที่ฉันจะมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือไม่ขึ้นอยู่กับตัวฉัน
SLE1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมั่นใจในความสามารถของฉันในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
SLE2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความชำนาญมากพอในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
SLE3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการใช้โซเชียลมีเดีย/เว็บไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้
SLE4	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านโซเชียลมีเดีย/เว็บไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้
TAX1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเช่นนี้จะทำให้ฉันรู้สึกดีต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
TAX2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นสิ่งที่

TAX3	<p>น่าสนใจสำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม</p> <p>หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีทำให้ฉันต้องการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม</p>
TAX4	<p>หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจะมีประโยชน์สำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม</p>
FCI1	<p>หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ถ้าฉันมีโอกาส ฉันคาดว่าจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม</p>
FCI2	<p>หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ถ้าฉันมีโอกาสในอนาคต ฉันตั้งใจจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม</p>
FCI3	<p>หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้มีแนวโน้มว่าฉันจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในอนาคตอันใกล้</p>
FCI4	<p>หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความตั้งใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างแน่นอน</p>
ISI1	<p>หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักบ่อยขึ้นในอนาคต</p>
ISI2	<p>หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนบ่อยขึ้นในอนาคต</p>
ISI3	<p>หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ</p>
ISI4	<p>หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ</p>
ISI5	<p>หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น</p>

ISI6	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนด้วยวิธีที่มี ประสิทธิภาพมากขึ้น
FCB1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่าน การระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
FCB2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมบ่อยครั้ง
FCB3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่าน การระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในเร็ว ๆ นี้
FCB4	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่าน การระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ
→	หมายถึง สัมประสิทธิ์ถดถอยจากตัวแปรสาเหตุที่มีต่อตัวแปรผลลัพธ์



จากข้อมูลตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้ ร่วมกับการพัฒนากรอบแนวความคิด สามารถนำมาสู่การสร้างเป็นโมเดลเชิงสาเหตุตามสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แสดงถึงภาพประกอบดังต่อไปนี้



รูปที่ 2.6 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแสดงสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม
ที่มา: ผู้วิจัย

2.7 การกำหนดสมมติฐานการวิจัย

จากการกรอบแนวคิดที่นำเสนอในข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานของการวิจัยในครั้งนี้อย่างต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านทัศนคติ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านทัศนคติ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 13 ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 14 ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

สมมติฐานที่ 15 ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

- 3.1 รูปแบบการศึกษา
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 การวัดตัวแปร และค่านิยามตัวแปร
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย
- 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 รูปแบบการศึกษา

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical Research) การวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ด้วยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเวลาเดียวกัน (Cross-Sectional Design) และใช้ผู้ที่เคยลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยผ่านการระดมทุนสาธารณะ เป็นหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการทบทวนวรรณกรรมหรือบทความทางวิชาการจากฐานข้อมูล ร่วมกับการค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร บทความ งานวิจัย ตลอดจนข้อมูล

จากเว็บไซต์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 สร้างเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำเครื่องมือดังกล่าวไปดำเนินการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเรียบร้อยแล้ว

ขั้นตอนที่ 4 นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในขั้นตอนที่ 3 มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ และทำสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเชิงสถิติพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยลงทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ได้แก่ ผู้ที่เคยลงทุนในบริษัทธรรมธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนผู้ถือหุ้นอยู่ 11,000 คน (บริษัทธรรมธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม, 2563) ดังนั้นหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ในงานวิจัยนี้ คือ ผู้ที่เคยลงทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

3.2.2 ขนาดตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ จะใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างในการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างตาม Hair et al., (2010) ที่ได้แนะนำว่าขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยควรมีขนาดตัวอย่าง 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ในงานวิจัยนั้นๆ ซึ่งจากการประเมินโมเดลตามกรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้พบว่า มีตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 38 ตัวแปร ดังนั้นขนาดตัวอย่างจึงควรมีอย่างน้อยเท่ากับ 380 คน แต่เนื่องจากการตอบกลับจากประชากรที่ได้รับแบบสอบถามจำนวน 1527 คน จึงใช้จำนวน 1527 เป็นขนาดตัวอย่างของงานวิจัย

3.2.3 การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยทราบขอบเขตและจำนวนของประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงทำการส่งแบบสอบถามให้กลุ่มประชากรทั้งหมดจำนวน 11,000 คน เพื่อตอบกลับ โดยไม่มีการสุ่มตัวอย่างในการส่งแบบสอบถาม แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้นจำนวน 1527 คน หน่วยตัวอย่างที่ใช้คำนวณค่าทางสถิติของงานวิจัยนี้จึงเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

3.3 การวัดตัวแปร และค่านิยมตัวแปร

การศึกษาในครั้งนี้แบ่งตัวแปรออกเป็น 3 กลุ่มตัวแปร คือ ตัวแปรอิสระ ตัวแปรคั่นกลาง และตัวแปรตาม โดยมีรายละเอียดของนิยามเชิงปฏิบัติการ และการวัดตัวแปรแต่ละส่วน ดังนี้

3.3.1 การวัดตัวแปรอิสระ

การวัดตัวแปรอิสระของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ (1) ทักษะคติ (Attitude) (2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) (3) บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norms) (4) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived Behavioral Control) (5) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) (6) สิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentives) โดยมีรายละเอียดของนิยามเชิงปฏิบัติการ และมาตรวัดตัวแปรมีดังนี้

1) ทักษะคติ (Attitude) หมายถึงการประเมินความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิด ที่บุคคลมีต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งอาจเป็นในทางบวกหรือลบก็ได้ (Ajzen, 1991) มีข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ โดยปรับแก้มาจาก Hsu et al. (2006), Hsu & Lin (2008) มีรายละเอียดดังนี้

- 1.1) ฉันมีความเห็นในเชิงบวกเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
- 1.2) ฉันน่าจะรู้สึกดีที่มีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
- 1.3) ฉันคิดว่าฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

- 1.4) ฉันพอใจในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
- 1.5) ฉันคิดว่าการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นประโยชน์สำหรับฉัน

2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) หมายถึงการรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งกลุ่มอ้างอิงนั้นจะมีอิทธิพลต่อการกระทำของบุคคลนั้น เช่น ครอบครัว หรือ เพื่อน โดยความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิงจะผลักดันให้บุคคลนั้นๆ สนับสนุนหรือไม่สนับสนุนการกระทำนั้น (Ajzen, 1991) มีข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ โดยปรับแก้มาจาก Hsu et al. (2006), Hsu & Lin (2008), Kim et al. (2019). มีรายละเอียดดังนี้

- 2.1) คนที่มีความสำคัญสำหรับฉันคิดว่าฉันควรมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
- 2.2) คนที่ใกล้ชิดฉันสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
- 2.3) คนที่มีอิทธิพลกับฉันที่ฉันให้ความเคารพสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
- 2.4) คนที่ใกล้ชิดฉันเห็นด้วยกับการที่ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

3) บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norm) หมายถึง แรงกดดันจากสังคมที่บุคคลมีส่วนร่วมอยู่ในสังคมนั้น ส่งผลให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือเปลี่ยนพฤติกรรมของตนอันเนื่องมาจากความกดดันจากสังคม (Ajzen & Fishbein, 2005) มีข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ โดยปรับแก้มาจาก Hsu and Chiu (2004) มีรายละเอียดดังนี้

- 3.1) ฉันอ่าน/เห็นข่าว/การแชร์ข้อมูลที่มีการแนะนำว่า การมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะเป็นวิธีที่ดีในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่น่าสนใจ

3.2) สื่อขอยอดนิยมแสดงให้ฉันเห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

3.3) ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแสดงให้ฉันเห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

3.4) การที่ฉันเห็นคนจำนวนมากสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม ทำให้ฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วย

4) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived Behavioral Control) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลต่อความสะดวกหรือความยากลำบากต่อการแสดงพฤติกรรมในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมถึงความสามารถในการควบคุมให้พฤติกรรมนั้นเป็นไปอย่างที่ตั้งใจได้ (Ajzen, 1991) มีข้อคำถามทั้งหมด 3 ข้อ โดยปรับแก้มาจาก Wu and Chen (2005), Hsu et al., (2006), Casaló et al., (2010) มีรายละเอียดดังนี้

4.1) ฉันสามารถมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ (ถ้าฉันต้องการ)

4.2) การตัดสินใจที่จะมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมมาจากตัวฉันเองทั้งหมด

4.3) การที่ฉันจะมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือไม่ นั้นขึ้นอยู่กับตัวฉัน

5) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) หมายถึงความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับความสามารถของตนต่อการพิจารณาความสำเร็จในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม และความคาดหวังของผลลัพธ์ของการกระทำนั้น (Bandura, 1986) มีข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ โดยปรับแก้มาจาก Cheung & Lee (2012), Hsu et al., (2006) มีรายละเอียดดังนี้

5.1) ฉันมั่นใจในความสามารถของฉันในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

5.2) ฉันมีความชำนาญมากพอในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

5.3) ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการใช้โซเชียลมีเดีย/เว็ปไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้

5.4) ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านโซเชียลมีเดีย/เว็ปไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้

6) สิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentives) การให้สิทธิลดหย่อนภาษีเงินได้ให้แก่ผู้ที่ลงทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม มีข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ โดยปรับแก้มาจาก Wang, Li & Zhao (2017) มีรายละเอียดดังนี้

6.1) ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเช่นนี้จะทำให้ฉันรู้สึกดีต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

6.2) ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

6.3) ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีทำให้ฉันต้องการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

6.4) ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจะมีประโยชน์สำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

3.3.2 การวัดตัวแปรคั่นกลาง

ตัวแปรคั่นกลางของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ (1) ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Intention) และ (2) ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (Information Sharing Intention) โดยมีรายละเอียดของนิยามเชิงปฏิบัติการ และมาตรวัดตัวแปรมีดังนี้

1) ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Intention) หมายถึง ความตั้งใจของบุคคลที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ โดยปรับแก้มาจาก Pavlou (2003) และ Algesheimer et al., (2005) มีรายละเอียดดังนี้

1.1) ถ้าฉันมีโอกาส ฉันคาดว่าจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

1.2) ถ้าฉันมีโอกาสในอนาคต ฉันตั้งใจจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

1.3) มีแนวโน้มว่าฉันจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในอนาคตอันใกล้นี้

1.4) ฉันมีความตั้งใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างแน่นอน

2) ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (Information Sharing Intention) หมายถึง ความตั้งใจของบุคคลที่จะแบ่งปันข้อมูลเรื่องการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมให้แก่เครือข่ายทางสังคมและวิชาชีพของพวกเขา มีข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ โดยปรับแก้มาจาก Cheung & Lee (2012) มีรายละเอียดดังนี้

2.1) ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักบ่อยขึ้นในอนาคต

2.2) ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนบ่อยขึ้นในอนาคต

2.3) ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ

2.4) ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ

2.5) ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.6) ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.3.3 การวัดตัวแปรตาม

ตัวแปรตามของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ (1) พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Behavior) โดยมีรายละเอียดของนิยามเชิงปฏิบัติการ และมาตรวัดตัวแปรมีดังนี้

1) พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ โดยปรับแก้มาจาก Yoo, Sanders, & Moon (2013), Kim, & Hall (2019) มีรายละเอียดดังนี้

1.1) ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

1.2) ฉันสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมบ่อยครั้ง

1.3) ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในเร็ว ๆ นี้

1.4) ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็น สำหรับผู้ที่เคยลงทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม ต่อปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น

ตามกรอบแนวความคิดจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องการระดมทุน สาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยแบ่งเป็น 10 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบ และเติมคำใน ช่องว่าง จำนวน 10 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ย อาชีพ จำนวน ครั้งในการสนับสนุนทางการเงินในวิสาหกิจเพื่อสังคม ช่องทางใดที่ท่านเคยใช้ในการติดต่อเพื่อ ลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม จำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะใน วิสาหกิจเพื่อสังคม และจำนวนเงินรวมทั้งหมดที่เคยสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจ เพื่อสังคม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการสนับสนุนทาง การเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยผู้วิจัยปรับใช้มาตรวัดของ Hsu and Lin (2008) และ Hsu et al., (2006) ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Interval Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการประเมินดังต่อไปนี้

- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง เฉยๆ
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มีต่อการ สนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยผู้วิจัย ปรับใช้มาตรวัดของ Hsu and Lin (2008) และ Hsu et al., (2006) ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วน ประเมินค่า (Interval Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการประเมินดังต่อไปนี้

- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง เฉยๆ
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยผู้วิจัยปรับใช้มาตรวัดของ Hsu & Chiu (2004) ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Interval Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการประเมินดังต่อไปนี้

- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง เฉยๆ
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยผู้วิจัยปรับใช้มาตรวัดของ Casaló et al., (2010) และ Hsu et al., (2006) ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Interval Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการประเมินดังต่อไปนี้

- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง เฉยๆ
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยผู้วิจัยปรับใช้มาตรวัดของ Cheung & Lee (2012) และ Hsu & Chiu (2004) ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Interval Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการประเมินดังต่อไปนี้

- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง เฉยๆ
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 7 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสิทธิประโยชน์ทางภาษี ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยผู้วิจัยปรับใช้มาตรวัดของ Wang, Li & Zhao (2017) ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Interval Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการประเมินดังต่อไปนี้

- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง เฉยๆ
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 8 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินต่อการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยผู้วิจัยปรับใช้มาตรวัดของ Pavlou (2003) และ Algesheimer et al., (2005) ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Interval Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการประเมินดังต่อไปนี้

- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง เฉยๆ
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 9 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยผู้วิจัยปรับใช้มาตรวัดของ Cheung & Lee (2012) ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Interval Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการประเมินดังต่อไปนี้

- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง เฉยๆ
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 10 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมที่จะสนับสนุนทางการเงิน ในการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยผู้วิจัยปรับใช้มาตรวัดของ Yoo, Sanders & Moon (2013) ข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Interval Scale) 5 ระดับ มีรายละเอียดการประเมินดังต่อไปนี้

- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง เฉยๆ
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
1.00 – 1.49	ระดับต่ำมาก
1.50 – 2.49	ระดับต่ำ
2.50 – 3.49	ระดับปานกลาง
3.50 – 4.49	ระดับสูง
4.50 – 5.00	ระดับสูงมาก

3.5 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

3.5.1 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามนั้น เป็นการตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา การใช้ภาษา และลักษณะของข้อความที่ใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มประชากรที่จะศึกษา ซึ่งผู้วิจัยใช้ดัชนีสอดคล้อง (Index of Congruence หรือ IOC) ในการตรวจสอบความตรงของมาตรวัด ในการตรวจสอบความตรงของมาตรวัดว่าเป็นมาตรวัดของตัวเองที่ต้องการจะวัดหรือไม่ แต่ละข้อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และมีความชัดเจนของคำถามหรือไม่อย่างไร โดยผู้วิจัยจะจัดทำจดหมายจากหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต เพื่อแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ก่อนนำไปทดลองใช้ (Pre-test) โดย

ผู้ทรงคุณวุฒิจะประกอบไปด้วย ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการด้านการระดมทุนสาธารณะ และ วิชากิจเพื่อสังคม ที่มีความรอบรู้เกี่ยวกับตัวแปร และเนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ผู้วิจัย ทำการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่

- 1) ผู้ช่วยคณบดี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
- 2) รองคณบดีฝ่ายวิจัย พัฒนาและบริการวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- 3) ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต
- 4) อาจารย์ประจำสาขาการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมค้าปลีก คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
- 5) นายกสมาคมธุรกิจเพื่อสังคม

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จัดทำโดยการให้คำนิยามเชิงปฏิบัติการควบคู่กับแบบโครงสร้างข้อคำถามต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาความสอดคล้อง และให้ผู้เชี่ยวชาญระบุผลการพิจารณาลงในแบบฟอร์มที่กำหนด จากนั้นผู้วิจัยคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องโดยดูความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นที่ต้องการศึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่ท่าน และจึงนำผลของผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่านมารวมกันเพื่อกำหนดหาความตรงเชิงเนื้อหา โดยคำนวณจากความสอดคล้องระหว่างประเด็นที่ต้องการศึกษากับข้อคำถาม ดัชนีที่ใช้แสดงค่าความสอดคล้องนี้ เรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงก์และข้อคำถาม (Index of Item – Objective Congruence: IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะต้องพิจารณาตรวจสอบว่าแต่ละข้อคำถามมีความชัดเจนและสอดคล้องกับวัตถุประสงก์หรือไม่อย่างไร โดยจะต้องประเมินด้วยการแบ่งคะแนนเป็น 3 ระดับ คือ

- +1 หมายถึง มีความแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา
- 0 หมายถึง มีความไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นความสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา
- 1 หมายถึง มีความแน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา

หลังจากนั้นผู้วิจัยจะนำผลคะแนนที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิมาทำการหาค่า IOC ตามสมการ

$$IOC = \frac{\sum R}{n} \quad (3-1)$$

R หมายถึง ผลระดับคะแนนความสอดคล้องของผู้ทรงคุณวุฒิ

n หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

โดยเกณฑ์ในการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นที่ศึกษา คือ

- 1) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 แสดงว่าข้อคำถามนั้นมีค่าความเที่ยงตรงผ่านเกณฑ์ สามารถนำไปใช้ในการทดสอบก่อนการใช้งานได้
- 2) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 แสดงว่าข้อคำถามนั้นไม่ผ่านเกณฑ์ ต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไข ยังไม่สามารถนำไปใช้ในการทดสอบก่อนการใช้งานได้ (Likert, 1970)

3.5.2 การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability)

ในการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-Test) ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อทำการถ่วงน้ำหนักวัดในเบื้องต้น โดยจะใช้วิธีการทดสอบความเที่ยง (Reliability) ซึ่งเป็นการวัดตัวชี้วัดหรือข้อคำถามของตัวแปรแต่ละตัวว่ามีความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) มากน้อยแค่ไหน ในที่นี้ผู้วิจัยจะใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha Coefficient) ในการประเมินความสอดคล้องภายใน ซึ่งความเชื่อมั่นจะเป็นที่ยอมรับได้หากตัวชี้วัดเหล่านี้มีความสอดคล้องภายในตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Hair, Black, Babin & Anderson, 2014) ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป (Everitt & Skrondal, 2010) ถ้าหาตัวชี้วัดใด หรือข้อคำถามใดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานจะถูกตัดออก ทั้งนี้ ในการตรวจสอบความเที่ยง ผู้วิจัยจะตรวจสอบความเที่ยงของข้อมูลทั้ง 2 ชุด ได้แก่ 1) ข้อมูลทดลองใช้ ($n = 30$) และข้อมูลที่เก็บจริงของผู้สนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม ($n = 1527$) โดยผู้วิจัยจะใช้เกณฑ์ในการแปลค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาร์ค ดังนี้

การตรวจสอบความเที่ยงของข้อมูลทดลองใช้ ($n = 30$) จากผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของข้อมูลพบว่า ข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ 0.471 ถึง 0.936 และตัวแปรทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค ตั้งแต่ 0.788 ถึง 0.952 ผู้วิจัยจึงไม่ได้ตัดข้อคำถามใดๆออกจากตัวแปร (ดูตาราง 3.1 และภาคผนวก ฉ)

ตารางที่ 3.1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลทดลองใช้
(Pre-Test) (n = 30)

มิติหรือตัวแปร	จำนวน ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	อำนาจจำแนก รายข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของ ครอนบาค
ทัศนคติ (Attitude)	5	ATT1	.531	.788
		ATT2	.589	
		ATT3	.763	
		ATT4	.471	
		ATT5	.508	
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)	4	SBN1	.565	.847
		SBN2	.801	
		SBN3	.636	
		SBN4	.759	
บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norms)	4	SCN1	.792	.866
		SCN2	.787	
		SCN3	.559	
		SCN4	.746	
การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived Behavioral Control)	3	PBC1	.703	.885
		PBC2	.836	
		PBC3	.833	
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy)	4	SLE1	.738	.933
		SLE2	.848	
		SLE3	.880	
		SLE4	.914	

ตารางที่ 3.1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลทดลองใช้ (Pre-Test) (n = 30) (ต่อ)

มิติหรือตัวแปร	จำนวน ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	อำนาจจำแนก รายข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของ ครอนบาค
สิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentives)	4	TAX1	.800	.952
		TAX2	.936	
		TAX3	.869	
		TAX4	.933	
ความตั้งใจในการสนับสนุนทาง การเงิน (Financial Contribution Intention)	4	FCI1	.681	.906
		FCI2	.889	
		FCI3	.758	
		FCI4	.857	
ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (Information Sharing Intention)	6	ISI1	.764	.895
		ISI2	.571	
		ISI3	.716	
		ISI4	.681	
		ISI5	.866	
		ISI6	.858	
พฤติกรรมที่จะสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Behavior)	4	FCB1	.501	.839
		FCB2	.591	
		FCB3	.781	
		FCB4	.864	

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสร้างแบบสอบถามในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Google Form) และส่งแบบสอบถามให้กับผู้ที่เคยลงทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ทั้งหมดผ่านช่องทาง Line Official Account ธรรมธุรกิจ ซึ่งได้แก่ผู้ถือหุ้นบริษัทธรรมธุรกิจ วิสาหกิจ เพื่อสังคม จำกัด ทั้งหมด จำนวน 11,000 คน ในช่วงระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึง มิถุนายนพ.ศ. 2564 รวมเป็นเวลา 2 เดือน

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ทำจดหมายจากหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต เพื่อขอความอนุเคราะห์ขอการสนับสนุนประสานงานในการรวบรวมข้อมูล จากผู้จัดการทั่วไป บริษัท ธรรมธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด

ขั้นที่ 2 ส่งแบบสอบถามให้กับผู้ถือหุ้นธรรมธุรกิจผ่านช่องทาง Line Official Account ธรรมธุรกิจ ซึ่งเป็นกลุ่มของผู้ที่เคยลงทุนในบริษัทธรรมธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัดทั้งหมด 11,000 คน

ขั้นที่ 3 ติดตามผลการตอบแบบสอบถามทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ในช่วงระยะเวลาที่กำหนด และให้ได้จำนวนของตัวอย่างสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ 380 ชุด เพื่อผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ต่อไป

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.7.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

เมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบจำนวนของคำตอบที่หายไป (Missing Value) และแทนค่าของคำตอบที่ขาดหายไปของแต่ละตัวชี้วัดด้วยค่าส่วนใหญ่ของตัวชี้วัดแต่ละตัว

3.7.2 การตรวจสอบค่าที่ออกนอกกลุ่ม หรือค่าสุดโต่งแบบพหุตัวแปร (Multivariate Outlier Detection)

ค่าที่ออกนอกกลุ่ม หรือค่าสุดโต่ง คือตัวอย่างที่แตกต่างจากสมาชิกอื่นๆในกลุ่มตัวอย่างอย่างมาก หรือคือตัวอย่างที่ไม่สอดคล้องกับข้อมูลอื่นๆในกลุ่มตัวอย่างที่เหลือ อาจส่งผลให้เกิดความผิดปกติในการวัดคุณลักษณะของตัวอย่าง (Everitt & Skrondal, 2010) การตรวจสอบอาจทำได้

ทั้งในลักษณะแบบตัวแปรเดียว (Univariate) หรือแบบพหุตัวแปร (Multivariate) ซึ่งบางครั้งอาจพบว่า ไม่พบค่าที่ออกนอกกลุ่ม หรือค่าสุดโต่งในการตรวจสอบด้วยวิธีแบบตัวแปรเดียว แต่พบค่าที่ออกนอกกลุ่ม หรือค่าสุดโต่งในการตรวจสอบด้วยวิธีแบบพหุตัวแปร ดังนั้น ผู้วิจัยจะใช้วิธีการ Mahalanobis Distance ซึ่งเป็นวิธีการตรวจสอบค่าที่ออกนอกกลุ่ม หรือค่าสุดต่างชนิดพหุตัวแปร (Hair, Jr. et al. 2014) วิธีการนี้ทำได้โดย ทำการวิเคราะห์ห้ถดถอยพหุด้วยวิธี Enter จากนั้นทำการ Save ค่า Mahalanobis Distance ทั้งนี้ทำการวิเคราะห์ห้ถดถอยพหุจนครบทั้ง 3 สมการ โดยสามารถคำนวณค่าความน่าจะเป็น (Probability) จากค่า χ^2 ที่ save ไว้จากโปรแกรม SPSS โดยใช้คำสั่ง transform -> compute variable เช่น ตั้งชื่อค่าว่า ProbMH1 จากนั้นใส่สมการคำนวณค่า Probability จาก 1-CDF.CHISQ(MAH_1,3) และทำการเปรียบเทียบกับค่าเกณฑ์

เกณฑ์ในการตัดสินใจว่า เป็นค่าที่ออกนอกกลุ่ม หรือค่าสุดโต่งหรือไม่ คูได้จากค่า Probability ที่คำนวณได้เทียบกับค่านัยสำคัญที่ระดับ .001 หากค่า Probability มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ .001 แล้วถือว่า ข้อมูลชุดนั้นเป็นค่าที่ออกนอกกลุ่ม หรือค่าสุดโต่ง (Tabachnick & Fidell, 2007)

3.7.3 สถิติที่ใช้สำหรับการวิจัย

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยแต่ละข้อ แบ่งเป็น 12 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ที่เคยลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านการระดมทุนสาธารณะ ที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้เป็นค่าจำนวน และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสิทธิประโยชน์ทางภาษี ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ต่อการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมที่จะสนับสนุนทางการเงิน ในการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 11 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโมเดลการวัด (Measurement Model) ของแต่ละตัวแปรแฝง (Latent Variable) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยทำการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity)

ส่วนที่ 12 การทดสอบอิทธิพลของทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง สิทธิประโยชน์ทางภาษี ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ความตั้งใจแบ่งปันข้อมูล และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินของผู้ที่เคยลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านการระดมทุนสาธารณะ สถิติที่ใช้คือ โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model)



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ระเบียบวิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ใช้ระเบียบวิธีวิจัยในเชิงพรรณนาและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่เคยลงทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมจำนวน 1527 กลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยรายงานผลสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย (Descriptive Statistics) การแจกแจงความถี่ของข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) มีการใช้สถิติในการวิเคราะห์ประกอบด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis หรือ CFA) และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) การตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Assessment of Model Fit) โดยดัชนีที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ประกอบด้วย ดัชนีค่า Chi-Square, CMIN/df., CFI, GFI, IFI, NFI, AGFI, RMSEA และ RMR โดยเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล ประมวลผลข้อมูลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย สรุปผลงานวิจัยได้เป็น 7 ส่วน ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงของมาตรวัด

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.3 ผลวิเคราะห์เชิงพรรณนาองค์ประกอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

4.4 การวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยื่นยันโมเดลแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

4.5 การวิเคราะห์ตรวจสอบสหสัมพันธ์ตัวแปรแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

4.6 การวิเคราะห์สมการ โครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

4.7 ผลวิเคราะห์เส้นอิทธิพลสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

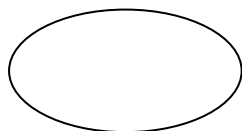
4.8 สรุปสมมติฐานแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

การกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอและการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่นำเสนอในบทที่ 4 นี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ตามด้วยผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม หลังจากนั้นจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับของวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีการกำหนดสัญลักษณ์ของโมเดลเชิงสาเหตุของเครื่องหมายที่ใช้ ดังต่อไปนี้



แทน ตัวแปรที่สังเกตได้



แทน ตัวแปรแฝง



แทน ตัวแปรความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ



แทน ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	หมายถึง	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
SD	หมายถึง	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
C.V.	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (coefficient of variation)
r.	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient)
χ^2	หมายถึง	ค่าสถิติไค-สแควร์ (chi - square)
λ	หมายถึง	น้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading)
e.	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (error) ของตัวบ่งชี้
Sig.	หมายถึง	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
df.	หมายถึง	ค่าองศาอิสระ
R^2	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสอง
**	หมายถึง	อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001
*	หมายถึง	อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
CFI	หมายถึง	ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index)
GFI	หมายถึง	ดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI)
AGFI	หมายถึง	ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ไขแล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)
RMSEA	หมายถึง	ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation)
SRMR	หมายถึง	ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน หรือ รากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual)
NFI	หมายถึง	ดัชนีความกลมกลืนประเภทเปรียบเทียบกับรูปแบบอิสระ (Normed fit index)
IFI	หมายถึง	ดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบกับรูปแบบฐาน (Incremental fit index)
CFA	หมายถึง	การวิเคราะห์ห่องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)
AVE	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้
CR.	หมายถึง	ค่าความเที่ยงรวม

ความหมายและตัวย่อของตัวแปรงานวิจัย

ATT	หมายถึง ตัวแปรแฝงทัศนคติ
SBN	หมายถึง ตัวแปรแฝงการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง
SCN	หมายถึง ตัวแปรแฝงบรรทัดฐานทางสังคม
PBC	หมายถึง ตัวแปรแฝงการรับรู้ความสามารถในการควบคุม
SLE	หมายถึง ตัวแปรแฝงการรับรู้ความสามารถของตนเอง
TAX	หมายถึง ตัวแปรแฝงสิทธิประโยชน์ทางภาษี
FCI	หมายถึง ตัวแปรแฝงความตั้งใจสนับสนุนทางการเงิน
ISI	หมายถึง ตัวแปรแฝงความตั้งใจแบ่งปันข้อมูล
FCB	หมายถึง ตัวแปรแฝงพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน
ATT1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความเห็นในเชิงบวกเกี่ยวกับการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
ATT2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันน่าจะรู้สึกดีที่มีส่วนร่วมในการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
ATT3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันคิดว่าฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
ATT4	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันพอใจในการมีส่วนร่วมในการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
ATT5	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันคิดว่าการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะ ของวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นประโยชน์สำหรับฉัน

SBN1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้คนที่มีความสำคัญสำหรับฉันคิดว่าฉันควรมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
SBN2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้คนที่ใกล้ชิดฉันสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
SBN3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้คนที่มียุทธศิลป์กับฉันที่ฉันให้ความเคารพสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
SBN4	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้คนที่ใกล้ชิดฉันเห็นด้วยกับการที่ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
SCN1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันอ่าน/เห็นข่าว/การแชร์ข้อมูลที่มีการแนะนำว่าการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะเป็นวิธีที่ดีในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่น่าสนใจ
SCN2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้สื่อออนไลน์ชมแสดงให้ฉันเห็นถึงความรู้สึกลึกซึ้งบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
SCN3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแสดงให้ฉันเห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
SCN4	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้การที่ฉันเห็นคนจำนวนมากสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม ทำให้ฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วย
PBC1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันสามารถมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ (ถ้าฉันต้องการ)
PBC2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้การตัดสินใจที่จะมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมมาจากตัวฉันเองทั้งหมด
PBC3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้การที่ฉันจะมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือไม่ขึ้นอยู่กับตัวฉัน
SLE1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมั่นใจในความสามารถของฉันในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
SLE2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความชำนาญมากพอในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

SLE3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการใช้โซเชียลมีเดียเว็บไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้
SLE4	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านโซเชียลมีเดียเว็บไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้
TAX1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเช่นนี้จะทำให้ฉันรู้สึกดีต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
TAX2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
TAX3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีทำให้ฉันต้องการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
TAX4	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจะมีประโยชน์สำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
FCI1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ถ้าฉันมีโอกาส ฉันคาดว่าจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
FCI2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ถ้าฉันมีโอกาสในอนาคต ฉันตั้งใจจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
FCI3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้มีแนวโน้มว่าฉันจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในอนาคตอันใกล้
FCI4	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความตั้งใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างแน่นอน

ISI1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักบ่อยขึ้นในอนาคต
ISI2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนบ่อยขึ้นในอนาคต
ISI3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของ วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ
ISI4	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของ วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ
ISI5	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพ มากขึ้น
ISI6	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนด้วยวิธีที่มี ประสิทธิภาพมากขึ้น
FCB1	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่าน การระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
FCB2	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมบ่อยครั้ง
FCB3	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่าน การระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในเร็ววัน
FCB4	หมายถึง ตัวแปรสังเกตได้ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่าน การระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ

เกณฑ์ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ค่า Chi-Square (χ^2 -test) ควรมีค่าน้อยกว่า 2.00 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืน
กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตามแนวคิดของ Hair et al., (2006) และ Bollen (1989) & Sorbon (1996)

ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI) การพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ โดย CFI ที่ดีควรมีค่า 0.90 ขึ้นไป แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ ผลของค่าดัชนีนี้เป็นไปตามแนวคิดของ Hair et al., (2006)

ดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) เป็นการแสดงถึงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้ด้วยโมเดล ผลของค่าดัชนีนี้เป็นไปตามแนวคิดของ Hair et al., (2006) และ Mueller (1996) ค่าที่ดีควรมีค่า 0.90 ขึ้นไป แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์

ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ไขแล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) เป็นการแสดงถึงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้ด้วยโมเดลปรับแก้ด้วยองศาความเป็นอิสระ ผลของค่าดัชนีนี้เป็นไปตามแนวคิดของ Hair et al., (2006) และ Mueller (1996) ค่าที่ดีควรมีค่า 0.90 ขึ้นไป หรือมากกว่า 0.80 ตามแนวคิดของ (Gefen et al., (15270) ถือว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์

ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยค่า RMSEA ที่ดีควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือมีค่าระหว่าง 0.05 ถึง 0.08

ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน หรือ รากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual: RMR) ควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงจะสรุปได้ว่าโมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนีความกลมกลืนประเภทเปรียบเทียบกับรูปแบบอิสระ (Normed fit index; NFI) โดยค่า NFI ที่ยอมรับได้ควรมีค่ามากกว่า 0.90 จึงแสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ ซึ่งเป็นผลของค่าดัชนีนี้เป็นไปตามแนวคิดของ Hair et al., (2006)

ดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบกับรูปแบบฐาน (Incremental fit index; IFI) ควรมีค่ามากกว่า 0.90 จึงแสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ ผลของค่าดัชนีนี้เป็นไปตามแนวคิดของ Hair et al., (2006)

4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัด

การตรวจสอบผลค่าความเที่ยงของข้อมูลที่เก็บจริง (n = 1527) เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่เก็บจริง (n = 1527) มีความเที่ยงสูง ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ความเที่ยงจากข้อมูลที่เก็บจริง (n = 1527) จากผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของข้อมูลที่เก็บจริงพบว่า ข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ .542 ถึง .925 และตัวแปรทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ตั้งแต่ .815 ถึง .961 ผู้วิจัยจึงไม่ได้ตัดข้อคำถามใด ๆ ออกจากตัวแปร (ดูตารางที่ 4.1 และภาคผนวก ก)

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลที่เก็บจริง (n = 1527)

มิติหรือตัวแปร	จำนวน ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	อำนาจจำแนก รายข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของ ครอนบาค
ทัศนคติ (Attitude)	5	ATT1	.730	0.890
		ATT2	.787	
		ATT3	.816	
		ATT4	.821	
		ATT5	.604	
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)	4	SBN1	.690	0.895
		SBN2	.744	
		SBN3	.815	
		SBN4	.834	
บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norms)	4	SCN1	.550	0.815
		SCN2	.722	
		SCN3	.697	
		SCN4	.613	
การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived Behavioral Control)	3	PBC1	.834	0.939
		PBC2	.914	
		PBC3	.877	

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) ของมาตรวัดสำหรับข้อมูลที่เก็บจริง
(n = 1527) (ต่อ)

มิติหรือตัวแปร	จำนวน ตัวชี้วัด	ตัวชี้วัด	อำนาจจำแนก รายข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของ ครอนบาค
สิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentives)	4	TAX1	.867	0.961
		TAX2	.925	
		TAX3	.915	
		TAX4	.913	
ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Intention)	4	FCI1	.811	0.898
		FCI2	.841	
		FCI3	.686	
		FCI4	.817	
ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (Information Sharing Intention)	6	ISI1	.842	0.950
		ISI2	.854	
		ISI3	.815	
		ISI4	.811	
		ISI5	.881	
		ISI6	.867	
พฤติกรรมที่จะสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Behavior)	4	FCB1	.542	0.857
		FCB2	.688	
		FCB3	.800	
		FCB4	.821	

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ การสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม ช่องทางที่เคยใช้ในการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านการระดมทุนสาธารณะ การได้รับสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม และการได้รับสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	516	33.79
	หญิง	1011	66.21
	รวม	1527	100.00
อายุ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	7	0.46
	อายุ 20 - 30 ปี	44	2.88
	อายุ 31 - 40 ปี	256	16.76
	อายุ 41 - 50 ปี	533	34.91
	อายุ 51 - 60 ปี	462	30.26
	มากกว่า 60 ปี	225	14.73
	รวม	1527	100.00
สถานภาพ	โสด	650	42.57
	สมรส	724	47.41
	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	153	10.02
	รวม	1527	100.00
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	325	21.28
	ปริญญาตรี	823	53.90
	สูงกว่าปริญญาตรี	379	24.82
	รวม	1527	100.00

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	526	34.45
	20,001 - 30,000 บาท	314	20.56
	30,001 - 40,000 บาท	212	13.88
	40,001 - 50,000 บาท	155	10.15
	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	320	20.96
	รวม	1527	100.00
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	13	0.85
	พนักงานบริษัท	360	23.58
	ข้าราชการ/ลูกจ้างรัฐ	248	16.24
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	40	2.62
	เกษตรกร	132	8.64
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	281	18.40
	รับจ้างทั่วไป	100	6.55
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	160	10.48
	อาชีพอิสระอื่นๆ	147	9.63
	ว่างงาน/เกษียณ	46	3.01
	รวม	1527	100.00
จำนวนครั้งในการ สนับสนุนทางการเงินผ่าน การระดมทุนสาธารณะของ วิสาหกิจเพื่อสังคม	จำนวน 1 - 2 ครั้ง	843	55.21
	จำนวน 3 - 5 ครั้ง	105	6.88
	จำนวน 6 - 10 ครั้ง	15	0.98
	มากกว่า 10 ครั้ง	10	0.65
	ไม่ระบุ	554	36.28
	รวม	1527	100.00

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		จำนวน	ร้อยละ
จำนวนเงินรวมทั้งหมดที่ เคยสนับสนุนการระดมทุน สาธารณะในวิสาหกิจเพื่อ สังคม	น้อยกว่า 5,000 บาท	624	40.86
	5,001 - 10,000 บาท	271	17.75
	10,001 - 30,000 บาท	218	14.28
	30,001 - 50,000 บาท	44	2.88
	50,001 - 100,000 บาท	47	3.08
	มากกว่า 100,000 บาท	44	2.88
	ไม่ระบุ	279	18.27
	รวม	1527	100.00
ช่องทางที่เคยใช้ในการ ลงทุนในวิสาหกิจเพื่อ สังคมผ่านการระดมทุน สาธารณะ	Facebook	1208	-
	LINE	730	-
	Instagram	574	-
	เว็บไซต์	180	-
(ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)			

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 1527 กลุ่มตัวอย่างในด้านเพศ ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 1011 คน คิดเป็น ร้อยละ 66.21 และเพศชาย จำนวน 516 คน คิดเป็น ร้อยละ 33.79 โดยมีอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 533 คน คิดเป็น ร้อยละ 34.91 รองลงมา อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 462 คน คิดเป็น ร้อยละ 30.26 และอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 256 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.76 และมากกว่า 60 ปี จำนวน 225 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.73 ส่วนน้อย คือ อายุ 20 - 30 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.88 น้อยสุด น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็น ร้อยละ 0.46 ส่วนมากมีสถานภาพสมรส จำนวน 724 คน คิดเป็น ร้อยละ 47.41 รองลงมา โสด จำนวน 650 คน คิดเป็น ร้อยละ 42.57 และหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 153 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.02 โดยมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 823 คน คิดเป็น ร้อยละ 53.90 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 379 คน คิดเป็น ร้อยละ 24.82 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 325 คน คิดเป็น ร้อยละ 21.28 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุด ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 526 คน คิดเป็น ร้อยละ 34.45 รองลงมา มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 320 คน คิดเป็น ร้อยละ 20.96 รองลงมา 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 314 คน คิดเป็น ร้อยละ 20.56 และ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 212 คน คิดเป็น ร้อยละ 13.88 และ 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.15 ส่วนมากอาชีพพนักงาน

บริษัท จำนวน 360 คน คิดเป็น ร้อยละ 23.58 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย จำนวน 281 คน คิดเป็น ร้อยละ 18.40 และข้าราชการ/ลูกจ้างรัฐ จำนวน 248 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.24 ส่วนน้อย พ่อบ้าน/ แม่บ้าน จำนวน 160 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.48 เกษตรกร จำนวน 132 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.64 รับจ้างทั่วไป จำนวน 100 คน คิดเป็น ร้อยละ 6.55 ส่วนน้อย คือ ว่างาน/เกษียณ จำนวน 46 คน คิดเป็น ร้อยละ 3.01 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 40 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.62 น้อยสุด นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็น ร้อยละ 0.85 จำนวนครั้งในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยส่วนมากจำนวน 1 – 2 ครั้ง จำนวน 843 คน คิดเป็น ร้อยละ 55.21 รองลงมา จำนวน 3 – 5 ครั้ง จำนวน 105 คน คิดเป็น ร้อยละ 6.88 และ จำนวน 6 – 10 ครั้ง มีจำนวน 15 คน คิดเป็น ร้อยละ 0.98 และมากกว่า 10 ครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็น ร้อยละ 0.65 และไม่ระบุจำนวน 554 คน คิดเป็น ร้อยละ 36.28 จำนวนเงินรวมทั้งหมดที่เคยสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีจำนวนน้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 624 คน คิดเป็น ร้อยละ 40.86 รองลงมา จำนวน 5,001 - 10,000 บาท มีจำนวน 271 คน คิดเป็น ร้อยละ 17.75 และ 10,001 - 30,001 บาท มีจำนวน 218 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.28 และ 50,001 - 100,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.88 จำนวน 30,001 - 50,000 บาท และ มากกว่า 100,000 บาท มีจำนวน 44 คน คิดเป็น ร้อยละ 3.08 สำหรับช่องทางที่เคยใช้ในการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านการระดมทุนสาธารณะ มากที่สุด คือ Facebook จำนวน 1208 คน คิดเป็น ร้อยละ 44.87 รองลงมา LINE จำนวน 730 คน คิดเป็น ร้อยละ 27.12 และ Instagram จำนวน 574 คน คิดเป็น ร้อยละ 21.32 และทางเว็บไซต์ จำนวน 180 คน คิดเป็น ร้อยละ 6.69

4.3 ผลวิเคราะห์เชิงพรรณนาตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ในส่วนนี้เป็นผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย มีจำนวน 9 ตัวแปร ได้แก่ ทศนคติ (ATT) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCD) ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB) สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

4.3.1 ด้านทัศนคติ (ATT)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านทัศนคติ

(n. = 1527)

ตัวย่อ	ด้านทัศนคติ	\bar{x}	SD.	แปลค่า
ATT2	ฉันน่าจะรู้สึกดีที่มีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	4.74	0.52	มากที่สุด
ATT1	ฉันมีความเห็นในเชิงบวกเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	4.68	0.57	มากที่สุด
ATT4	ฉันพอใจในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	4.66	0.60	มากที่สุด
ATT3	ฉันคิดว่าฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	4.62	0.64	มากที่สุด
ATT5	ฉันคิดว่าการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นประโยชน์สำหรับฉัน	4.45	0.79	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ย	4.63	0.52	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านทัศนคติโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.63 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายด้านมีความคิดเห็นระดับมากที่สุดทั้ง 5 ด้าน โดยมีความคิดเห็นสูงสุดในประเด็น “ฉันน่าจะรู้สึกดีที่มีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” มีค่าเฉลี่ย 4.74 รองลงมา “ฉันมีความเห็นในเชิงบวกเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” ($\bar{x} = 4.68$) “ฉันพอใจในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” ($\bar{x} = 4.66$) “ฉันคิดว่าฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” ($\bar{x} = 4.62$) และ “ฉันคิดว่าการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นประโยชน์สำหรับฉัน” ($\bar{x} = 4.45$)

4.3.2 ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

(n. = 1527)

ตัวย่อ	ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	\bar{x}	SD.	แปลค่า
SBN1	คนที่มีความสำคัญสำหรับฉันคิดว่าฉันควรมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	3.99	1.19	มาก
SBN2	คนที่ใกล้ชิดฉันสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	3.86	1.07	มาก
SBN3	คนที่มีอิทธิพลกับฉันที่ฉันให้ความเคารพสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	3.66	1.28	มาก
SBN4	คนที่ใกล้ชิดฉันเห็นด้วยกับการที่ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	3.61	1.23	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.78	1.04	มาก

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.04 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายด้านมีความคิดเห็นระดับมากทั้ง 4 ด้าน โดยมีความคิดเห็นสูงสุดในประเด็น “คนที่มีคนที่มีความสำคัญสำหรับฉันคิดว่าฉันควรมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” มีค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมา “คนที่ใกล้ชิดฉันสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” ($\bar{x} = 3.86$), “คนที่มีอิทธิพลกับฉันที่ฉันให้ความเคารพสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” ($\bar{x} = 3.66$), และ “คนที่ใกล้ชิดฉันเห็นด้วยกับการที่ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” ($\bar{x} = 3.61$)

4.3.3 ด้านบรรทัดฐานทางสังคม (SCN)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านบรรทัดฐานทางสังคม

(n. = 1527)

ตัวย่อ	ด้านบรรทัดฐานทางสังคม	\bar{X}	SD.	แปลค่า
SCN1	ฉันอ่าน/เห็นข่าว/การแชร์ข้อมูลที่มีการแนะนำว่า การมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะเป็นวิธีที่ดีในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่น่าสนใจ	4.51	0.70	มากที่สุด
SCN3	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	4.39	0.83	มากที่สุด
SCN2	สื่อออนไลน์แสดงให้เห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	4.19	0.95	มาก
SCN4	การที่ฉันเห็นคนจำนวนมากสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม ทำให้ฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วย	4.09	1.04	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.29	0.71	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านบรรทัดฐานทางสังคม โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายด้านมีความคิดเห็นระดับมากที่สุด จำนวน 2 ด้าน โดยมีความคิดเห็นสูงสุดในประเด็น “ฉันอ่าน/เห็นข่าว/การแชร์ข้อมูลที่มีการแนะนำว่า การมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะเป็นวิธีที่ดีในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่น่าสนใจ” มีค่าเฉลี่ย 4.51 รองลงมา “ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” ($\bar{X} = 4.39$) และอยู่ในระดับมาก จำนวน 2 ด้าน คือ “สื่อออนไลน์แสดงให้เห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม”

($\bar{X} = 4.19$), และ “การที่ฉันเห็นคนจำนวนมากสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม ทำให้ฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วย” ($\bar{X} = 4.09$)

4.3.4 ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม

(n. = 1527)

ตัวย่อ	ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม	\bar{X}	SD.	แปลค่า
PBC2	การตัดสินใจที่จะมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมมาจากตัวฉันเองทั้งหมด	4.53	0.72	มากที่สุด
PBC3	การที่ฉันจะมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือไม่ฉันขึ้นอยู่กับตัวฉัน	4.51	0.75	มากที่สุด
PBC1	ฉันสามารถมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ (ถ้าฉันต้องการ)	4.44	0.76	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ย	4.49	0.70	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายด้านมีความคิดเห็นระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน โดยมีความคิดเห็นสูงสุดในประเด็น “การตัดสินใจที่จะมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมมาจากตัวฉันเองทั้งหมด” มีค่าเฉลี่ย 4.53 รองลงมา “การที่ฉันจะมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือไม่ฉันขึ้นอยู่กับตัวฉัน” ($\bar{X} = 4.51$), และ “ฉันสามารถมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ (ถ้าฉันต้องการ)” ($\bar{X} = 4.44$)

4.3.5 ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง

(n. = 1527)

ตัวย่อ	ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง	\bar{X}	SD.	แปลค่า
SLE1	ฉันมั่นใจในความสามารถของฉันในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	4.17	0.93	มาก
SLE4	ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่าน โซเชียลมีเดีย/เว็บไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้	3.67	1.10	มาก
SLE3	ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการใช้โซเชียลมีเดีย/เว็บไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้	3.59	1.11	มาก
SLE2	ฉันมีความชำนาญมากพอในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	3.49	1.05	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.73	0.91	มาก

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.73 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายด้านมีความคิดเห็นระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน โดยมีความคิดเห็นสูงสุดในประเด็น “ฉันมั่นใจในความสามารถของฉันในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมา “ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่าน โซเชียลมีเดีย/เว็บไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้” ($\bar{X} = 3.67$), “ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการใช้โซเชียลมีเดีย/เว็บไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้” ($\bar{X} = 3.59$), และ “ฉันมีความชำนาญมากพอในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” ($\bar{X} = 3.49$)

4.3.6 ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี

(n. = 1527)

ตัวย่อ	ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี	\bar{X}	SD.	แปลค่า
TAX1	ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเช่นนี้จะทำให้ฉันรู้สึกดีต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	3.94	1.14	มาก
TAX2	ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	3.87	1.17	มาก
TAX4	ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจะมีประโยชน์สำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	3.79	1.20	มาก
TAX3	ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีทำให้ฉันต้องการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	3.72	1.21	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.83	1.12	มาก

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.83 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.12 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายด้านมีความคิดเห็นระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน โดยมีความคิดเห็นสูงสุดในประเด็น “ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเช่นนี้จะทำให้ฉันรู้สึกดีต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” มีค่าเฉลี่ย 3.94 รองลงมา “ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” ($\bar{X} = 3.87$), “ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษี

ได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจะมีประโยชน์สำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุน
 สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” ($\bar{X} = 3.79$), และ “ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถ
 นำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีทำให้ฉันต้องการมีส่วนร่วมในการระดม
 ทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” ($\bar{X} = 3.72$)

4.3.7 ด้านความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการ
 ระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านความตั้งใจ
 ในการสนับสนุนทางการเงิน

(n. = 1527)

ตัวย่อ	ด้านความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน	\bar{X}	SD.	แปลค่า
FCI1	ถ้าฉันมีโอกาส ฉันคาดว่าจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการ ระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	4.49	0.69	มากที่สุด
FCI2	ถ้าฉันมีโอกาสในอนาคต ฉันตั้งใจจะสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	4.49	0.68	มากที่สุด
FCI4	ฉันมีความตั้งใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างแน่นอน	4.37	0.80	มากที่สุด
FCI3	มีแนวโน้มว่าฉันจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในอนาคตอันใกล้	4.09	0.94	มาก
	ค่าเฉลี่ย	4.36	0.69	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการ
 ระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านความตั้งใจในการ
 สนับสนุนทางการเงิน โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก
 ที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายด้านมีความคิดเห็นระดับมากที่สุด จำนวน 3 ด้าน โดยมีความคิดเห็น
 สูงสุดในประเด็น “ถ้าฉันมีโอกาส ฉันคาดว่าจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะ
 ของวิสาหกิจเพื่อสังคม” และ “ถ้าฉันมีโอกาสในอนาคต ฉันตั้งใจจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการ
 ระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” มีค่าเฉลี่ย 4.49 รองลงมา “ฉันมีความตั้งใจที่จะ

สนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างแน่นอน” ($\bar{X} = 4.37$) และอยู่ในระดับมาก คือ “มีแนวโน้มว่าฉันจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในอนาคตอันใกล้” ($\bar{X} = 4.09$)

4.3.8 ด้านความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล

(n. = 1527)

ตัวย่อ	ด้านความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล	\bar{X}	SD.	แปลค่า
ISI4	ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ	4.45	0.74	มากที่สุด
ISI3	ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ	4.42	0.77	มากที่สุด
ISI6	ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น	4.32	0.80	มากที่สุด
ISI1	ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักบ่อยขึ้นในอนาคต	4.30	0.81	มากที่สุด
ISI2	ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนบ่อยขึ้นในอนาคต	4.30	0.81	มากที่สุด
ISI5	ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น	4.29	0.81	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ย	4.35	0.71	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายด้านมีความคิดเห็นระดับมากที่สุดทั้ง 6 ด้าน โดยมีความคิดเห็นสูงสุดในประเด็น

“ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ” มีค่าเฉลี่ย 4.45 รองลงมา “ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ” ($\bar{X} = 4.42$), “ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น” ($\bar{X} = 4.32$), “ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักบ่อยขึ้นในอนาคต” ($\bar{X} = 4.30$), “ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนบ่อยขึ้นในอนาคต” ($\bar{X} = 4.30$), และ “ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น” ($\bar{X} = 4.29$)

4.3.9 ด้านพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ความเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน

(n. = 1527)

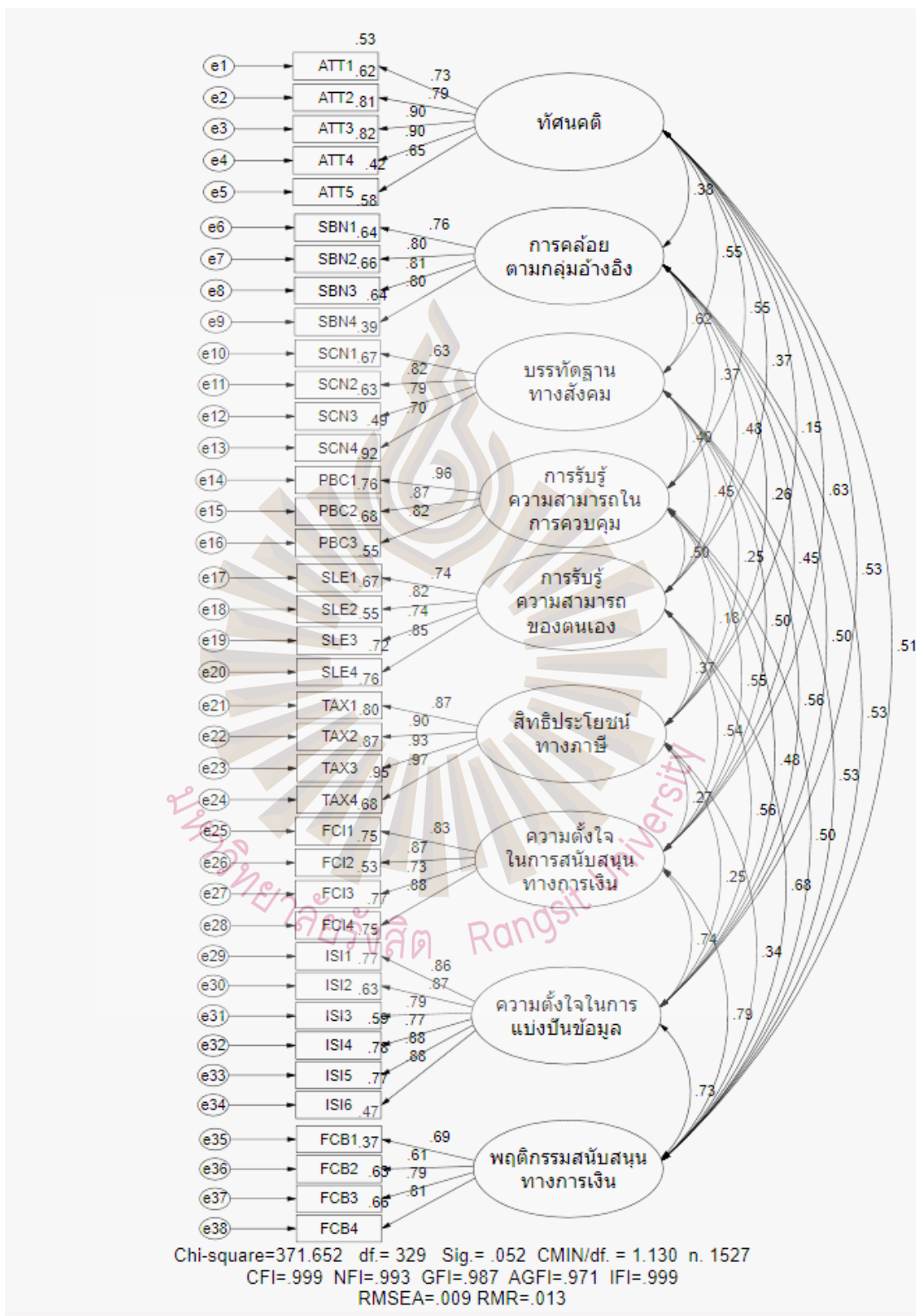
ตัวย่อ	ด้านพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน	\bar{X}	SD.	แปลค่า
FCB1	ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	4.50	0.71	มากที่สุด
FCB3	ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในเร็ว ๆ นี้	3.88	1.03	มาก
FCB4	ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ	3.86	1.03	มาก
FCB2	ฉันสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมบ่อยครั้ง	3.51	1.13	มาก
	ค่าเฉลี่ย	3.94	0.83	มาก

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ด้านพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายด้านมีความคิดเห็นระดับมากที่สุด จำนวนในประเด็น “ฉันมีความเต็มใจที่จะ

สนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม” มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาอยู่ในระดับมาก คือ “ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในเร็ววันนี้” ($\bar{X} = 3.88$), “ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ” ($\bar{X} = 3.86$), และ “ฉันสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมบ่อยครั้ง” ($\bar{X} = 3.51$)

4.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ในส่วนนี้เป็นการตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลโดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในภาพรวม (CFA) ประกอบด้วย 9 ตัวแปรแฝง ได้แก่ ทัศนคติ (ATT) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB) ซึ่งนำมาทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันองค์ประกอบเชิงยืนยัน และใช้เทคนิคการเชื่อมลูกศรระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างสองตัวแปรโดยพิจารณาจากค่า MI (Modification Indices) ผลทดสอบพบว่าแบบจำลององค์ประกอบเชิงยืนยันมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีค่า Chi – Square = 371.652 df = 329 Sig. = 0.052 > 0.05 และ CMIN/df. = 1.130 < 2.0 และมีความสอดคล้องและค่าสถิติโดยมีค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 0.999 > 0.90, ดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.987 > 0.90, ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ไขแล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.971 > 0.80, ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.009 < 0.05, ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน หรือ รากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (RMR) เท่ากับ 0.013 < 0.05, ดัชนีความกลมกลืนประเภทเปรียบเทียบกับรูปแบบอิสระ (NFI) เท่ากับ 0.993 > 0.90 และดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบกับรูปแบบฐาน (IFI) เท่ากับ 0.999 > 0.90 กล่าวได้ว่าดัชนีเหล่านี้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ซึ่งแสดงว่าโมเดลในการวัดนี้มีความเที่ยงตรง (Validity) แสดงผลดังรูปที่ 4.1 และตารางที่ 4.12



รูปที่ 4.1 องค์ประกอบเชิงยืนยันแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของ
 วิชาชีพเพื่อสังคมในประเทศไทย

ตารางที่ 4.12 ผลวิเคราะห์ค่าสถิติปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
ในประเทศไทย

ตัวแปรบ่งชี้	λ	SE.	t-value	R ²	AVE	CR.
ด้านทัศนคติ (ATT)					0.642	0.898
ATT1 (ค่าคงที่พารามิเตอร์)	0.73	-	-	53.00%		
ATT2	0.79	0.02	42.262**	62.00%		
ATT3	0.9	0.04	35.098**	82.00%		
ATT4	0.91	0.04	35.146**	82.00%		
ATT5	0.65	0.05	25.277**	42.00%		
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN)					0.63	0.87
SBN1 (ค่าคงที่พารามิเตอร์)	0.76	-	-	58.00%		
SBN2	0.8	0.04	23.515**	64.00%		
SBN3	0.81	0.04	28.686**	66.00%		
SBN4	0.8	0.05	22.565**	64.00%		
บรรทัดฐานทางสังคม (SCN)					0.545	0.826
SCN1 (ค่าคงที่พารามิเตอร์)	0.63	-	-	40.00%		
SCN2	0.82	0.07	24.195**	68.00%		
SCN3	0.79	0.06	23.764**	63.00%		
SCN4	0.7	0.08	21.708**	49.00%		
การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC)					0.785	0.916
PBC1 (ค่าคงที่พารามิเตอร์)	0.96	-	-	92.00%		
PBC2	0.87	0.02	39.393**	76.00%		
PBC3	0.82	0.02	36.457**	68.00%		
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE)					0.621	0.867
SLE1 (ค่าคงที่พารามิเตอร์)	0.74	-	-	55.00%		
SLE2	0.82	0.05	27.536**	67.00%		
SLE3	0.74	0.06	21.018**	55.00%		
SLE4	0.85	0.05	24.782**	72.00%		

ตารางที่ 4.12 ผลวิเคราะห์ค่าสถิติปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม
ในประเทศไทย (ต่อ)

ตัวแปรบ่งชี้	λ	SE.	t-value	R ²	AVE	CR.
สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX)						
TAX1 (ค่าคงที่พารามิเตอร์)	0.87	-	-	76.00%		
TAX2	0.9	0.03	36.031**	80.00%		
TAX3	0.93	0.03	34.038**	87.00%		
TAX4	0.98	0.02	55.849**	95.00%		
ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI)						
FCI1 (ค่าคงที่พารามิเตอร์)	0.83	-	-	68.00%		
FCI2	0.87	0.02	56.678**	75.00%		
FCI3	0.73	0.04	28.700**	53.00%		
FCI4	0.88	0.03	36.935**	77.00%		
ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI)						
ISI1 (ค่าคงที่พารามิเตอร์)	0.86	-	-	75.00%		
ISI2	0.88	0.01	71.388**	77.00%		
ISI3	0.79	0.02	37.179**	63.00%		
ISI4	0.77	0.02	34.762**	59.00%		
ISI5	0.88	0.02	43.948**	78.00%		
ISI6	0.88	0.02	42.259**	77.00%		
พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB)						
FCB1 (ค่าคงที่พารามิเตอร์)	0.69	-	-	47.00%		
FCB2	0.61	0.08	16.869**	37.00%		
FCB3	0.79	0.08	21.059**	63.00%		
FCB4	0.81	0.08	21.233**	66.00%		

** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ประกอบด้วย 9 ตัวแปร ได้แก่

ทัศนคติ (ATT) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB) รวมทั้งหมด 38 ตัวแปรสังเกตได้ ผลวิเคราะห์พบว่า มีน้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.61–0.98 มากกว่า 0.40 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุยกกำลังสอง (R^2) ระหว่าง 37.0% - 95.0% ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนถูกสกัดได้ (AVE) ระหว่าง 0.531 – 0.785 มากกว่า 0.50 และมีค่าความเที่ยงรวม (CR) ระหว่าง 0.674–0.884 มากกว่า 0.60 (Hair et al., 2014) ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์กล่าวได้ว่า โมเดลการวัดมีความตรงเชิงลู่เข้าที่ดีถือว่าตัวแปรมีความเป็นเอกภาพที่ดี แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝงแบบจำลององค์ประกอบเชิงยืนยันทุกตัวมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกสูง ซึ่งผลของค่าการวัดที่มีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกสูงบ่งบอกถึงความเป็นเอกภาพของตัวแปรแฝงซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ สามารถนำเข้าโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

4.5 การวิเคราะห์ตรวจสอบสหสัมพันธ์ตัวแปรแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ในส่วนนี้วิเคราะห์ตรวจสอบปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย เพื่อทดสอบว่าเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multi Collinearity) การประมวลผลข้อมูล โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ สรุปผลได้ดังนี้

4.5.1 การตรวจสอบปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวแปร

การวิเคราะห์เพื่อทำการตรวจสอบปัญหาสหสัมพันธ์ตัวแปรแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ประกอบด้วย ประกอบด้วย 9 ตัวแปร ได้แก่ ทัศนคติ (ATT) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB)

ตารางที่ 4.13 ผลการตรวจสอบปัญหาสหสัมพันธ์ตัวแปรแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดม
ทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ตัวแปรปัจจัย	ISI	FCI	TAX	SLE	PBC	SCN	SBN	FCB	ATT
ISI	1.000								
FCI	0.735**	1.000							
TAX	0.252**	0.273**	1.000						
SLE	0.559**	0.543**	0.374**	1.000					
PBC	0.478**	0.552**	0.183**	0.503**	1.000				
SCN	0.558**	0.498**	0.246**	0.448**	0.402**	1.000			
SBN	0.497**	0.446**	0.256**	0.479**	0.366**	0.622**	1.000		
FCB	0.735**	0.793**	0.342**	0.676**	0.504**	0.527**	0.527**	1.000	
ATT	0.527**	0.630**	0.145**	0.373**	0.553**	0.555**	0.379**	0.507**	1.000

** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

ผลการวิเคราะห์เพื่อทำการตรวจสอบปัญหาสหสัมพันธ์ตัวแปรแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ประกอบด้วยประกอบด้วย 9 ตัวแปร ได้แก่ ทักษะคนดี (ATT) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.145 – 0.793 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในเชิงบวกและไม่เกิน 0.90 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระมีความเป็นอิสระต่อกันไม่มีความสัมพันธ์กันมากไม่มีการควบคุมตัวแปรใดๆ ได้รับความเที่ยงตรงมีความเป็นเอกภาพตัวแปรแฝงเป็นไปตามเกณฑ์นำเข้าโมเดลแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยได้

4.5.2 การตรวจสอบการแจกแจงค่าสถิติเชิงพรรณนา

การวิเคราะห์การตรวจสอบค่าสถิติตัวแปรแบบจำลองผลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ทั้งจำนวน 9 ตัวแปรแฝง ได้แก่ ทักษะคน (ATT) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB) รวมทั้งหมด 38 ตัวแปรสังเกตได้ ดังแสดงผลดังตาราง 4.14

ตารางที่ 4.14 วิเคราะห์การตรวจสอบการแจกแจงค่าสถิติเชิงพรรณนาตัวแปรแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ตัวแปร	พิสัย	ต่ำสุด	สูงสุด	\bar{x}	SD.	ความแปรปรวน	ความเบ้	ความโด่ง
ทักษะคน (ATT)								
ATT1	3.00	2.00	5.00	4.68	0.57	0.32	-1.64	2.14
ATT2	3.00	2.00	5.00	4.74	0.52	0.27	-1.90	2.91
ATT3	3.00	2.00	5.00	4.62	0.64	0.40	-1.49	1.32
ATT4	3.00	2.00	5.00	4.66	0.60	0.36	-1.63	1.85
ATT5	4.00	1.00	5.00	4.45	0.79	0.63	-1.31	1.00
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN)								
SBN1	4.00	1.00	5.00	3.99	1.19	1.43	-1.04	0.20
SBN2	4.00	1.00	5.00	3.86	1.07	1.14	-0.62	-0.25
SBN3	4.00	1.00	5.00	3.66	1.28	1.64	-0.64	-0.58
SBN4	4.00	1.00	5.00	3.61	1.23	1.52	-0.51	-0.63
บรรทัดฐานทางสังคม (SCN)								
SCN1	4.00	1.00	5.00	4.51	0.70	0.49	-1.27	0.98
SCN2	4.00	1.00	5.00	4.19	0.95	0.91	-1.05	0.63
SCN3	4.00	1.00	5.00	4.39	0.83	0.69	-1.32	1.52
SCN4	4.00	1.00	5.00	4.09	1.04	1.08	-0.95	0.22

ตารางที่ 4.14 วิเคราะห์การตรวจสอบการแจกแจงค่าสถิติเชิงพรรณนาตัวแปรแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย (ต่อ)

ตัวแปร	พิสัย	ต่ำสุด	สูงสุด	\bar{x}	SD.	ความแปรปรวน	ความเบ้	ความโด่ง
การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC)								
PBC1	4.00	1.00	5.00	4.44	0.76	0.58	-1.20	0.89
PBC2	4.00	1.00	5.00	4.53	0.72	0.52	-1.42	1.43
PBC3	4.00	1.00	5.00	4.51	0.75	0.57	-1.60	2.50
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE)								
SLE1	4.00	1.00	5.00	4.17	0.93	0.86	-0.99	0.56
SLE2	4.00	1.00	5.00	3.49	1.05	1.10	-0.23	-0.35
SLE3	4.00	1.00	5.00	3.59	1.11	1.23	-0.42	-0.47
SLE4	4.00	1.00	5.00	3.67	1.10	1.22	-0.53	-0.34
สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX)								
TAX1	4.00	1.00	5.00	3.94	1.14	1.31	-0.83	-0.08
TAX2	4.00	1.00	5.00	3.87	1.17	1.37	-0.78	-0.22
TAX3	4.00	1.00	5.00	3.72	1.21	1.48	-0.64	-0.44
TAX4	4.00	1.00	5.00	3.79	1.20	1.45	-0.74	-0.29
ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI)								
FCI1	4.00	1.00	5.00	4.49	0.69	0.47	-1.12	0.60
FCI2	3.00	2.00	5.00	4.49	0.68	0.46	-1.10	0.45
FCI3	4.00	1.00	5.00	4.09	0.94	0.88	-0.78	0.10
FCI4	4.00	1.00	5.00	4.37	0.80	0.64	-1.10	0.57
ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI)								
ISI1	4.00	1.00	5.00	4.30	0.81	0.66	-0.91	0.18
ISI2	4.00	1.00	5.00	4.30	0.81	0.66	-0.94	0.36
ISI3	4.00	1.00	5.00	4.42	0.77	0.59	-1.13	0.56
ISI4	3.00	2.00	5.00	4.45	0.74	0.55	-1.10	0.29
ISI5	4.00	1.00	5.00	4.29	0.81	0.66	-0.89	0.18
ISI6	4.00	1.00	5.00	4.32	0.80	0.64	-0.91	0.19

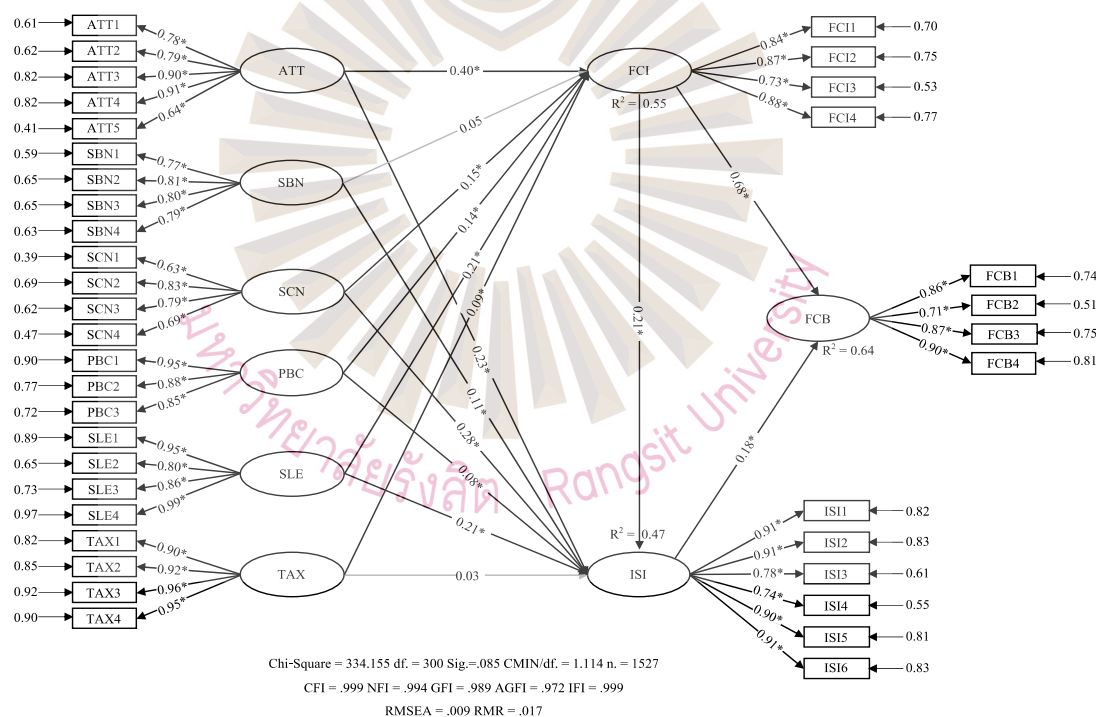
ตารางที่ 4.14 วิเคราะห์การตรวจสอบการแจกแจงค่าสถิติเชิงพรรณนาตัวแปรแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย (ต่อ)

ตัวแปร	พิสัย	ต่ำสุด	สูงสุด	\bar{X}	SD.	ความแปรปรวน	ความเบ้	ความโด่ง
พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB)								
FCB1	3.00	2.00	5.00	4.50	0.71	0.51	-1.23	0.65
FCB2	4.00	1.00	5.00	3.51	1.13	1.27	-0.30	-0.59
FCB3	4.00	1.00	5.00	3.88	1.03	1.05	-0.59	-0.31
FCB4	4.00	1.00	5.00	3.86	1.03	1.06	-0.56	-0.33

ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบค่าสถิติตัวแปรแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ทั้งจำนวน 9 ตัวแปรแฝง ได้แก่ ทักษะคนดี (ATT) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB) รวมทั้งหมด 38 ตัวแปรสังเกตได้ มีค่าพิสัยที่ 3.00 – 4.00 ค่าต่ำสุด 1.00 และสูงสุด 5.00 มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.49 – 4.74 อยู่ในเกณฑ์ระดับมากถึงมากที่สุด โดยมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) อยู่ระหว่าง 0.52 – 1.28 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีการกระจายอยู่ใกล้กับค่าเฉลี่ยโดยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานดังกล่าวมีค่าไม่เกิน 30% ของค่าเฉลี่ยและมีค่าความแปรปรวน (Variance) หรือค่ากำลังสองของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อวัดการกระจายของข้อมูลอยู่ระหว่าง 0.27 – 1.64 เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Skewness) หรือความไม่สมมาตรของการแจกแจงในภาพรวม ตัวแปรมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ขวาจนถึงเบ้ซ้าย แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรทั้งหมดมีค่าคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ย โดยมีค่าความเบ้อยู่ระหว่าง (-1.90) ถึง (-0.23) มีค่าความโด่ง (Kurtosis) มีค่าระหว่าง (-0.63) ถึง 2.91 จากผลวิเคราะห์ถือว่าตัวแปรมีความโด่งสูงกว่าโด่งปกติเล็กน้อย ซึ่งเกณฑ์ของความเบ้และความโด่งที่ยอมรับได้ได้คือโด่งมีค่าความเบ้ไม่เกิน 3.00 และ ค่าความโด่งไม่เกิน 10.00 (พูลพงษ์ สุขสว่าง, 2556) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรมีความเที่ยงความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์ห้หน้าเข้าโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยได้

4.6 การวิเคราะห์สมการโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ในส่วนนี้วิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) ของโมเดลแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยเพื่อทำการตรวจสอบความเหมาะสมและความถูกต้องของโมเดลสมการเชิงโครงสร้างและทำการปรับโมเดลให้มีความสมบูรณ์ เพื่อให้ค่าสถิติเป็นที่ยอมรับโดยวิธีเชื่อมตัวแปร Modification Indices และทำการตรวจสอบความเหมาะสมและความถูกต้องของโมเดลสมการเชิงโครงสร้างด้วยการพิจารณาค่าน้ำหนักตัวแปรและค่า R^2 เพื่อทำการตรวจสอบความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ สรุปผลดังรูปที่ 4.2 และ ตารางที่ 4.15-4.17



รูปที่ 4.2 สมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ดัชนี	เกณฑ์วัด	ผลลัพธ์	สรุป	แหล่งอ้างอิง
Chi –Square = 334.155 df. = 300.0				
Sig.	> 0.05	0.085	ตรงเกณฑ์	Hair et al. (2014), Bollen (1989) and Sorbon (1996)
CMIN/df.	< 2.0	1.114	ตรงเกณฑ์	Bollen (1989), Diamantopoulos and Siguaw (2000)
GFI	> 0.90	0.989	ตรงเกณฑ์	Hair et al. (2014), Browne and Cudeck (1993)
AGFI	> 0.80	0.972	ตรงเกณฑ์	Durande-Moreau an Usunier (1999), Harrison (2001)
NFI	> 0.90	0.994	ตรงเกณฑ์	Hair et al. (2014), Mueller (1996)
IFI	> 0.90	0.999	ตรงเกณฑ์	Hair et al. (2014), Mueller (1996)
CFI	> 0.90	0.999	ตรงเกณฑ์	Hair et al. (2014), Mueller (1996)
RMR	< 0.05	0.017	ตรงเกณฑ์	Diamantopoulos and Siguaw (2000)
RMSEA	< 0.05	0.009	ตรงเกณฑ์	Hair et al. (2014), Browne and Cudeck (1993)

จากภาพโมเดลสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยหลังจากปรับค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างสองตัวแปรโดยใช้ค่าสถิติดัชนีการปรับโมเดล (Modification Index) ผลวิเคราะห์แบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่า Chi – Square = 334.155 df = 300.0 Sig. = 0.085 > 0.05 และ CMIN/df. = 1.114 < 2.0 สอดคล้องกับตามแนวคิดของ Hair et al. (2014) และ Bollen (1989) and Sorbon (1996) ผลการวิเคราะห์จากการปรับโมเดล พบว่า ดัชนีมีความสอดคล้องและค่าสถิติเหล่านี้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ทั้ง 7 ดัชนี สรุปได้ดังนี้

1) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI) ซึ่งผลการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ 0.999 > 0.90 ผลของค่าดัชนีเป็นไปตามแนวคิดของ Hair et al. (2014) ซึ่ง CFI ที่ดีควรมีค่า 0.90 ขึ้นไป แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์

2) ดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) เป็นการแสดงถึงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้ด้วยโมเดล ซึ่งผลการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ $0.989 > 0.90$ ผลของค่าดัชนีนี้เป็นไปตามแนวคิดของ Hair et al. (2014) และ Mueller (1996) ซึ่ง GFI ที่ดีควรมีค่า 0.90 ขึ้นไป แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์

3) ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ไขแล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) เป็นการแสดงถึงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้ด้วยโมเดลปรับแก้ด้วยองศาความเป็นอิสระ โดยทั่วไปค่า AGFI มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ค่า ซึ่ง ค่า AGFI ที่ยอมรับได้ควรมีค่ามากกว่า 0.90 ซึ่งผลการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ $0.972 > 0.80$ ผลของค่าดัชนีนี้เป็นไปตามแนวคิดของ Durande-Moreau & Usunier (1999) AGFI ที่ดีควรมีค่า 0.80 ขึ้นไป แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์

4) ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยค่า RMSEA ที่ดีมากควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือมีค่าระหว่าง 0.05 ถึง 0.08 หมายถึง โมเดลค่อนข้างสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ $0.009 < 0.08$ เป็นค่า ค่า RMSEA ที่ดีมาก ผลของค่าดัชนีนี้เป็นไปตามแนวคิด ตรงตามเกณฑ์ Hair et al. (2014) และ Browne and Cudeck (1993) แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์

5) ดัชนีความกลมกลืนประเภทเปรียบเทียบที่ปรับแบบอิสระ (Normed fit index; NFI) เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยค่า NFI ที่ยอมรับได้ควรมีค่ามากกว่า 0.90 ซึ่งผลการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ $0.994 > 0.90$ ผลของค่าดัชนีนี้เป็นไปตามแนวคิดของ Hair et al. (2014) แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์

6) ดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบที่ปรับแบบฐาน (Incremental fit index; IFI) เป็นค่าดัชนีที่ทดสอบเปรียบเทียบรูปแบบทดสอบกับรูปแบบฐานที่ตัวแปรทุกตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน มีค่ามากกว่า 0.90 ซึ่งจะแสดงว่ารูปแบบทางทฤษฎีสามารถใช้อธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรได้อย่างดี โดยค่า IFI ที่ยอมรับได้ควรมีค่ามากกว่า 0.90 ซึ่งผลการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ $0.999 > 0.90$ ผลของค่าดัชนีนี้เป็นไปตามแนวคิดของ Hair et al., (2014) แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์

7) ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root Mean Square Residual: RMR) เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยค่า RMR ควรมีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งค่าที่ดีควรมีค่าเท่ากับ 0 หรือเข้าใกล้ 0 มากที่สุด ซึ่งผลการวิเคราะห์มีค่า RMR เท่ากับ $0.017 < 0.05$ ซึ่งเป็นค่า RMR ที่ดี

มาก ผลของค่าดัชนีนี้เป็นไปตามแนวคิด ตรงตามเกณฑ์ Diamantopoulos & Siguaw (2000) แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์

จากผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีทั้ง 7 ตัว มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ชี้ให้เห็นว่าสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเงื่อนไขในระดับการยอมรับทางสถิติ ประกอบด้วย ทักษะคน (ATT) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) และตัวแปรผล คือ พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB) ทุกตัวแปรนั้นมีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์การกำหนดค่าซึ่งแสดงว่าโมเดลในการวัดนี้มีความเที่ยงตรง (Validity) หรือ OK Fit Confirm สรุปผลทดสอบอิทธิพลได้ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ตัวแปร (เส้นทาง)		λ	SE.	t-value	Sig.	R ²
ความตั้งใจสนับสนุนการเงิน	<-- ทักษะคน	0.40	0.04	12.974	0.000*	55.0%
ความตั้งใจแบ่งปันข้อมูล	<-- ทักษะคน	0.23	0.05	8.458	0.000*	47.0%
ความตั้งใจสนับสนุนการเงิน	<-- การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	0.05	0.02	1.482	0.138	55.0%
ความตั้งใจแบ่งปันข้อมูล	<-- การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	0.11	0.03	3.415	0.000*	47.0%
ความตั้งใจสนับสนุนการเงิน	<-- บรรทัดฐานทางสังคม	0.15	0.04	4.787	0.000*	55.0%
ความตั้งใจแบ่งปันข้อมูล	<-- บรรทัดฐานทางสังคม	0.28	0.05	8.593	0.000*	47.0%
ความตั้งใจสนับสนุนการเงิน	<-- การรับรู้ความสามารถในการควบคุม	0.14	0.02	4.884	0.000*	55.0%

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุน
สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย (ต่อ)

ตัวแปร (เส้นทาง)		λ	SE.	t-value	Sig.	R ²
ความตั้งใจแบ่งปัน ข้อมูล	<-- การรับรู้ ความสามารถ ควบคุม	0.08	0.03	3.010	0.003*	47.0%
ความตั้งใจสนับสนุน การเงิน	<-- การรับรู้ ความสามารถ ตนเอง	0.21	0.02	7.963	0.000*	55.0%
ความตั้งใจแบ่งปัน ข้อมูล	<-- การรับรู้ ความสามารถ ตนเอง	0.21	0.02	8.419	0.000*	47.0%
ความตั้งใจสนับสนุน การเงิน	<-- สิทธิประโยชน์ ทางภาษี	0.09	0.01	3.889	0.000*	55.0%
ความตั้งใจแบ่งปัน ข้อมูล	<-- สิทธิประโยชน์ ทางภาษี	0.03	0.02	1.305	0.192	47.0%
พฤติกรรมสนับสนุน การเงิน	<-- ความตั้งใจ แบ่งปันข้อมูล	0.18	0.02	6.242	0.000*	64.0%
พฤติกรรมสนับสนุน การเงิน	<-- ความตั้งใจ สนับสนุน การเงิน	0.68	0.04	18.176	0.000*	64.0%

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุน
สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ตัวแปรประกอบด้วย ทักษะคน (ATT) การคล้อย
ตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC)
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ความตั้งใจในการ
สนับสนุนทางการเงิน (FCI) ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) และตัวแปรผล คือ พฤติกรรม
สนับสนุนทางการเงิน (FCB) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนน

มาตรฐาน ซึ่งเป็นค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่จะบ่งบอกอิทธิพลของตัวแปรนำมาสรุปผลการทดสอบเป็นรายด้านดังนี้

1) ทศนคติ (ATT) ประกอบด้วย 5 ตัวแปรสังเกตได้ (ATT1- ATT5) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.64 – 0.91 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 41.0% - 82.0% โดยทศนคติมีผลต่อสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยเป็นอิทธิพลทางตรง จำนวน 2 เส้นทาง และอิทธิพลทางอ้อม 2 เส้นทาง สรุปได้ดังนี้

1.1) ทศนคติมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.40 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.04 มีค่า t - value เท่ากับ 12.974 และค่า Sig. = 0.000 < 0.05 อธิบายอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

1.2) ทศนคติมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.23 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 มีค่า t - value เท่ากับ 8.458 และ ค่า Sig. = 0.000 < 0.05 อธิบายอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

1.3) ทศนคติมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.27 (0.40x0.68)

1.4) ทศนคติมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.04 (0.23x0.18)

2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (SBN1- SBN4) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.77 – 0.81 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 59.0% - 65.0% โดยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีผลต่อสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยเป็นอิทธิพลทางตรง จำนวน 1 เส้นทาง และ อิทธิพลทางอ้อม 1 เส้นทาง สรุปได้ดังนี้

2.1) ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.05 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.02 มีค่า t - value เท่ากับ 1.482 และค่า Sig. = 0.138 > 0.05 หรือกล่าวได้ว่า ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2.2) ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.11 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.03 มีค่า t - value เท่ากับ 3.415 และ ค่า Sig. = 0.000 < 0.05 อธิบายอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2.3) ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.02 (0.11x0.18)

3) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม (SCN) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (SCN1- SCN4) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.63 – 0.83 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 39.0% - 69.0% โดยบรรทัดฐานทางสังคมมีผลต่อสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยเป็นอิทธิพลทางตรงจำนวน 2 เส้นทาง และ อิทธิพลทางอ้อม 2 เส้นทาง สรุปได้ดังนี้

3.1) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.15 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.04 มีค่า t - value เท่ากับ 4.787 และ ค่า Sig. = 0.000 < 0.05 อธิบายอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3.2) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.28 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 มีค่า t - value เท่ากับ 8.593 และ ค่า Sig. = 0.000 < 0.05 อธิบายอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3.3) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.10 (0.15x0.68)

3.4) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.05 (0.28x0.18)

4) ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) ประกอบด้วย 3 ตัวแปรสังเกตได้ (PBC1- PBC3) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.85 – 0.95 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 72.0% - 90.0% โดยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมมีผลต่อสมการเชิง

โครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยเป็นอิทธิพลทางตรง จำนวน 2 เส้นทาง และ อิทธิพลทางอ้อม 2 เส้นทาง สรุปได้ดังนี้

4.1) ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.14 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.02 มีค่า t - value เท่ากับ 4.884 และ ค่า Sig. = 0.000 < 0.05 อธิบายอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.2) ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.08 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.03 มีค่า t - value เท่ากับ 3.010 และ ค่า Sig. = 0.003 < 0.05 อธิบายอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.3) ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.14 (0.21x0.68)

4.4) ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.01 (0.08x0.18)

5) ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (SLE1-SLE4) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.80 – 0.99 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 65.0% - 97.0% โดยการรับรู้ความสามารถของตนเองมีผลต่อสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยเป็นอิทธิพลทางตรง จำนวน 2 เส้นทาง และ อิทธิพลทางอ้อม 2 เส้นทาง สรุปได้ดังนี้

5.1) ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.21 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.02 มีค่า t - value เท่ากับ 7.963 และ ค่า Sig. = 0.000 < 0.05 อธิบายอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.2) ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.21 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.02 มีค่า t - value เท่ากับ 8.419 และ ค่า Sig. = 0.000 < 0.05 อธิบายอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.3) ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.14 (0.21×0.68)

5.4) ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.04 (0.21×0.18)

6) ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (TAX1- TAX4) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.80 – 0.99 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 65.0% - 97.0% โดยสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีผลต่อสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยเป็นอิทธิพลทางตรงจำนวน 1 เส้นทาง และ อิทธิพลทางอ้อม 1 เส้นทาง สรุปได้ดังนี้

6.1) ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.09 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.01 มีค่า t - value เท่ากับ 3.889 และ ค่า Sig. = 0.000 < 0.05 อธิบายอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

6.2) ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษีต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.03 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.02 มีค่า t - value เท่ากับ 1.305 และ ค่า Sig. = 0.192 > 0.05 หรือ ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

6.3) ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.06 (0.09×0.68)

7) ด้านความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (FCI1- FCI4) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.73 – 0.88 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 70.0% - 77.0% โดยความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน มีผลต่อสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยเป็นอิทธิพลทางตรง จำนวน 1 เส้นทาง สรุปได้ดังนี้

7.1) ด้านความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.68 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.04 มีค่า

t. - value เท่ากับ 18.176 และ ค่า Sig. = 0.000 < 0.05 อธิบายอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 64.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

8) ด้านความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) ประกอบด้วย 6 ตัวแปรสังเกตได้ (ISI1- ISI6) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.74 – 0.91 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 51.0% - 83.0% โดยความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีผลต่อสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย โดยเป็นอิทธิพลทางตรง จำนวน 1 เส้นทาง สรุปได้ดังนี้

8.1) ด้านความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.18 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.02 มีค่า t. - value เท่ากับ 6.242 และ ค่า Sig. = 0.000 < 0.05 อธิบายอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 64.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

9) ด้านพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (FCB1- FCB4) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.71 – 0.90 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 51.0% - 81.0% โดยความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีผลต่อสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

4.7 ผลวิเคราะห์เส้นอิทธิพลสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ประกอบด้วย ทักษะคนดี (ATT) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) และตัวแปรผล พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB) สรุปผลการทดสอบอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลรวมได้ดังนี้

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เส้นอิทธิพลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
ระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ตัวแปร	อิทธิพล	ความตั้งใจในการ สนับสนุนทาง การเงิน (FCI)	ความตั้งใจในการ แบ่งปันข้อมูล (ISI)	พฤติกรรม สนับสนุนทาง การเงิน (FCB)
ทัศนคติ (ATT)	อิทธิพลทางตรง	0.40	0.23	-
	อิทธิพลทางอ้อม	-	-	0.31
	อิทธิพลรวม	0.40	0.23	0.31
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN)	อิทธิพลทางตรง	-	0.11	-
	อิทธิพลทางอ้อม	-	-	0.05
	อิทธิพลรวม	-	0.11	0.05
บรรทัดฐานทางสังคม (SCN)	อิทธิพลทางตรง	0.15	0.28	-
	อิทธิพลทางอ้อม	-	-	0.15
	อิทธิพลรวม	0.15	0.28	0.15
การรับรู้ความสามารถใน การควบคุม (PBC)	อิทธิพลทางตรง	0.14	0.08	-
	อิทธิพลทางอ้อม	-	-	0.11
	อิทธิพลรวม	0.14	0.08	0.11
การรับรู้ความสามารถของ ตนเอง (SLE)	อิทธิพลทางตรง	0.21	0.21	-
	อิทธิพลทางอ้อม	-	-	0.18
	อิทธิพลรวม	0.21	0.21	0.18
สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX)	อิทธิพลทางตรง	0.09	-	-
	อิทธิพลทางอ้อม	-	-	0.07
	อิทธิพลรวม	0.09	-	0.07
ความตั้งใจในการ สนับสนุนทางการเงิน (FCI)	อิทธิพลทางตรง	-	0.49	0.68
	อิทธิพลทางอ้อม	-	-	-
	อิทธิพลรวม	-	0.49	0.68
ความตั้งใจในการแบ่งปัน ข้อมูล (ISI)	อิทธิพลทางตรง	-	-	0.18
	อิทธิพลทางอ้อม	-	-	-
	อิทธิพลรวม	-	-	0.18
R ²		55.0%	47.0%	64.0%

ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย สรุปได้ว่า พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน สูงสุด คือ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.68 รองลงมา ทักษะคดี (ATT) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.61, การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.18, ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.18, สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.07 และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.05 ตามลำดับ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ 64.00% ผลวิเคราะห์ยังพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) สูงสุด คือ ทักษะคดี (ATT) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.40 รองลงมา การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.21, บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.15, การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.14 และ สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.09 ตามลำดับ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ 55.0% นอกจากนี้ผลวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) สูงสุด คือ บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.23 รองลงมา ทักษะคดี (ATT) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.23, การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.21, การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.11 และ การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.08 ตามลำดับ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ 47.0%

4.8 สรุปสมมติฐานแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์เส้นแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ประกอบด้วยตัวแปรต้น คือ ทักษะคดี (ATT) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ตัวแปรส่งผ่าน คือ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) และตัวแปรผล คือ พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB) สามารถนำมาสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านทัศนคติ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H1 หรือ ปัจจัยด้านทัศนคติ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.40 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการปฏิเสธ H2 หรือ ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H3 หรือ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.15 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H4 หรือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.14 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H5 หรือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.21 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H6 หรือ ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.09 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านทัศนคติ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H7 หรือ ปัจจัยด้านทัศนคติ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.23 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H8 หรือ ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.11 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H9 หรือ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.28 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H10 หรือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.08 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H11 หรือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.21 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการปฏิเสธ H12 หรือ ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 13 ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H13 หรือ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.21 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 14 ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H14 หรือ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.68 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 64.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 15 ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H15 หรือ ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.18 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 64.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.18 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

สมมติฐาน	ผลทดสอบ	สัมประสิทธิ์	R ²	
H1	ปัจจัยด้านทัศนคติ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	ยอมรับ H1	0.40	55.0%
H2	ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	ปฏิเสธ H2	-	-
H3	ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	ยอมรับ H3	0.15	55.0%

ตารางที่ 4.18 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลทดสอบ	สัมประสิทธิ์	R ²	
H4	ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	ยอมรับ H4	0.14	55.0%
H5	ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	ยอมรับ H5	0.21	55.0%
H6	ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	ยอมรับ H6	0.09	55.0%
H7	ปัจจัยด้านทัศนคติ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	ยอมรับ H7	0.23	47.0%
H8	ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	ยอมรับ H8	0.11	47.0%
H9	ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	ยอมรับ H9	0.28	47.0%
H10	ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	ยอมรับ H10	0.08	47.0%

ตารางที่ 4.18 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลทดสอบ	สัมประสิทธิ์	R ²	
H11	ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	ยอมรับ H11	0.21	47.0%
H12	ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	ปฏิเสธ H12	-	-
H13	ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	ยอมรับ H13	0.21	47.0%
H14	ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	ยอมรับ H14	0.68	64.0%
H15	ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม	ยอมรับ H15	0.18	64.0%

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การนำเสนอในบทนี้ทำการสรุปผลการศึกษาทั้งหมด อภิปรายผลการวิจัย ในประเด็นที่สำคัญ เพื่อให้เห็นทัศนะของผู้วิจัยที่มีต่อประเด็นเหล่านี้ และในท้ายที่สุดเป็นการเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยจะประกอบไปด้วยหัวข้อหลักดังต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้
- 5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ผลวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 1527 กลุ่มตัวอย่าง ส่วนมากเป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.21 และเพศชาย ร้อยละ 33.79 โดยมีอายุ 41 - 50 ปี ร้อยละ 34.91 รองลงมา อายุ 51 - 60 ปี ร้อยละ 30.26 และอายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 16.76 น้อยสุด น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ส่วนมากมีสถานภาพสมรส ร้อยละ 47.41 รองลงมา โสด ร้อยละ 42.57 และหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ร้อยละ 10.02 โดยมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 53.90 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 24.82 และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 21.28 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุด ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ร้อยละ 34.45 รองลงมา มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 20.96 รองลงมา 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 20.56 ส่วนมากอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 23.58 รองลงมา ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 18.40 และข้าราชการ/ลูกจ้างรัฐ ร้อยละ 16.24 น้อยสุด นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 0.85 ส่วนมากเคยสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมจำนวน 1 - 2 ครั้ง ร้อยละ 55.21 รองลงมา จำนวน 3 - 5 ครั้ง ร้อยละ 6.88 และ จำนวน 6 - 10 ครั้ง ร้อยละ 0.98 และมากกว่า 10 ครั้ง ร้อยละ 0.65 และไม่ระบุจำนวนครั้ง ร้อยละ 36.28 จำนวนเงินในการ

สนับสนุนการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีจำนวนน้อยกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 40.86 รองลงมา จำนวน 5,000 - 10,000 บาท ร้อยละ 17.75 จำนวน 10,000 - 30,000 บาท ร้อยละ 14.28 จำนวน 50,001 - 100,000 บาท ร้อยละ 2.88 และจำนวนจำนวน 30,001 - 50,000 บาท และ มากกว่า 100,000 บาท ร้อยละ 3.08 ช่องทางที่เคยใช้ในการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านการระดมทุนสาธารณะ มากที่สุด คือ Facebook ร้อยละ 44.87 รองลงมา LINE ร้อยละ 27.12 และ Instagram ร้อยละ 21.32 และทางเว็บไซต์ ร้อยละ 6.69 ตามลำดับ

5.1.2 การสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยเรียงตามลำดับของวัตถุประสงค์การวิจัยโดยรายงานสมมุติฐานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้แก่ ทักษะคิด การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง และสิทธิประโยชน์ทางภาษี

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างพบว่า ปัจจัยด้านทักษะคิด บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง และสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ในขณะที่ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้แก่ ทักษะคิด การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง และสิทธิประโยชน์ทางภาษี

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างพบว่า ปัจจัยด้านทักษะคิด การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเองมี

อิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล ในขณะที่ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม ได้แก่ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน และความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพบว่า ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน และความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ อิทธิพลของทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง สิทธิประโยชน์ทางภาษี ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะ เพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลวิจัยองค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีค่า Chi – Square = 371.652 df = 329 Sig. = 0.052 > 0.05 และ CMIN/df. = 1.130 < 2.0 และมีความสอดคล้องและค่าสถิติโดยมีค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 0.999 > 0.90, ดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.987 > 0.90, ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ไขแล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.971 > 0.80, ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.009 < 0.05, ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน หรือ รากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (RMR) เท่ากับ 0.013 < 0.05, ดัชนีความกลมกลืนประเภทเปรียบเทียบกับรูปแบบอิสระ (NFI) เท่ากับ 0.993 > 0.90 และดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบกับรูปแบบฐาน (IFI) เท่ากับ 0.999 > 0.90 มีน้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.61–0.98 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสอง (R^2) ระหว่าง 37.0% - 95.0% ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนถูกสกัดได้ (AVE) ระหว่าง 0.531 – 0.785 และมีค่าความเที่ยงรวม (CR)

ระหว่าง 0.674–0.884 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.145 – 0.793 มีค่าพิสัยที่ 3.00 – 4.00 ค่าต่ำสุด 1.00 และสูงสุด 5.00 มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.49 – 4.74 อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) อยู่ระหว่าง 0.52 – 1.28 มีค่าความแปรปรวน (Variance) ระหว่าง 0.27 – 1.64 มีค่าความเบี่ยงอยู่ระหว่าง (-1.90) ถึง (-0.23) มีค่าความโด่ง (Kurtosis) มีค่าระหว่าง (-0.63) ถึง 2.91 ซึ่งสรุปได้ว่าตัวแปรมีความเที่ยงความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์นำเข้าโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยได้

ผลวิจัยสมการโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี กล่าวคือ มีค่า Chi – Square เท่ากับ 334.155 df เท่ากับ 300.0 Sig. เท่ากับ .085 > 0.05 และ CMIN/df. เท่ากับ 1.114 < 2.0 สอดคล้องกับตามแนวคิดของ Hair et al. (2014), Bollen (1989) and Sorbon (1996) มีค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI) เท่ากับ 0.999 > 0.90 ดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) เท่ากับ 0.989 > 0.90 ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ไขแล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.972 > 0.80 ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.009 < 0.08 ดัชนีความกลมกลืนประเภทเปรียบเทียบกับรูปแบบอิสระ (Normed Fit Index; NFI) มีค่าเท่ากับ 0.994 > 0.90 ดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบกับรูปแบบฐาน (Incremental Fit Index; IFI) มีค่าเท่ากับ 0.999 > 0.90 ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root Mean Square Residual: RMR) เท่ากับ 0.017 < 0.05 ซึ่งกล่าวได้ว่าโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์สรุปผลวิเคราะห์เป็นรายด้านได้ดังนี้

1) ด้านทัศนคติ (ATT) ประกอบด้วย 5 ตัวแปรสังเกตได้ (ATT1- ATT5) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.64 – 0.91 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 41.0% - 82.0% โดยด้านทัศนคติมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.40 มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% รองลงมาอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.23 มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และด้านทัศนคติมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการ

สนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.27 และด้านทัศนคติมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.04

2) ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (SBN1- SBN4) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.77 – 0.81 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 59.0% - 65.0% โดยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.11 มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% และด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์รวม 0.02

3) ด้านบรรทัดฐานทางสังคม (SCN) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (SCN1- SCN4) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.63 – 0.83 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 39.0% - 69.0% โดยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.28 อิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% รองลงมาด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.15 มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% และด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.10 และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.05

4) ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) ประกอบด้วย 3 ตัวแปรสังเกตได้ (PBC1- PBC3) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.85 – 0.95 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 72.0% - 90.0% โดยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.14 มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% รองลงมา ด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย 0.08 มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% และด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการสนับสนุน

ทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.14 และด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวม 0.01

5) ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (SLE1-SLE4) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.80 – 0.99 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 65.0% - 97.0% โดยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.21 มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% และด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย 0.21 มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% และด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์รวม 0.14 และด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีค่าสัมประสิทธิ์รวม 0.04

6) ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (TAX1- TAX4) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.80 – 0.99 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 65.0% - 97.0% โดยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.09 มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% และด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน โดยส่งผ่านจากตัวแปรคั่นกลางความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์รวม 0.06

7) ด้านความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (FCI1- FCI4) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.73 – 0.88 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 70.0% - 77.0% โดยด้านความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.68 มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 64.0%

8) ด้านความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) ประกอบด้วย 6 ตัวแปรสังเกตได้ (ISI1- ISI6) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.74 – 0.91 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 51.0% - 83.0% โดยด้านความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.18 มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 64.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

9) ด้านพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ (FCB1- FCB4) มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.71 – 0.90 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุ (R^2) ร้อยละ 51.0% - 81.0% โดยความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีผลต่อสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ผลวิจัยค่าอิทธิพลโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย สรุปได้ว่า พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน สูงสุด คือ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.68 รองลงมา ทักษะคนดี (ATT) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.61, การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.18, ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.18, สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.07 และ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.05 ตามลำดับ โดยตัวแปรมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ 64.00% ผลวิเคราะห์ยังพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) สูงสุด คือ ทักษะคนดี (ATT) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.40 รองลงมา การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.21, บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.15, การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.14 และ สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.09 ตามลำดับ โดยตัวแปรมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ 55.0% นอกจากนี้ผลวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) สูงสุด คือ บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.23 รองลงมา ทักษะคนดี (ATT) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.23, การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.21, การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.11 และ การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.08 ตามลำดับ โดยตัวแปรมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ 47.0%

5.1.3 การสรุปผลตามสมมติฐานการวิจัย

จากผลวิจัยโมเดลสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม นำมาสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ โดยยอมรับสมมติฐานทั้งหมด 13 ตัว และปฏิเสธสมมติฐาน 2 ตัว รายละเอียดดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านทัศนคติ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H1 หรือ ปัจจัยด้านทัศนคติ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.40 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการปฏิเสธ H2 หรือ ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H3 หรือ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.15 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H4 หรือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.14 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H5 หรือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.21 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H6 หรือ ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.09 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 55.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านทัศนคติ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H7 หรือ ปัจจัยด้านทัศนคติ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.23 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H8 หรือ ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจ

เพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.11 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H9 หรือ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.28 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H10 หรือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.08 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H11 หรือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.21 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการปฏิเสธ H12 หรือ ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 13 ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H13 หรือ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.21 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 47.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 14 ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H14 หรือ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.68 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 64.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 15 ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ผลการทดสอบเป็นการยอมรับ H15 หรือ ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.18 โดยมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 64.0% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น ตัวแบบจำลองโมเดลสมการ โครงสร้างที่ผู้วิจัยทำการศึกษา ได้สร้างองค์ความรู้ทางทฤษฎีใหม่โดยเป็นการผสมผสานปัจจัยทางจิตวิทยาให้แก่ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนในการทำนายพฤติกรรมในการซื้อหุ้นของวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านการระดมทุนสาธารณะ กับปัจจัยด้านนโยบายเพื่อกำหนดสิทธิประโยชน์ทางภาษีให้แก่ผู้ลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งเป็นหัวข้อวิจัยที่เป็นเรื่องที่ค่อนข้างใหม่และมีการศึกษาอยู่ในวงจำกัด โดยรวมแล้วผลการศึกษานี้สามารถสรุปได้ว่าความตั้งใจทั้งด้านการสนับสนุนทางการเงิน และความตั้งใจในการ

แบ่งปันข้อมูล สามารถทำนายพฤติกรรมการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะใน
 วิชาชีพเพื่อสังคมได้ซึ่งเป็นไปตามที่ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนคาดการณ์ไว้ โดยการศึกษาวิจัยใน
 ครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้ดังนี้

1) การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุน
 สาธารณะในวิชาชีพเพื่อสังคมในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม การ
 รับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง และสิทธิประโยชน์ทางภาษีมี
 อิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ในขณะที่ปัจจัยด้านการคล้อยตาม
 กลุ่มอ้างอิง ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุน
 สาธารณะเพื่อการลงทุนในวิชาชีพเพื่อสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

โดยปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินสูงสุด คือ ทัศนคติ ทั้งนี้เนื่องจาก
 ทัศนคติจะเป็นสาเหตุหรือแรงจูงใจในการกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจหรือพฤติกรรม หากบุคคลเกิด
 ทัศนคติที่ดีก็จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจที่ดีและมุ่งไปสู่การกระทำหรือพฤติกรรมที่เป็นไปตามความ
 ตั้งใจ ซึ่งสาเหตุที่ผู้ลงทุนมีทัศนคติที่ดีต่อการระดมทุนสาธารณะในธรรมธุรกิจ เกิดจากการที่ธรรม
 ธุรกิจได้นำแนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช
 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช (รัชกาลที่ 9) ผ่านกระแสพระราชดำริและพระราช
 กรณียกิจนานัปการของพระองค์ ตั้งอยู่บนหลักการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริงมาเป็นแนวทางในการ
 ดำเนินงาน โดยมีได้ต้องการผลลัพธ์ที่รวดเร็วและฉาบฉวย หากแต่มุ่งหวังการเปลี่ยนแปลงในเชิง
 โครงสร้างที่คงทน ที่จะทำให้ประชาชนสามารถยืนหยัดอยู่บนลำแข้งของตนเองได้ในระยะยาว จน
 ก่อให้เกิดหน่วยธุรกิจในลักษณะวิชาชีพเพื่อสังคม และถูกนำมาใช้เป็นองค์ประกอบสำคัญเพื่อ
 สนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน ประกอบกับการนำเอาหลักธรรมะมาใช้เป็นปรัชญาในการทำธุรกิจ จึง
 ทำให้ผู้คนที่นับถือศาสนาพุทธ ซึ่งเป็นผู้ที่ชอบทำบุญ มีความเมตตา มีน้ำใจและมีความเอื้อเฟื้ออาทร
 ต่อผู้อื่นและต่อสังคม มีทัศนคติที่ดีต่อธรรมธุรกิจ ทำให้นักลงทุนเหล่านี้มีความตั้งใจที่จะให้ความ
 ช่วยเหลือด้วยการสนับสนุนเงินลงทุน ซึ่งการระดมทุนสาธารณะในวิชาชีพเพื่อสังคมถือได้ว่าเป็น
 การลงทุนที่นักลงทุนมีความตั้งใจและมีทัศนคติที่ดีในการแก้ไขปัญหาด้านแหล่งเงินทุนให้แก่
 วิชาชีพเพื่อสังคมโดยไม่มุ่งหวังผลตอบแทนในระดับสูง สอดคล้องกับการศึกษาของ Tarkiainen &
 Sundqvist (2005) และ Choo, Chung & Pysarchik (2004) ที่พบว่า บุคคลที่มีทัศนคติที่ดีและความ
 ตั้งใจที่ดี จะส่งผลให้มีพฤติกรรมที่ดีตามไปด้วย ดังนั้นทัศนคติ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถกำหนด
 ความตั้งใจของบุคคลได้

การรับรู้ความสามารถของตนเอง มีผลต่อความตั้งใจสนับสนุนทางการเงินลำดับถัดมา เนื่องจาก การระดมทุนสาธารณะของธุรกิจมีขั้นตอนการระดมทุนสาธารณะผ่านช่องทางที่ง่ายและไม่ซับซ้อน และมีหลากหลายช่องทาง โดยช่องทางหลักที่ผู้ลงทุนใช้ระดมทุนได้แก่ Facebook และ Line ทำให้ผู้ลงทุนมีความรู้สึกมั่นใจว่าพวกเขาสามารถและความชำนาญที่จะลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านโซเชียลมีเดียได้สำเร็จ สอดคล้องการศึกษาของกับ Shneor & Munim (2019) ที่พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนสามารถทำนายความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะแบบได้รับรางวัลตอบแทน ในขณะที่ Pérezy et al., (2019) ได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมาใช้เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการบริจาคเงินเพื่อโครงการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน ในประเทศสเปน และพบว่าความรู้ ประสบการณ์ในอดีต และความเชี่ยวชาญ เรื่องการระดมทุนสาธารณะซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ความสามารถของตน สามารถทำนายความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินได้

บรรทัดฐานทางสังคม เป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจสนับสนุนทางการเงิน เพราะบรรทัดฐานทางสังคมนั้นทำให้เกิดความคาดหวังจากสังคมที่ต้องการให้เกิดพฤติกรรมที่เชื่อว่าเป็นร่วมกันในกลุ่มที่ต้องการ ซึ่งวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่สังคมยอมรับและมุ่งเน้นผลประโยชน์ทางสังคม และความสำเร็จของการระดมทุนสาธารณะก็เกิดจากความสามารถในการระดมทุนจากคนจำนวนมาก โดยแต่ละคนลงทุนในจำนวนเงินที่น้อย ดังนั้น บรรทัดฐานทางสังคมจึงมีความสำคัญต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยจากผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ข้อมูลทางข่าวหรือมีการแชร์ข้อมูลที่แนะนำเรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจสนับสนุนทางการเงินมากที่สุด รองลงมาคือการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะจากผู้เชี่ยวชาญ และสื่อยอดนิยม รวมถึงการที่เห็นผู้คนจำนวนมากมีส่วนร่วมในการลงทุนสาธารณะ มีผลต่อความตั้งใจสนับสนุนทางการเงินตามลำดับ สอดคล้องกับ Clemes, Gan & Zhang (2014) ที่กล่าวถึงแนวคิดทางทฤษฎีโดยเชื่อว่าบรรทัดฐานทางสังคม มีผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ และการศึกษาของ Sander (2011) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่สนับสนุนความตั้งใจและพฤติกรรมการบริจาคเพื่อการกุศล และพบว่าบรรทัดฐานทางสังคมสามารถนำมาใช้ในการทำนายความตั้งใจในการบริจาคเงินเพื่อการกุศล และพฤติกรรมการบริจาคเงินการกุศลได้

การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีผลต่อความตั้งใจสนับสนุนทางการเงินด้วยเช่นกัน เนื่องจากในการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม นักลงทุนเลือกลงทุน

ตามจำนวนเงินที่ต้องการด้วยเต็มใจและความสมัครใจที่ต้องการจะช่วยเหลือวิสาหกิจเพื่อสังคม และอยู่ภายใต้การตัดสินใจของตัวเองทั้งสิ้น และด้วยการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ทำการศึกษานี้ ไม่ได้ต้องการเงินลงทุนจากบุคคลใดบุคคลหนึ่งเป็นจำนวนมาก ผู้ลงทุนที่เชื่อมั่นในเป้าหมายการทำธุรกิจที่มีเป้าหมายทางสังคมเป็นหลัก และเชื่อมั่นว่าการลงทุนของพวกเขาจะสามารถสนับสนุนให้วิสาหกิจเพื่อสังคมดำเนินการได้ตามเป้าหมายและสร้างประโยชน์ทางสังคมของพวกเขาได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Van der Linden (2011) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่สนับสนุนความตั้งใจและพฤติกรรมกรรมการบริจาคเพื่อการกุศล และพบว่าความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมสามารถนำมาใช้ในการทำนายความตั้งใจในการบริจาคเงินเพื่อการกุศล และพฤติกรรมกรรมการบริจาคเงินการกุศลได้ และสอดคล้องกับการวิจัยของ Perez และ Egea (2019) ที่ได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมาใช้เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการบริจาคเงินเพื่อโครงการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน ในประเทศสเปน พบว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริจาคเงินเพื่อโครงการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืนของประชาชนด้วยเช่นกัน

ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี พบว่ามีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Othmar & Alex (2014) ซึ่งกล่าวว่าการลดหย่อนภาษีของรัฐบาลเป็นสิ่งจูงใจเพิ่มเติมให้กับการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อรองรับการขยายตัวของวิสาหกิจเพื่อสังคมในอนาคต ดังนั้นการที่ผู้ลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ ทำให้ผู้ลงทุนตั้งใจสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม เนื่องจากเงินที่ได้ลงทุนไปนั้น สามารถได้คืนกลับมาในรูปแบบของการลดหย่อนภาษี เพราะมากกว่า 65% ของกลุ่มตัวอย่างผู้ลงทุนมีรายได้มากกว่า 20,000 บาทซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการสนับสนุนการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ยังพบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ทั้งนี้เนื่องจากความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย เกิดขึ้นจากความต้องการหรือการตัดสินใจลงทุนโดยตัวบุคคล ซึ่งบุคคลที่จะตัดสินใจลงทุนมักจะพิจารณาลงทุนตามกำลังและความสามารถในการบริหารจัดการสินทรัพย์ของตนที่จะนำไปก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่ได้เกิดขึ้นจากการตัดสินใจของผู้อื่นที่คาดว่าจะมีอิทธิพลให้เกิดพฤติกรรมตัดสินใจ อีกทั้งแนวคิดเรื่องการลงทุนหรือการบริจาคเพื่อสังคมเป็นเรื่องส่วนบุคคลที่มักจะทำตามความพอใจของตนเองโดยไม่เปิดเผย การคล้อยตามกลุ่ม

อ้างอิงจึงไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสนับสนุนทางการเงินในวิสาหกิจเพื่อสังคมของประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับ Mittelman & Rojas-Mendez (2018) ที่ได้ศึกษาวิจัยเพื่อหาสาเหตุที่ชาวแคนาดาที่บริจาคเงินเพื่อการกุศล และพบว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบริจาคเพื่อการกุศล แต่ขัดแย้งกับการศึกษาวิจัยของ Kashif & De Run (2015) ที่พบว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อความตั้งใจบริจาคเพื่อการกุศลในปากีสถาน จึงอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มอ้างอิงที่สำคัญของบุคคลที่อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคลแต่ละเรื่องแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเด็นหรือพฤติกรรมที่สอดคล้องกับกลุ่มอ้างอิงนั้น เช่น ค่านิยม ความเชื่อ ศาสนา วัฒนธรรม และความเป็นอยู่ทางสังคม เป็นต้น

2) การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล ในขณะที่ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลสูงสุด คือ บรรทัดฐานทางสังคม รองลงมา ทัศนคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุม ทั้งนี้เนื่องจากบรรทัดฐานทางสังคมเป็นสิ่งที่แสดงถึงแบบแผน กฎเกณฑ์ข้อบังคับหรือมาตรฐานในการปฏิบัติของคนในสังคม ซึ่งสังคมยอมรับว่าสมควรจะปฏิบัติโดยเฉพาะอย่างยิ่งการระดมทุนสาธารณะที่เป็นการร่วมแรงร่วมใจกันในกลุ่มคนออนไลน์จำนวนมาก โดยการรวบรวมเงินลงทุนจำนวนน้อย จากผู้คนจำนวนมาก เพื่อนำเงินทุนที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจเพื่อสังคมให้มีความยั่งยืน อีกทั้งยังสามารถนำมาใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ และนำข้อมูลจากผู้สนับสนุนที่สนใจในโครงการต่าง ๆ มาใช้ในการปรับปรุงธุรกิจได้ ซึ่งเป็นการแบ่งปันข้อมูลในช่องทางออนไลน์ หรือ E-Word of Mouth (E-WOM) เป็นกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่ที่ง่ายต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง โดยสร้างการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมากและรวดเร็วโดยการบอกต่อเป็นทอด ๆ ในหมู่เพื่อน ครอบครัว และคนรู้จัก สามารถกระจายข้อมูลต่าง ๆ เช่น ความคิดเห็น ประสบการณ์ ความพึงพอใจ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ได้โดยไม่ต้องใช้งบประมาณการตลาด ตัวแปรที่ค้นพบว่ามีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลจึงมีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shneor & Munim (2019) ที่พบว่าทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม และการคล้อยตามกลุ่ม

อ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลในการระดมทุนสาธารณะเพื่อรางวัลตอบแทน

ทั้งนี้ พบว่า สิทธิประโยชน์ทางภาษี ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องจากนักลงทุนที่ได้รับระดมทุนสาธารณะมักจะมีรู้สึกดีที่มีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม มีความเห็นในเชิงบวกและมีความพอใจเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังกรวมทั้งต้องการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมมากกว่าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมแล้วสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ ดังนั้นผู้ลงทุนจึงไม่ให้ความสำคัญในการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่อาจได้รับการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

3) การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมไทย พบว่า ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน และความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน สูงสุด คือ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน รองลงมา ทัศนคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล สิทธิประโยชน์ทางภาษี และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ทั้งนี้เนื่องจากความตั้งใจถือเป็นสาเหตุสำคัญที่จะทำให้เกิดพฤติกรรม เมื่อบุคคลมีความตั้งใจที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ว่าจะมีผลตอบแทนหรือไม่มีผลตอบแทนแล้ว บุคคลนั้นย่อมเกิดพฤติกรรมที่จะกระทำตามความตั้งใจ ซึ่งนักลงทุนส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังกรวมอย่างแน่นอนเมื่อมีโอกาสทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เพราะการลงทุนดังกล่าวเป็นการระดมทุนจากบุคคลทั่วไปจำนวนมาก เพื่อให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามกำลังและความสามารถของตน เพื่อสนับสนุนกิจกรรม โครงการ หรือธุรกิจต่าง ๆ โดยได้รับผลตอบแทนที่ต่างกัน ขึ้นอยู่กับรูปแบบ และวัตถุประสงค์ของผู้ระดมทุน และการสนับสนุนดังกล่าว ผู้สนับสนุนจะสนับสนุนด้วยเงินในจำนวนน้อย แทนที่จะได้รับเงินสนับสนุนก้อนใหญ่จากผู้สนับสนุนเพียงไม่กี่ราย ซึ่งนอกจากประโยชน์ที่ได้รับจากการระดมทุนสาธารณะที่ได้มาในรูปแบบของตัวเงินแล้ว ผู้ระดมทุนยังสามารถประชาสัมพันธ์ธุรกิจ และนำข้อมูลจากผู้สนับสนุนที่สนใจในโครงการ มาปรับปรุงธุรกิจได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ Shneor & Munim (2019) ที่พบว่าความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน และความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินในการระดมทุนสาธารณะเพื่อรางวัลตอบแทน

นอกจากนี้ความตั้งใจสนับสนุนทางการเงินยังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจแบ่งปันข้อมูลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เพราะเมื่อบุคคลตั้งใจสนับสนุนเงินทุนให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีเป้าหมายทางสังคมที่ชัดเจนแล้ว พวกเขาจะต้องการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ตนเองสนับสนุนให้กับเครือข่ายของเข้าด้วย อาจจะเป็นการนำเสนอตนเองในด้านบวกในฐานะผู้มีส่วนร่วม โดยมองว่าเป็นกิจกรรมที่ผู้อื่นมองว่าเป็นประโยชน์ เพราะคนส่วนใหญ่มักจะต้องการนำเสนอตนเองให้คนอื่นรู้สึกประทับใจ นอกจากนี้ยังอาจสามารถแปลผลการวิจัยได้ว่าเมื่อบุคคลมีความตั้งใจสนับสนุนเงินลงทุนแล้ว ก็ย่อมต้องการเห็นความสำเร็จของการระดมทุนนั้นดังนั้น เพื่อเพิ่มโอกาสให้การระดมทุนที่ตนมีส่วนร่วมสำเร็จลุล่วง ผู้ลงทุนจึงมีแนวโน้มที่จะแบ่งปันข้อมูลให้กับเครือข่ายของตนมากขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shneor & Munim (2019) ที่พบว่าความตั้งใจสนับสนุนทางการเงิน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลในการระดมทุนสาธารณะเพื่อผลตอบแทน

4) การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ อิทธิพลของทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง สิทธิประโยชน์ทางภาษี ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีทั้ง 7 ตัว มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งให้เห็นว่าสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเงื่อนไขในระดับการยอมรับทางสถิติ ประกอบด้วย ทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง สิทธิประโยชน์ทางภาษี ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล และตัวแปรผล คือ พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ทุกตัวแปรนั้นมีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์การกำหนดค่าซึ่งแสดงว่าโมเดลในการวัดนี้มีความเที่ยงตรง (Validity) หรือ OK Fit Confirm ทั้งนี้เนื่องจากตัวแปรดังกล่าวเป็นตัวแปรที่ได้ถูกนำมาอธิบายและใช้ทำนายการกระทำหรือพฤติกรรมของมนุษย์ โดยใช้ความตั้งใจ (Intention) เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจว่าบุคคลนั้นจะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้น หากบุคคลมีความตั้งใจที่จะกระทำในสิ่งที่เป็นประโยชน์ เป็นไปตามการยอมรับของสังคม เป็นไปตามความสามารถของตน และเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ตอบแทนบางประการ ก็จะทำให้บุคคลนั้นเกิดความตั้งใจที่กระทำสิ่งดังกล่าวให้ประสบผลสำเร็จ และเป็นไปตามความต้องการส่วนบุคคลของแต่ละบุคคลที่จะสอดคล้องกับความปรารถนาดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของ Kim & Hall (2019)

ที่พบว่าความตั้งใจมีส่วนร่วมในการระดมทุนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนการระดมทุน และการมีส่วนร่วมในการระดมทุน รวมถึงผลการวิจัยของ Perez และ Egea (2019) ที่พบว่าความตั้งใจทางพฤติกรรมส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมสนับสนุนและการมีส่วนร่วมในการระดมทุน และงานวิจัยของ Smith & McSweeney (2007) ที่พบว่าความตั้งใจที่จะบริจาค มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริจาคเงิน

5.3 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

5.3.1 ข้อเสนอแนะต่อวิชาการ

เพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้ให้แก่ด้านการลงทุนที่ส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม นักวิชาการควรนำปัจจัยด้านทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง สิทธิประโยชน์ทางภาษี ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม มาใช้ในการขยายความของลักษณะปัจจัยที่เกิดขึ้นว่าควรมีลักษณะอย่างไร เช่น ลักษณะของปัจจัยด้านทัศนคติควรเป็นทัศนคติในเชิงบวกหรือเชิงลบอย่างไร เป็นต้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะต่อภาคเอกชน

1) ผู้บริหารหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการระดมทุนสาธารณะควรมีการออกแบบระบบเพื่อการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เกิดความคล่องตัวและมีความรวดเร็วในการดำเนินการ ซึ่งในปัจจุบันมีระบบซอฟต์แวร์ต่าง ๆ รวมถึงเทคโนโลยีประเภทแพลตฟอร์ม ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการระดมทุนสาธารณะที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาเพื่อช่วยส่งเสริมการลงทุนให้มีความโปร่งใสและมีประสิทธิภาพผู้บริหารหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรพิจารณาในการนำระบบดังกล่าวมาใช้เพื่อเป็นเครื่องมือในการระดมทุนสาธารณะให้สะดวกยิ่งขึ้น

2) ผู้บริหารหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการระดมทุนสาธารณะควรมีการยกย่องสถานะของผู้ลงทุน เพื่อเป็นการอำภาลักษณ์ให้แก่ผู้ลงทุน และบุคคลที่อยู่ในสังคมของผู้ลงทุนได้รับรู้ถึงสิ่งดี ๆ ที่ ผู้ลงทุนได้มอบให้กับสังคม ผ่านการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วย และควรมีการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการให้ความรู้แก่นักลงทุน รวมทั้งการสื่อสารเพื่อให้นักลงทุนได้รับทราบข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการเพื่อการลงทุน โดยการกระจายข้อมูล

ข่าวสารให้แพร่หลายได้อย่างทั่วถึง เพื่อให้กลุ่มคนจำนวนมากได้รับทราบข้อมูลและเกิดความสนใจที่จะระดมทุนเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมได้อย่างยั่งยืน

3) ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมอาจจะเสนอหุ้นที่สามารถเลือกลงทุนได้ด้วยจำนวนเงินที่ไม่สูงมากในแต่ละหุ้น แต่ผู้ลงทุนสามารถเลือกลงทุนได้เป็นจำนวนมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความสามารถในการลงทุน ในขณะที่เดียวกันผู้ลงทุนก็สามารถที่จะเปลี่ยนใจที่จะเพิ่ม หรือลดเงินลงทุนได้อยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะจากการขายหุ้น หรือจากการแลกเปลี่ยนหุ้นเป็นสินค้า หรือบริการอื่น ๆ เป็นต้น

4) ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ต้องการสร้างโครงการ หรือแคมเปญการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน ควรที่จะวางแผนงานให้เกิดความสมดุลขึ้น ระหว่างการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง และต้องระมัดระวังไม่ให้เกิดความกดดันทางสังคม หรือกับบุคคลที่มากจนเกินไป ทั้งนี้เพื่อมิให้ทำให้เกิดความรู้สึกต่อต้านจากกลุ่มผู้ที่ให้ความสำคัญกับการควบคุมพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมของตนเองแทนที่พวกเขาจะให้การสนับสนุน

5) ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมไม่ควรมุ่งเน้นการบังคับให้เกิดการลงทุน แต่ควรส่งเสริมด้วยการให้ข้อมูลข่าวสารหรือการประชาสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการลงทุนของนักลงทุน โดยเฉพาะประโยชน์ที่นักลงทุนจะได้มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือและพัฒนาสังคมของประเทศไทยให้มีความก้าวหน้าอย่างยั่งยืน เพื่อให้สมหวังตามความตั้งใจของนักลงทุนในการที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

6) ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการระดมทุน ควรทำการพัฒนาช่องทางในการสื่อสารแก่นักลงทุน โดยเปิดโอกาสให้นักลงทุนแต่ละคนได้แสดงความคิดเห็นของตนเองผ่านช่องทางสื่อสารดังกล่าว ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าปัจจุบันช่องทางสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันได้มีการพัฒนาและปรับปรุงให้มีความทันสมัยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหน่วยงานดังกล่าวอาจทำการจัดตั้งกลุ่มเฉพาะกิจผ่านเฟซบุ๊ก หรือไลน์ ออฟฟิศเชียล ให้นักลงทุนแต่ละคนได้เข้ามาเป็นสมาชิกในกลุ่ม ได้มีโอกาสในการแสดงความคิดเห็นและเผยแพร่ความรู้ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการลงทุน รวมทั้งเปิดโอกาสให้นักลงทุนได้เป็นวิทยากรในการบรรยายตามโอกาสต่าง ๆ ที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อเป็นการสนับสนุนและเป็นการสร้างแรงจูงใจให้นักลงทุนในการได้เห็นถึงความสำคัญและการสร้างชื่อเสียงให้นักลงทุน อันจะทำให้ให้นักลงทุนเกิดทัศนคติที่ดีต่อการระดมทุนเพื่อวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

5.3.3 ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ

1) รัฐบาลควรเล็งเห็นถึงสิทธิประโยชน์ที่ผู้ลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมจะได้รับ และพิจารณาเรื่องการออกนโยบายทางด้านภาษี ให้แก่ผู้ลงทุนรายย่อยในวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วย ทั้งนี้ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ลงทุนสามารถตัดสินใจที่จะลงทุนได้ง่ายขึ้น

2) รัฐบาลควรออกนโยบายด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับผู้ลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม จะช่วยให้วิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถเข้าถึงแหล่งทุนจากประชาชนในวงกว้างมากขึ้น และอยู่ในรูปแบบการสนับสนุนเงินทุนในรูปแบบการลงทุนในหุ้น ซึ่งการลงทุนในหุ้นนั้น จะทำให้ผู้ลงทุนมีส่วนร่วมจากการเป็นผู้ถือหุ้น และจะทำให้เกิดความยั่งยืน มากกว่าการระดมทุนแบบการให้เงินบริจาค หรือการได้รับรางวัลตอบแทนเป็นครั้งๆ ไป ทั้งนี้ เพราะผู้ถือหุ้นมีแนวโน้มที่จะสนับสนุนสินค้าและบริการจากวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ตนถือหุ้นอยู่อย่างสม่ำเสมอ

3) รัฐบาลควรวางมาตรการ และแผนงานที่เกี่ยวกับการสนับสนุนกิจการวิสาหกิจเพื่อสังคม ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมในสังคมไทย โดยเฉพาะการออกกฎหมาย หรือ นโยบายที่เกี่ยวกับการลดหย่อน หรือการได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีให้แก่นักลงทุน

4) รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการจัดฝึกอบรมเรื่องการระดมทุนสาธารณะให้กับทั้งผู้ระดมทุนและผู้ลงทุน เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และชุดทักษะที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถเสริมสร้างการรับรู้ความสามารถของตนเองได้ ตลอดจนจัดให้มีข้อมูลพื้นฐานที่เพียงพอแก่ผู้เข้าร่วมทั้งสองฝ่าย ที่จะช่วยให้พวกเขาสามารถพัฒนาทัศนคติที่ดีต่อการระดมทุน และการลงทุน ซึ่งทั้งสองประการนี้จะช่วยเพิ่มความตั้งใจในการมีส่วนร่วมในการลงทุนทั้งทางตรง และทางอ้อม

5) รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการระดมทุนควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมให้นักลงทุนเกิดความรู้สึกดีที่มีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม เกิดความพอใจในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม และเสริมสร้างให้นักลงทุนรายใหม่ได้เกิดทัศนคติเชิงบวกและเกิดความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งควรทำการประชาสัมพันธ์และสื่อสารข้อมูลอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องในระยะยาว เพื่อแสดงให้เห็นให้นักลงทุนเห็นว่าผลกระทบดังกล่าวเป็นการกระทำที่เป็นประโยชน์ทั้งต่อตนเองและต่อสังคม ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์ดังกล่าวอาจจะทำได้โดยการสื่อข่าวและการแชร์ข้อมูลที่มีการแนะนำว่า การมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะเป็นวิธีที่ดีในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมและเป็นการระดมทุนที่น่าสนใจ และมี การแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเพื่อเสริมสร้างให้นักลงทุนทั้งรายเก่าและรายใหม่เกิดความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

5.4 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาอิทธิพลของปัจจัยตัวแปรต้นด้านอื่น ๆ เพิ่มเติมจากกรอบแนวคิดในงานวิจัยนี้อาทิเช่น ปัจจัยด้านความเชื่อใจ ปัจจัยด้านความเสี่ยง เพื่อขยายขอบเขตของการวิจัยเพิ่มขึ้นและเพื่อเป็นการค้นหาองค์ความรู้ใหม่ให้เกิดขึ้นแก่การวิจัย

2) ควรทำวิจัยโดยใช้กรอบแนวคิดเดียวกันนี้กับผู้ไม่เคยสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน เพื่อยืนยันผลการวิจัย และนำผลมาคิดกลยุทธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มคนเหล่านั้นให้มาลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมมากขึ้น

3) ควรทำวิจัยโดยใช้กรอบแนวคิดเดียวกันนี้กับการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการบริจาค เนื่องจากรูปแบบธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม แม้ว่าจะดำเนินธุรกิจแบบองค์กรที่แสวงหากำไรผ่านการขายสินค้าและบริการ แต่วัตถุประสงค์หลักในการระดมทุนก็เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ซึ่งคล้ายกับองค์กรสาธารณะกุศลที่ไม่แสวงหากำไรแต่ต้องพึ่งพาเงินบริจาค ความสำเร็จของการระดมทุนสาธารณะเพื่อการบริจาคที่มีมายาวนานอาจเป็นแนวทางให้วิสาหกิจเพื่อสังคมนำมาปรับใช้ได้

4) ควรมีการเก็บข้อมูลตัวอย่างที่สามารถนำไปวิเคราะห์ถึงผลที่ได้รับจากการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่มีต่อตัวผู้ลงทุน ในแง่ของความพึงพอใจ และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผู้ลงทุนหลังจากได้ลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมไปแล้ว ไม่ว่าจะเป็นการนำประสบการณ์ที่ได้ไปบอกต่อ หรือทำสิ่งอื่น ๆ ที่ตามมา เป็นต้น

บรรณานุกรม

- เกวลิน มะลิ. (2557). กิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ (Journal of Economics and Management Strategy)*, 1(2), 104-112.
- บริษัทธรรมธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม. (2563). *ที่มาของธรรมธุรกิจ*. สืบค้นจาก <http://www.thamturakit.com/about-us-2/>.
- พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม. (2562). สืบค้นจาก https://sme.go.th/upload/mod_download/download-20190611042120.pdf.
- ศักดิ์ดา ศิริภัทร โสภณ. (2558). การศึกษารอบแนวคิดเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 20(2), 118-128.
- สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ. (2554). *สมาคมธุรกิจเพื่อสังคม*. สืบค้นจาก <https://www.sethailand.org/about/>.
- Agrawal, A., Catalini, C., and Goldfarb, A. (2014). Some Simple Economics of Crowdfunding. In J. Lerner and S. Stern (Eds.), *Innovation Policy and the Economy* (Vol. 14, p. 63–97). Chicago, IL, USA: University of Chicago Press.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of attitudes* (pp. 173–221). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Prediction of goal-directed behavior: Attitudes, intentions, and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22(5), 453–474.
- Algesheimer, R., Dholakia, U. M., & Herrmann, A. (2005). The social influence of brand community: Evidence from European car clubs, *Journal of Marketing*, 69(3), 19–34.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behavior: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471–499.
- Baker, R. K., & White, K. M. (2010). Predicting adolescents' use of social networking sites from an extended theory of planned behavior perspective. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1591–1597.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37(2), 122–147.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ, US: Prentice-Hall, Inc.
- Bareket-Bojmel, L., Moran, S., & Shahar, G. (2016). *Strategic self-presentation on Facebook: Personal motives and audience response to online behavior*. *Computers in Human Behavior*, 55(5), 788–795.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585–609.
- Bentler, P. M. (1990). Comparative fit indexes in structural models. *Psychological Bulletin*, 107(2), 238–246.
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88(3), 588–606.
- Bergamini, T. P., Navarro, C. L. C., & Hilliard, I. (2017). Is crowdfunding an appropriate financial model for social entrepreneurship?. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(1), 44-57.
- Berliner, L. S., & Kenworthy, N. J. (2017). *Producing a worthy illness: Personal crowd-funding amidst financial crisis*. *Social Science and Medicine*, 187(8), 233–242.
- Borst, I., Moser, C., & Ferguson, J. (2017). From friendfunding to crowdfunding: Relevance of relationships, social media, and platform activities to crowdfunding performance. *Information Research Article*, 20(4), 1–9.
- Brandstetter, L., & Lehner, O. M. (2015). Opening the market for impact investments: The need for adapted portfolio tools. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(2), 87-107.
- Bretschneider, U., & Leimeister, J. M. (2017). Not just an ego-trip: Exploring backers' motivation for funding in incentive-based crowdfunding. *The Journal of Strategic Information Systems*, 26(4), 246–260.
- Bugg-Levine, A., Kogut, B., & Kulatilaka, N. (2012). A new approach to funding social enterprises. *Harvard business review*, 90(1/2), 118-123.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Burtch, G., Ghose, A., & Wattal, S. (2013). An empirical examination of the antecedents and consequences of contribution patterns in crowd-funded markets. *Information Systems Research, 24*(3), 499–519.
- Butticè, V., Colombo, M. G., & Wright, M. (2017). Serial crowdfunding, social capital, and project success. *Entrepreneurship Theory and Practice, 41*(2), 183–207.
- Campbell, W. K., Bonacci, A. M., Shelton, J., Exline, J. J., & Bushman, B. J. (2004). Psychological entitlement: Interpersonal consequences and validation of a self-report measure. *Journal of Personality Assessment, 83*(1), 29–45.
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Guinalíu, M. (2010). Determinants of the intention to participate in firm-hosted online travel communities and effects on consumer behavioral intentions. *Tourism Management, 31*(6), 898–911.
- Castillo, M., Petrie, R., & Wardell, C. (2014). Fundraising through online social networks: A field experiment on peer-to-peer solicitation. *Journal of Public Economics, 114*, 29–35.
- Cheung, C. M. K., & Lee, M. K. O. (2012). What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms. *Decision Support Systems, 53*(1), 218–225.
- Cheung, M. F. Y., & To, W. M. (2016). *Service co-creation in social media: An extension of the theory of planned behavior. Computers in Human Behavior, 65*(7), 260–266.
- Cheung, M. F. Y., & To, W. M. (2017). The influence of the propensity to trust on mobile users' attitudes toward in-app advertisements: An extension of the theory of planned behavior. *Computers in Human Behavior, 76*(1), 102–111.
- Cho, M., & Kim, G. (2017). A cross-cultural comparative analysis of crowdfunding projects in the United States and South Korea. *Computers in Human Behavior, 72*(4), 312–320.
- Cholakova, M., & Clarysse, B. (2015). Does the possibility to make equity investments in crowdfunding projects crowd out reward-based investments?. *Entrepreneurship Theory and Practice, 39*(1), 145–172.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York, NY: John Wiley & Sons.
- Colombo, M. G., Franzoni, C., & Rossi-Lamastra, C. (2015). Internal social capital and the attraction of early contributions in crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 75–100.
- Conway, J. M., & Lance, C. E. (2010). What reviewers should expect from authors regarding common method bias in organizational research. *Journal of Business and Psychology*, 25(3), 325–334.
- Correa, T., Hinsley, A. W., & De Zuniga, H. G. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in human behavior*, 26(2), 247-253.
- Cox, J., Nguyen, T., Thorpe, A., Ishizaka, A., Chakhar, S., & Meech, L. (2018). Being seen to care: The relationship between self-presentation and contributions to online pro-social crowdfunding campaigns. *Computers in Human Behavior*, 83(1), 45–55.
- Cumming, D., & Johan, S. (2013). Demand-driven securities regulation: Evidence from crowdfunding. *Venture Capital*, 15(4), 361–379.
- Dees, G., & Anderson, B. B. (2007). Enterprising social innovation: Focusing research on the most intriguing form of social entrepreneurship. *Research on Social Entrepreneurship*, 1(3), 302-3.
- Dees, J.G. (1998), "Enterprising nonprofits", Harvard Business Review, January/February, *Journal of Social Enterprise*, 12(1), 55–67.
- Defourny, J. and Nyssens, M. (2006) in Nyssens, M. (Ed.), *Social Enterprise: At the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society*, The Book of Social Enterprise (pp. 3-26). Routledge Publishers.
- Diamantopoulos, A., Siguaw, J. A., & Siguaw, J. A. (2000). Introducing LISREL: A guide for the uninitiated. *Introducing statistical methods*, 7(9), 9-15.
- Di Domenico, M., Haugh, H., & Tracey, P. (2010). Social bricolage: Theorizing social value creation in social enterprises. *Entrepreneurship theory and practice*, 34(4), 681-703.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Dushnitsky, G., Guerini, M., Piva, E., & Rossi-Lamastra, C. (2016). Crowdfunding in Europe: Determinants of platform creation across countries. *California Management Review*, 58(2), 44–71.
- Emerson, J., & Twersky, F. (Eds.). (1996). *New social entrepreneurs: The success, challenge and lessons of non-profit enterprise creation*. Homeless Economic Fund, the Roberts Foundation.
- Everitt, B. S., & Skrondal, A. (2010). *The Cambridge dictionary of statistics* (Vol. 4, p 4-8.). New York, USA: Cambridge University Press.
- Feller, J., Gleasure, R., & Treacy, S. (2017). Information sharing and user behavior in internet-enabled peer-to-peer lending systems: An empirical study. *Journal of Information Technology*, 32(2), 127–146.
- Ferguson, R. J., Paulin, M., & Bergeron, J. (2010). Customer sociability and the total service experience: antecedents of positive word-of-mouth intentions. *Journal of service management*, 21(1), 25-44.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. MA: Addison-Wesley.
- Fu, J.-R., Ju, P.-H., & Hsu, C.-W. (2015). Understanding why consumers engage in electronic word-of-mouth communication: Perspectives from theory of planned behavior and justice theory. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(6), 616–630.
- Gajda, O. (Ed.). (2017). Review of crowdfunding regulation 2017: Interpretations of existing regulation concerning crowdfunding in Europe, North America and Israel. *Brussels: European Crowdfunding Network*, 17(1.1), 181-197.
- Garvey, K., Chen, H.-Y., Zhang, B., Buckingham, E., Ralston, D., Katiforis, Y., ... Zhang, J. (2017). *The 2nd Asia Pacific region alternative finance industry report* (Vol. 2, p 63-75.). Cambridge, UK: Cambridge Centre for Alternative Finance.
- George, J. F. (2004). The theory of planned behavior and Internet purchasing. *Internet Research*, 14(3), 198–212.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Gerber, E. M., & Hui, J. (2013). Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Trans. Comput.-Hum. Interact.*, 20(6), 1–32.
- Germak, A. J., & Singh, K. K. (2009). Social entrepreneurship: Changing the way social workers do business. *Administration in Social Work*, 34(1), 79-95.
- Gopi, M., & Ramayah, T. (2007). Applicability of theory of planned behavior in predicting intention to trade online: Some evidence from a developing country. *International Journal of Emerging Markets*, 2(4), 348–360.
- Grandón, E. E., Nasco, S. A., & Mykytyn, P. P. (2011). Comparing theories to explain e-commerce adoption. *Journal of Business Research*, 64(3), 292–298. 10.1016/j.jbusres.2009.11.015.
- Gunawan, D. D., & Huarng, K.-H. (2015). Viral effects of social network and media on consumers' purchase intention. *Journal of Business Research*, 68(11), 2237–2241. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.004>.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Harrison-Walker, L. J. (2001). The measurement of word-of-mouth communication and an investigation of service quality and customer commitment as potential antecedents. *Journal of service research*, 4(1), 60-75.
- Heminway, J. M. (2014). Investor and market protection in the crowdfunding era: Disclosing to and for the 'crowd'. *Vermont Law Review*, 38, 827–847.
- Hobbs, J., Grigore, G., & Molesworth, M. (2016). Success in the management of crowd-funding projects in the creative industries. *Internet Research*, 26(1), 146–166.
- Homans, G. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(5), 597–606.
- Hooghe, M., Marien, S., & de Vroome, T. (2012). The cognitive basis of trust. The relation between education, cognitive ability, and generalized and political trust. *Intelligence*, 40(6), 604–613.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Hsu, C.-L., & Lin, J. C.-C. (2008). Acceptance of blog usage: The roles of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation. *Information & Management*, 45(1), 65–74.
- Hsu, M.-H., & Chiu, C.-M. (2004). Internet self-efficacy and electronic service acceptance. *Decision Support Systems*, 38(3), 369–381.
- Hsu, M.-H., Yen, C.-H., Chiu, C.-M., & Chang, C.-M. (2006). A longitudinal investigation of continued online shopping behavior: An extension of the theory of planned behavior. *International Journal of Human-Computer Studies*, 64(9), 889–904.
- Hu, L.t., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>.
- Josefy, M., Dean, T. J., Albert, L. S., & Fitzg, M. A. (2017). The role of community in crowdfunding success: Evidence on cultural attributes in funding campaigns to ‘save the local theater’. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(2), 161–182.
- Kang, M., Gao, Y., Wang, T., & Zheng, H. (2016). Understanding the determinants of funders' investment intentions on crowdfunding platforms: A trust-based perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 116(8), 1800–1819.
- Kankanhalli, A., Tan, B. C., & Wei, K. K. (2005). *Contributing knowledge to electronic knowledge repositories: An empirical investigation*. *MIS quarterly*, 29(1), 113-143.
- Laville, J. L., & Nyssens, M. (2001). The social enterprise: towards a theoretical socio-economic approach J.-L. L AV ILLE AND M. NYSSENS: Towards a theoretical socio-economic approach. In *The emergence of social enterprise* (pp. 324-344). Routledge Publishers.
- Lawton, k., & Marom, D. (2012). *The crowdfunding revolution: How to raise venture capital using social media*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Le Blanc, D. (2015). Towards integration at last? The sustainable development goals as a network of targets. *Sustainable Development*, 23(3), 176-187.
- Lee, M. C. (2009). Understanding the behavioural intention to play online games: An extension of the theory of planned behaviour. *Online Information Review*, 33(5), 849–872.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Lehner, O. M. (2014). The formation and interplay of social capital in crowdfunded social ventures. *Entrepreneurship & Regional Development*, 26(5/6), 478–499.
- Lim, B. C., & Chung, C. M. Y. (2011). The impact of word-of-mouth communication on attribute evaluation. *Journal of Business Research*, 64(1), 18–23.
- Linton, K. F. (2013). Developing a social enterprise as a social worker. *Administration in Social Work*, 37(5), 458-470.
- Lukkarinen, A., Teich, J. E., Wallenius, H., & Wallenius, J. (2016). Success drivers of online equity crowdfunding campaigns. *Decision Support Systems*, 87(1), 26–38.
- Lukkarinen, A., Wallenius, J., & Seppälä, T. (2017). *Investor motivations and decision criteria in equity crowdfunding*. Retrieved from <https://papers.ssrn.com/sol3/papers>.
- Lyons, T. S., & Kickul, J. R. (2013). The social enterprise financing landscape: The lay of the land and new research on the horizon. *Entrepreneurship Research Journal*, 3(2), 147-159.
- Macht, S. A., & Weatherston, J. (2015). Academic research on crowdfunders: What's been done and what's to come? *Strategic Change*, 24(2), 191–205.
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business*, 41(1), 36-44.
- Manes, E., & Tchetchik, A. (2018). The role of electronic word of mouth in reducing information asymmetry: An empirical investigation of online hotel booking. *Journal of Business Research*, 85, 185–196.
- Manning, M. (2009). The effects of subjective norms on behaviour in the theory of planned behaviour: A meta-analysis. *British Journal of Social Psychology*, 48(4), 649–705.
- Manstead, A. S. R., & Eekelen, S. A. M. (1998). Distinguishing between perceived behavioral control and self-efficacy in the domain of academic achievement intentions and behaviors. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1375–1392.
- McKenny, A. F., Allison, T. H., Ketchen Jr, D. J., Short, J. C., & Ireland, R. D. (2017). How should crowdfunding research evolve? A survey of the entrepreneurship theory and practice editorial board. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(2), 291-304.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Meer, J. (2011). Brother, can you spare a dime? Peer pressure in charitable solicitation. *Journal of Public Economics*, 95(7), 926–941.
- Meyskens, M., & Bird, L. (2015). Crowdfunding and value creation. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(2), 155-166.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1–16.
- Mollick, E., & Kuppuswamy, V. (2014). *After the campaign: Outcomes of crowdfunding*. Chapel Hill, NC: UNC Kenan-Flagler Research.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
- Niemand, T., Angerer, M., Thies, F., Kraus, S., & Hebenstreit, R. (2018). Equity crowdfunding across borders: A conjoint experiment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(4), 911–932.
- Nucciarelli, A., Li, F., Fernandes, K. J., Goumagias, N., Cabras, I., Devlin, S., & Cowling, P. (2017). From value chains to technological platforms: The effects of crowdfunding in the digital game industry. *Journal of Business Research*, 78, 341–352.
- Ordanini, A., Miceli, L., Pizzetti, M., & Parasuraman, A. (2011). Crowd-funding: Transforming customers into investors through innovative service platforms. *Journal of Service Management*, 22(4), 443–470.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
- Pearce, J., & Kay, A. (2003). *Social enterprise in anytown*. Calouste Gulbenkian Foundation.
- Peattie, K., & Morley, A. (2008). Eight paradoxes of the social enterprise research agenda. *Social enterprise journal*, 4(2), 91-107.
- Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of world business*, 41(1), 56-65.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Pérez y Pérez, L., & Egea, P. (2019). About intentions to donate for sustainable rural development: An exploratory study. *Sustainability*, 11(3), 765.
- Porter, M. and Kramer (2011). "Creating shared value", *Harvard Business Review*, 18(2), 49-64
- Pruden, D. R., & Vavra, T. G. (2004). Controlling the grapevine. *Marketing Management*, 13(4), 24-30.
- Renwick, M. J., & Mossialos, E. (2017). Crowdfunding our health: Economic risks and benefits. *Social Science & Medicine*, 191, 48–56. 2017.08.035.
- Ryu, S., & Kim, Y.-G. (2016). A typology of crowdfunding sponsors: Birds of a feather flock together?. *Electronic Commerce Research and Applications*, 16(1), 43–54.
- Santos, F. M. (2012). A positive theory of social entrepreneurship. *Journal of business ethics*, 111(3), 335-351.
- Schlenker, B. R., & Leary, M. R. (1982). Audiences' reactions to self-enhancing, self-denigrating, and accurate self-presentations. *Journal of Experimental Social Psychology*, 18(1), 89–104.
- Seanor, P., Bull, M., & Ridley-Duff, R. (2007). Contradictions in social enterprise: do they draw in straight lines or circles?. In *Institute for Small Business and Entrepreneurship Conference*, Glasgow, 7-9 November 2007.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. Chichester, West Sussex, UK: John Wiley & Sons.
- Sheeran, P. (2002). Intention—Behavior relations: A conceptual and empirical review. *European Review of Social Psychology*, 12(1), 1–36.
- Shih, Y. Y., & Fang, K. (2004). The use of a decomposed theory of planned behavior to study Internet banking in Taiwan. *Internet Research*, 14(3), 213–223.
- Shneor, R., & Munim, Z. H. (2019). Reward crowdfunding contribution as planned behaviour: An extended framework. *Journal of Business Research*, 103, 56-70.
- Short, J. C., Ketchen, D. J., McKenny, A. F., Allison, T. H., & Ireland, R. D. (2017). Research on crowdfunding: Reviewing the (very recent) past and celebrating the present. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(2), 149–160.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Skirnevskiy, V., Bendig, D., & Brettel, M. (2017). The influence of internal social capital on serial creators' success in crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(2), 209–236.
- Song, J., & Walden, E. (2007). How consumer perceptions of network size and social interactions influence the intention to adopt peer-to-peer technologies. *International Journal of E-Business Research (IJEER)*, 3(4), 49-66.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2007). *Using multivariate statistics* (Vol. 5, pp. 481-498). Boston, MA: Pearson.
- Terry, D. J., & O'Leary, J. E. (1995). The theory of planned behaviour: The effects of perceived behavioural control and self-efficacy. *British Journal of Social Psychology*, 34(2), 199–220.
- Tracey, P., Phillips, N., & Jarvis, O. (2011). Bridging institutional entrepreneurship and the creation of new organizational forms: A multilevel model. *Organization science*, 22(1), 60-80.
- Van der Linden, S. (2011). Charitable intent: A moral or social construct? A revised theory of planned behavior model. *Current psychology*, 30(4), 355-374.
- Wasko, M. M., & Faraj, S. (2005). Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice. *MIS quarterly*, 35-57.
- Xu, B., Zheng, H., Xu, Y., & Wang, T. (2016). Configurational paths to sponsor satisfaction in crowdfunding. *Journal of Business Research*, 69(2), 915–927.
- Yoo, C. W., Sanders, G. L., & Moon, J. (2013). Exploring the effect of e-WOM participation on e-loyalty in e-commerce. *Decision Support Systems*, 55(3), 669–678.
- Zhao, Q., Chen, C.-D., Wang, J.-L., & Chen, P.-C. (2017). Determinants of backers' funding intention in crowdfunding: Social exchange theory and regulatory focus. *Telematics and Informatics*, 34(1), 370–384.
- Ziegler, T., Reedy, E. J., Le, A., Zhang, B., Kroszner, R. S., & Garvey, K. (2017). *The 2nd Americas alternative finance industry report*. Cambridge, UK: Cambridge Centre for Alternative Finance.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Ziegler, T., Shneor, R., Garvey, K., Wenzlaff, K., Yerolemou, N., Zhang, B., & Hao, R. (2018). *Expanding horizons: The 3rd European alternative finance industry report*. Cambridge, UK: Cambridge Centre for Alternative Finance.





ภาคผนวก ก

ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

	ตำแหน่ง
ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1	ผู้ช่วยคณบดี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2	รองคณบดีฝ่ายวิจัย พัฒนาและบริการวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3	อาจารย์ประจำสาขาการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมค้าปลีก คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 4	ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 5	นายกสมาคมธุรกิจเพื่อสังคม

ภาคผนวก ข

จดหมายแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจ IOC

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University



มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University T. (66) 2997 2200-30
 เมืองเอก ก.พ.พลัยธิน Muang-Ake, Patholyothin Rd. F. (66) 2791 5757
 จ.ปทุมธานี 12000 Pathumthani 12000, Thailand E. info@rsu.ac.th

คณะบริหารธุรกิจ
 มหาวิทยาลัยรังสิต

7 ตุลาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม
 เรียง ศศ.ดร.ขวัญมิ่ง คำประเสริฐ (ผู้ช่วยคณบดี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)

เนื่องด้วย นางสาว พิมพ์พร ชิวฉินันท์ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต ได้ขอระหว่างการทำคุณวุฒิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน : การศึกษาเชิงประจักษ์ ของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย” มีความจำเป็นต้องทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลดังกล่าว

ในการนี้ ทางหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ตามเอกสารแนบ

ทางหลักสูตรหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และใคร่ขอขอบคุณล่วงหน้า มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดขอความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ชนะเกียรติ สมานบุตร)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต

เจ้าหน้าที่หลักสูตร : นาย ชาดากานท์ เกตุมยุรานรเดชา
 โทรศัพท์ : 02-791-6000 ต่อ 1004



มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University T. (66) 2997 2200-30
 เมืองเอก ก.พ.พลัยธิน Muang-Ake, Patholyothin Rd. F. (66) 2791 5757
 จ.ปทุมธานี 12000 Pathumthani 12000, Thailand E. info@rsu.ac.th

คณะบริหารธุรกิจ
 มหาวิทยาลัยรังสิต

7 ตุลาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม
 เรียน ดร.ปิยภรณ์ ชูชีพ (ผู้อำนวยการหลักสูตรการจัดการมหัศจรรย์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต)

เนื่องด้วย นางสาว พิมพ์พร ชิวานันท์ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ
 มหาวิทยาลัยรังสิต ได้ขอระหว่างการทำคุณวุฒิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะเพื่อการ
 ลงทุน : การศึกษาเชิงประจักษ์ ของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย” มีความจำเป็นต้องทำการตรวจสอบความ
 ตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลดังกล่าว

ในการนี้ ทางหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบ
 ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ตามเอกสารแนบ
 ทางหลักสูตรหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และใคร่ขอขอบคุณล่วงหน้า มา ณ
 โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดขอความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ชนะเกียรติ สมานบุตร)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต

เจ้าหน้าที่หลักสูตร : นาย ชาดากานท์ เกตุมธุรานรเดชา
 โทรศัพท์ : 02-791-6000 ต่อ 1004



มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University T. (66) 2997 2200-30
เมืองเอก ก.พหลโยธิน Muang-Ake, Paholyothin Rd. F. (66) 2791 5757
จ.ปทุมธานี 12000 Pathumthani 12000, Thailand E. info@rsu.ac.th

คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยรังสิต

7 ตุลาคม 2564

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม
เรียน หม่อมหลวงคิศจัยนาคำ คีตกุล (นายกสมาคมธุรกิจเพื่อสังคม)

เนื่องด้วย นางสาว พิมพ์พร ชิวานันท์ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจคุณวุฒิบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต ได้อุปะหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน : การศึกษาเชิงประจักษ์ ของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย” มีความจำเป็นต้องทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลดังกล่าว

ในการนี้ ทางหลักสูตรบริหารธุรกิจคุณวุฒิบัณฑิต จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ตามเอกสารแนบ

ทางหลักสูตรหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และใคร่ขอขอบคุณล่วงหน้า มา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดขอความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ชนะเกียรติ สมานบุตร)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจคุณวุฒิบัณฑิต

เจ้าหน้าที่หลักสูตร : นาย ธาดากานท์ เกตุมยุรานรเดชา
โทรศัพท์ : 02-791-6000 ต่อ 1004



มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University T. (66) 2997 2200-30
เมืองเอก ก.พหลโยธิน Muang-Ake, Patholyothin Rd. F. (66) 2791 5757
จ.ปทุมธานี 12000 Pathumthani 12000, Thailand E. info@rsu.ac.th

คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยรังสิต

7 ตุลาคม 2564

เรื่อง ขอลความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม
เรียน ดร.วีรศักดิ์ ประเสริฐชูวงศ์ (อาจารย์ประจำสาขาการตลาดดิจิทัลและนวัตกรรมค้าปลีก
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต)

เนื่องด้วย นางสาว พิมพ์พร ชิวานันท์ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยรังสิต ได้ขออยู่ระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะเพื่อการ
ลงทุน : การศึกษาเชิงประจักษ์ ของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย” มีความจำเป็นต้องทำการตรวจสอบความ
ตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลดังกล่าว

ในการนี้ ทางหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต จึงใคร่ขอลความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบ
ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ตามเอกสารแนบ

ทางหลักสูตรหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และใคร่ขอขอบคุณล่วงหน้า มา ณ
โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดขอลความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ชนะเกียรติ ธรรมานบุตร)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต

เจ้าหน้าที่หลักสูตร : นาย ธาดา กานท์ เกตุมยุรานรเดชา

โทรศัพท์ : 02-791-6000 ต่อ 1004



มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University T. (66) 2997 2200-30
เมืองเอก ก.พหลโยธิน Muang-Ake, Paholyothin Rd. F. (66) 2791 5757
จ.ปทุมธานี 12000 Pathumthani 12000, Thailand E. info@rsu.ac.th

คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยรังสิต

7 ตุลาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม
เรียน ดร. กฤษดา เขียววัฒนสุข (รองคณบดีฝ่ายวิจัย พัฒนาและบริการวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)

เนื่องด้วย นางสาว พิมพ์พร ชิวานันท์ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุขุภัณฑ์ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยรังสิต ได้ขอระหว่างการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะเพื่อการ
ลงทุน : การศึกษาเชิงประจักษ์ ของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย” มีความจำเป็นต้องทำการตรวจสอบความ
ตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลดังกล่าว

ในการนี้ ทางหลักสูตรบริหารธุรกิจดุขุภัณฑ์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบ
ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ตามเอกสารแนบ

ทางหลักสูตรหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และใคร่ขอขอบคุณล่วงหน้า มา ณ
โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดขอความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ชนะเกียรติ สมานบุตร)

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจดุขุภัณฑ์

เจ้าหน้าที่หลักสูตร : นาย ธาดากานท์ เกตุมยุรนาเรเดชา
โทรศัพท์ : 02-791-6000 ต่อ 1004

ภาคผนวก ค
แบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง กรุณากรอกข้อความลงในช่องว่างหรือเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับตัวท่าน

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 21 – 30 ปี 31 - 40 ปี
 41 – 50 ปี 51 - 60 ปี มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพ

โสด สมรส หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท
 30,001 - 40,000 บาท 40,001 – 50,000 บาท
 มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท ข้าราชการ/ลูกจ้างรัฐ
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ เกษตรกร ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย
 รับจ้างทั่วไป พ่อบ้าน/ แม่บ้าน อื่นๆ

7. ท่านเคยสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม.....ครั้ง

8. ช่องทางใดที่ท่านเคยใช้ในการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านการระดมทุนสาธารณะ

Facebook Line เว็บไซต์ ชื่อ.....

9. ท่านสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยเฉลี่ยต่อครั้งเป็นจำนวนเงิน

.....บาท

10. ท่านเคยสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นจำนวนเงินรวมทั้งหมด

.....บาท

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติ (Attitude) ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ล้อมรอบตัวเลขหรือ ในช่องตัวเลขที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด
เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5) เห็นด้วย (4) เฉยๆ (3) ไม่เห็นด้วย (2) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)

ปัจจัยด้านทัศนคติ	ท่านเห็นด้วย				
1. ฉันมีความเห็นในเชิงบวกเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
2. ฉันน่าจะรู้สึกดีที่มีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
3. ฉันคิดว่าฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
4. ฉันพอใจในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
5. ฉันคิดว่าการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นประโยชน์สำหรับฉัน	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ล้อมรอบตัวเลขหรือ ในช่องตัวเลขที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด
เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5) เห็นด้วย (4) เฉยๆ (3) ไม่เห็นด้วย (2) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)

ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	ท่านเห็นด้วย				
1. คนที่มีความสำคัญสำหรับฉันคิดว่าฉันควรมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
2. คนที่ใกล้ชิดฉันสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
3. คนที่มีอิทธิพลกับฉันที่ฉันให้ความเคารพสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
4. คนที่ใกล้ชิดฉันเห็นด้วยกับการที่ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Social Norm) ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ล้อมรอบตัวเลขหรือ ในช่องตัวเลขที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด
เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5) เห็นด้วย (4) เฉยๆ (3) ไม่เห็นด้วย (2) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)

ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม	ท่านเห็นด้วย				
	5	4	3	2	1
1. ฉันอ่าน/เห็นข่าว/การแชร์ข้อมูลที่มีการแนะนำว่า การมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะเป็นวิธีที่ดีในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่น่าสนใจ	5	4	3	2	1
2. สื่อขอดนิยมนำเสนอให้ฉันเห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
3. ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
4. การที่ฉันเห็นคนจำนวนมากสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม ทำให้ฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วย	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived Behavioral Control) ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ล้อมรอบตัวเลขหรือ ในช่องตัวเลขที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด
เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5) เห็นด้วย (4) เฉยๆ (3) ไม่เห็นด้วย (2) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)

ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม	ท่านเห็นด้วย				
	5	4	3	2	1
1. ฉันสามารถมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ (ถ้าฉันต้องการ)	5	4	3	2	1
2. การตัดสินใจที่จะมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมมาจากตัวฉันเองทั้งหมด	5	4	3	2	1
3. การที่ฉันจะมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือไม่ขึ้นอยู่กับตัวฉัน	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ล้อมรอบตัวเลขหรือ ในช่องตัวเลขที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด
เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5) เห็นด้วย (4) เฉยๆ (3) ไม่เห็นด้วย (2) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)

ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง	ท่านเห็นด้วย				
	5	4	3	2	1
1. ฉันมั่นใจในความสามารถของฉันในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
2. ฉันมีความชำนาญมากพอในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
3. ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการใช้โซเชียลมีเดีย/เว็บไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้	5	4	3	2	1
4. ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านโซเชียลมีเดีย/เว็บไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 7 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentives) ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ล้อมรอบตัวเลขหรือ ในช่องตัวเลขที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด
เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5) เห็นด้วย (4) เฉยๆ (3) ไม่เห็นด้วย (2) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)

ปัจจัยสิทธิประโยชน์ทางภาษี	ท่านเห็นด้วย				
	5	4	3	2	1
1. ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเช่นนี้จะทำให้ฉันรู้สึกดีต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
2. ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
3. ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีทำให้ฉันต้องการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1

4. ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจะมีประโยชน์สำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
---	---	---	---	---	---

ส่วนที่ 8 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Intention) ต่อการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ล้อมรอบตัวเลขหรือ ในช่องตัวเลขที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด
เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5) เห็นด้วย (4) เฉยๆ (3) ไม่เห็นด้วย (2) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)

ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน	ท่านเห็นด้วย				
1. ถ้าฉันมีโอกาส ฉันคาดว่าจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
2. ถ้าฉันมีโอกาสในอนาคต ฉันตั้งใจจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
3. มีแนวโน้มว่าฉันจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในอนาคตอันใกล้	5	4	3	2	1
4. ฉันมีความตั้งใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างแน่นอน	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 9 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (Information Sharing Intention) เรื่องการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ล้อมรอบตัวเลขหรือ ในช่องตัวเลขที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด
เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5) เห็นด้วย (4) เฉยๆ (3) ไม่เห็นด้วย (2) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)

ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล	ท่านเห็นด้วย				
1. ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักบ่อยขึ้นในอนาคต	5	4	3	2	1
2. ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนบ่อยขึ้นในอนาคต	5	4	3	2	1
3. ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ	5	4	3	2	1

4. ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ	5	4	3	2	1
5. ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น	5	4	3	2	1
6. ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 10 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (Financial

Contribution Behavior) ในการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ล้อมรอบตัวเลขหรือ ในช่องตัวเลขที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด
เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5) เห็นด้วย (4) เฉยๆ (3) ไม่เห็นด้วย (2) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)

พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน	ท่านเห็นด้วย				
1. ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	5	4	3	2	1
2. ฉันสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมบ่อยครั้ง	5	4	3	2	1
3. ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในเร็วๆนี้	5	4	3	2	1
4. ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ	5	4	3	2	1

ภาคผนวก ง

แบบประเมินความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม





มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University T. (66) 2997 2200-30
เมืองเอก อ.พหลโยธิน Muang-Aek, Pathumthani Rd. F. (66) 2533 9470
จ.ปทุมธานี 12000 Pathumthani 12000, Thailand E. info@rsu.ac.th

เรียน ท่านผู้ทรงคุณวุฒิที่เคารพ

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือวิจัยในการทำคชฎินิพนธ์

เนื่องด้วยดิฉัน นางสาวพิมพ์พร ชีวานันท์ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจคชฎินิพนธ์ บัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต กำลังทำคชฎินิพนธ์หัวข้อเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม” ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่นที่จะให้งานวิจัยชิ้นนี้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ที่ดำเนินงานด้านวิสาหกิจเพื่อสังคมในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะ ได้เพิ่มมากขึ้น ความเข้าใจเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนกับวิสาหกิจเพื่อสังคมจะช่วยลดข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม เพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ สามารถขยายผล และเติบโตได้อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ เครื่องมือวิจัยที่มีความถูกต้อง เหมาะสม และผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ นับว่าเป็นส่วนที่สำคัญอย่างยิ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการทำคชฎินิพนธ์ในครั้งนี้ ดิฉันจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์มายังท่านผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวิจัย ซึ่งจะใช้เวลาของท่านประมาณ 15-20 นาที และการทำคชฎินิพนธ์ในครั้งนี้ จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีหากปราศจากความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิ

สุดท้ายนี้ ดิฉันขอขอบพระคุณอย่างสูงในความอนุเคราะห์ของท่านในครั้งนี้ ในกรณีที่ท่านมีข้อสงสัยหรือข้อคำถามเกี่ยวกับเครื่องมือวิจัยท่านสามารถติดต่อมาดิฉันได้ที่โทรศัพท์มือถือ หมายเลข 095-351-4295 หรือ อีเมล pimporn.c59@rsu.ac.th

ด้วยความเคารพอย่างสูง

(นางสาวพิมพ์พร ชีวานันท์)

นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจ

หลักสูตรบริหารธุรกิจคชฎินิพนธ์

มหาวิทยาลัยรังสิต

แบบการประเมินความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

คำชี้แจง แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Intention) ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน (Equity-Based Crowdfunding) ในวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ได้แก่ ทักษะคติ (Attitude) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norm) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived Behavioral Control) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) และสิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentive)
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (Information Sharing Intention) เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน (Equity-Based Crowdfunding) ในวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ได้แก่ ทักษะคติ (Attitude) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norm) การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived Behavioral Control) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) และสิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentive)
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่จะสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Behavior) ผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน (Equity-Based Crowdfunding) ในวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ได้แก่ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Intention) และความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (Information Sharing Intention)

โดยแบบประเมินเชิงเนื้อหาประกอบด้วย 9 ส่วนคือ

1. แบบประเมินปัจจัยด้านทัศนคติ (Attitude) ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม
2. แบบประเมินปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม
3. แบบประเมินปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Social Norm) ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม
4. แบบประเมินปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived Behavioral Control) ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม
5. แบบประเมินปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม
6. แบบประเมินปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentives) ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม
7. แบบประเมินความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Intention) ต่อการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม
8. แบบประเมินความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (Information Sharing Intention) เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม
9. แบบประเมินพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Behavior) ในการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

วิธีการและขั้นตอนการประเมิน

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา สามารถทำได้โดยการนำนิยามเชิงปฏิบัติการ และข้อคำถาม ให้ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องพิจารณาความสอดคล้อง และกรอกผลการพิจารณา ดัชนีที่ใช้แสดงค่าความสอดคล้องเรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิต้องประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับ คือ

- +1 หมายถึง มีความแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามตัวแปรที่กำหนด
- 0 หมายถึง มีความไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามตัวแปรที่กำหนด
- 1 หมายถึง มีความแน่ใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับนิยามตัวแปรที่กำหนด

โปรดเขียนทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความสอดคล้องกันและถูกต้องเพียงใด



ส่วนที่ 1 แบบประเมิน ปัจจัยด้านทัศนคติ (Attitude) ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึงการประเมินความคิดเห็น ความรู้สึกนึกคิด ที่บุคคลมีต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ข้อคำถาม	ผลการประเมิน			
	+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
1 ฉันมีความเห็นในเชิงบวกเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				
2 ฉันน่าจะรู้สึกดีที่มีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				
3 ฉันคิดว่าฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				
4 ฉันพอใจในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				
5 ฉันคิดว่าการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นประโยชน์สำหรับฉัน				

ส่วนที่ 2 แบบประเมิน ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งกลุ่มอ้างอิงนั้นจะมีอิทธิพลต่อการกระทำของบุคคลนั้น เช่น ครอบครัว หรือเพื่อน โดยความคาดหวังของกลุ่มอ้างอิงจะผลักดันให้บุคคลนั้นๆสนับสนุนหรือไม่สนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ข้อความ		ผลการประเมิน			
		+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
1	คนที่มีความสำคัญสำหรับฉันคิดว่าฉันควรมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				
2	คนที่ใกล้ชิดฉันสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				
3	คนที่มีอิทธิพลกับฉันที่ฉันให้ความเคารพสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				
4	คนที่ใกล้ชิดฉันสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				

ส่วนที่ 3 แบบประเมิน ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

บรรทัดฐานทางสังคม (Social Norm) หมายถึง แรงกดดันจากสังคมที่บุคคลมีส่วนร่วมอยู่ในสังคมนั้น ส่งผลให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือเปลี่ยนพฤติกรรมของตนอันเนื่องมาจากความกดดันจากสังคม

ข้อคำถาม	ผลการประเมิน			
	+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
1	ฉันอ่าน/เห็นข่าว/การแชร์ข้อมูลที่มีการแนะนำว่า การมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะเป็นวิธีที่ดีในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่น่าสนใจ			
2	สื่อยอดนิยมแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม			
3	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม			
4	การที่ฉันเห็นคนจำนวนมากสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม ทำให้ฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วย			

ส่วนที่ 4 แบบประเมิน ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

การรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived Behavioral Control) หมายถึง การรับรู้ของบุคคล ต่อความสะดวกหรือความยากลำบากต่อการแสดงพฤติกรรมในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการ ระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมถึงความสามารถในการควบคุมให้ พฤติกรรมนั้นเป็นไปอย่างที่ตั้งใจได้

ข้อความ		ผลการประเมิน			
		+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
1	ฉันสามารถมีส่วนร่วมในการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ (ถ้าฉัน ต้องการ)				
2	การตัดสินใจที่จะมีส่วนร่วมในการระดม ทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมมาจาก ตัวฉันเองทั้งหมด				
3	การที่ฉันจะมีส่วนร่วมในการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือไม่ นั้นขึ้นอยู่กับตัวฉัน				

ส่วนที่ 5 แบบประเมิน ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงิน
ผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) หมายถึง ความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับ
ความสามารถของตนต่อการพิจารณาความสำเร็จในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุน
สาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม และความคาดหวังของผลลัพธ์ของการกระทำนั้น

ข้อความ		ผลการประเมิน			
		+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
1	ฉันมั่นใจในความสามารถของฉันในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				
2	ฉันมีความชำนาญมากพอในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				
3	ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการใช้โซเชียลมีเดีย/เว็บไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้				
4	ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านโซเชียลมีเดีย/เว็บไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้				

ส่วนที่ 6 แบบประเมิน ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ที่มีต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม

สิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentives) หมายถึง การให้สิทธิลดหย่อนภาษีเงินได้ให้แก่ผู้ที่ลงทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม

ข้อคำถาม	ผลการประเมิน			
	+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
1 ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเช่นนี้จะทำให้ฉันรู้สึกดีต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				
2 ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				
3 ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีทำให้ฉันต้องการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				
4 ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจะมีประโยชน์สำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				

ส่วนที่ 7 แบบประเมิน ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ต่อการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Intention) หมายถึง ความตั้งใจของบุคคลที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

ข้อความ		ผลการประเมิน			
		+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
1	ถ้าฉันมีโอกาส ฉันตั้งใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				
2	ถ้าฉันมีโอกาส ฉันคาดว่าฉันจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในอนาคต				
3	มีแนวโน้มว่าฉันจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในอนาคตอันใกล้				
4	ฉันมีความตั้งใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				

ส่วนที่ 8 แบบประเมินความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล เรื่องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนใน
วิสาหกิจเพื่อสังคม

ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (Information Sharing Intention) หมายถึง ความตั้งใจของบุคคลที่จะแบ่งปันข้อมูลเรื่องการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมให้แก่เครือข่ายทางสังคมและวิชาชีพของพวกเขา

ข้อคำถาม	ผลการประเมิน			
	+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
1	ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักบ่อยขึ้นในอนาคต			
2	ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนบ่อยขึ้นในอนาคต			
3	ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ			
4	ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ			
5	ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น			

6	ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น				
---	--	--	--	--	--

ส่วนที่ 9 แบบประเมิน พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ในการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม

	ข้อคำถาม	ผลการประเมิน			
		+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
1	ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม				
2	ฉันสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมบ่อยครั้ง				
3	ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในเร็ว ๆ นี้				
4	ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ				

ภาคผนวก จ

สรุปการประเมินความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ปัจจัยด้านทัศนคติ (Attitude)

		ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 4	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 5	Total	ICO	Result
1	ฉันมีความเห็นในเชิงบวกเกี่ยวกับการระดม ทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
2	ฉันน่าจะรู้สึกดีที่มีส่วนร่วมในการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
3	ฉันคิดว่าฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดม ทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
4	ฉันพอใจในการมีส่วนร่วมในการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
5	ฉันคิดว่าการมีส่วนร่วมในการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็น ประโยชน์สำหรับฉัน	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน

ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)

		ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 4	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 5	Total	ICO	Result
1	คนที่มีมีความสำคัญสำหรับฉันคิดว่าฉันควรมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	0	+1	+1	+1	4	0.8	ผ่าน
2	คนที่ใกล้ชิดฉันสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
3	คนที่มีอิทธิพลกับฉันที่ฉันให้ความเคารพสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
4	คนที่ใกล้ชิดฉันสนับสนุนให้ฉันมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน

ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Social Norm)

		ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 4	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 5	Total	ICO	Result
1	ฉันอ่าน/เห็นข่าว/การแชร์ข้อมูลที่มีการแนะนำว่า การมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะเป็นวิธีที่ดีในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่น่าสนใจ	+1	0	+1	+1	+1	4	0.8	ผ่าน
2	สื่อขออนุญาตมาให้ฉันเห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
3	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
4	การที่ฉันเห็นคนจำนวนมากสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมทำให้ฉันอยากมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมด้วย	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน

ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุม (Perceived Behavioral Control)

		ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 4	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 5	Total	ICO	Result
1	ฉันสามารถมีส่วนร่วมในการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ (ถ้าฉัน ต้องการ)	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
2	การตัดสินใจที่จะมีส่วนร่วมในการระดม ทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมมาจาก ตัวฉันเองทั้งหมด	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
3	การที่ฉันจะมีส่วนร่วมในการระดมทุน สาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมหรือไม่ นั้นขึ้นอยู่กับตัวฉัน	+1	+1	+1	+1	0	4	0.8	ผ่าน

ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy)

		ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 4	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 5	Total	ICO	Result
1	ฉันมั่นใจในความสามารถของฉันในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
2	ฉันมีความชำนาญมากพอในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
3	ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการใช้โซเชียลมีเดีย/เว็บไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้	+1	+1	0	+1	+1	4	0.8	ผ่าน
4	ฉันมีความมั่นใจว่าฉันมีความสามารถในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านโซเชียลมีเดีย/เว็บไซต์/แพลตฟอร์มสำหรับการลงทุนสาธารณะได้	+1	+1	+1	+1	0	4	0.8	ผ่าน

ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentives)

		ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 4	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 5	Total	ICO	Result
1	ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเช่นนี้จะทำให้ฉันรู้สึกดีต่อการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
2	ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
3	ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีทำให้ฉันต้องการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
4	ถ้าการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจะมีประโยชน์สำหรับฉันในการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน

ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Intention)

		ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 4	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 5	Total	ICO	Result
1	ถ้าฉันมีโอกาส ฉันตั้งใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
2	ถ้าฉันมีโอกาส ฉันคาดว่าฉันจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในอนาคต	0	+1	+1	+1	+1	4	0.8	ผ่าน
3	มีแนวโน้มว่าฉันจะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในอนาคตอันใกล้	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
4	ฉันมีความตั้งใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	0	+1	+1	+1	+1	4	0.8	ผ่าน

ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (Information Sharing Intention)

		ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 4	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 5	Total	ICO	Result
1	ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักบ่อยขึ้นในอนาคต	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
2	ฉันตั้งใจจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนบ่อยขึ้นในอนาคต	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
3	ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
4	ฉันจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนเมื่อมีผู้ขอมาเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
5	ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันรู้จักด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
6	ฉันจะพยายามแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ฉันสนับสนุนด้วยวิธีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน

พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (Financial Contribution Behavior)

		ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 2	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 3	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 4	ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 5	Total	ICO	Result
1	ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
2	ฉันสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมบ่อยครั้ง	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน
3	ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในเร็ว ๆ นี้	+1	+1	0	+1	+1	4	0.8	ผ่าน
4	ฉันมีความเต็มใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	5	1	ผ่าน

ภาคผนวก ฉ

ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของมาตรวัด

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

Scale: Attitude Scale

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1527	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	1527	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.890	.903	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
ATT1	4.68	.566	1527
ATT2	4.74	.515	1527
ATT3	4.62	.635	1527
ATT4	4.66	.603	1527
ATT5	4.45	.793	1527

Inter-Item Correlation Matrix

	ATT1	ATT2	ATT3	ATT4	ATT5
ATT1	1.000	.778	.661	.658	.474
ATT2	.778	1.000	.724	.715	.503
ATT3	.661	.724	1.000	.820	.575
ATT4	.658	.715	.820	1.000	.590
ATT5	.474	.503	.575	.590	1.000

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	4.628	4.454	4.741	.287	1.064	.012
Inter-Item Correlations	.650	.474	.820	.346	1.729	.012

Summary Item Statistics

	N of Items
Item Means	5
Inter-Item Correlations	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ATT1	18.47	4.763	.730	.632	.868
ATT2	18.40	4.838	.787	.696	.860
ATT3	18.53	4.327	.816	.722	.847
ATT4	18.49	4.439	.821	.721	.847
ATT5	18.69	4.277	.604	.380	.912

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23.14	6.887	2.624	5



Scale: Subjective Norm Scale

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1527	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	1527	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.895	.896	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SBN1	3.99	1.194	1527
SBN2	3.86	1.069	1527
SBN3	3.66	1.280	1527
SBN4	3.61	1.233	1527

Inter-Item Correlation Matrix

	SBN1	SBN2	SBN3	SBN4
SBN1	1.000	.552	.706	.614
SBN2	.552	1.000	.650	.793
SBN3	.706	.650	1.000	.778
SBN4	.614	.793	.778	1.000

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	3.780	3.614	3.986	.372	1.103	.031
Inter-Item Correlations	.682	.552	.793	.241	1.436	.008

Summary Item Statistics

	N of Items
Item Means	4
Inter-Item Correlations	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SBN1	11.13	10.631	.690	.515	.893
SBN2	11.26	11.007	.744	.636	.875
SBN3	11.46	9.397	.815	.690	.847
SBN4	11.51	9.552	.834	.749	.839

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.12	17.429	4.175	4



Scale: Social Norm Scale

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1527	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	1527	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.815	.821	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SCN1	4.51	.698	1527
SCN2	4.19	.952	1527
SCN3	4.39	.829	1527
SCN4	4.09	1.039	1527

Inter-Item Correlation Matrix

	SCN1	SCN2	SCN3	SCN4
SCN1	1.000	.521	.501	.397
SCN2	.521	1.000	.653	.580
SCN3	.501	.653	1.000	.549
SCN4	.397	.580	.549	1.000

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	4.294	4.090	4.511	.422	1.103	.036
Inter-Item Correlations	.533	.397	.653	.256	1.643	.007

Summary Item Statistics

	N of Items
Item Means	4
Inter-Item Correlations	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SCN1	12.66	5.795	.550	.320	.808
SCN2	12.99	4.356	.722	.529	.724
SCN3	12.79	4.889	.697	.496	.741
SCN4	13.09	4.381	.613	.390	.788

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.18	8.130	2.851	4



Scale: Perceived Behavioral Control Scale

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1527	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	1527	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.939	.940	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PBC1	4.44	.760	1527
PBC2	4.53	.719	1527
PBC3	4.51	.754	1527

Inter-Item Correlation Matrix

	PBC1	PBC2	PBC3
PBC1	1.000	.835	.789
PBC2	.835	1.000	.894
PBC3	.789	.894	1.000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	4.493	4.437	4.528	.090	1.020	.002
Inter-Item Correlations	.840	.789	.894	.105	1.133	.002

Summary Item Statistics

	N of Items
Item Means	3
Inter-Item Correlations	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PBC1	9.04	2.055	.834	.707	.944
PBC2	8.95	2.051	.914	.844	.882
PBC3	8.97	2.007	.877	.806	.909

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13.48	4.450	2.110	3



Scale: Self Efficacy Scale

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1527	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	1527	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.887	.886	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SLE1	4.17	.929	1527
SLE2	3.49	1.048	1527
SLE3	3.59	1.109	1527
SLE4	3.67	1.102	1527

Inter-Item Correlation Matrix

	SLE1	SLE2	SLE3	SLE4
SLE1	1.000	.621	.540	.568
SLE2	.621	1.000	.684	.694
SLE3	.540	.684	1.000	.848
SLE4	.568	.694	.848	1.000

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	3.730	3.489	4.173	.684	1.196	.093
Inter-Item Correlations	.659	.540	.848	.308	1.571	.011

Summary Item Statistics

	N of Items
Item Means	4
Inter-Item Correlations	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SLE1	10.75	8.808	.632	.423	.897
SLE2	11.43	7.657	.759	.579	.852
SLE3	11.33	7.155	.805	.737	.834
SLE4	11.25	7.103	.824	.748	.826

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.92	13.158	3.627	4



Scale: Tax Incentives Scale

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1527	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	1527	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.961	.962	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TAX1	3.94	1.143	1527
TAX2	3.87	1.170	1527
TAX3	3.72	1.215	1527
TAX4	3.79	1.204	1527

Inter-Item Correlation Matrix

	TAX1	TAX2	TAX3	TAX4
TAX1	1.000	.871	.813	.820
TAX2	.871	1.000	.885	.874
TAX3	.813	.885	1.000	.909
TAX4	.820	.874	.909	1.000

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	3.830	3.724	3.938	.214	1.057	.009
Inter-Item Correlations	.862	.813	.909	.096	1.118	.001

Summary Item Statistics

	N of Items
Item Means	4
Inter-Item Correlations	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TAX1	11.38	11.929	.867	.774	.960
TAX2	11.45	11.402	.925	.859	.943
TAX3	11.60	11.175	.915	.861	.946
TAX4	11.54	11.257	.913	.852	.947

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.32	20.082	4.481	4



Scale: Financial Contribution Intention Scale

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1527	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	1527	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.898	.909	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
FCI1	4.49	.688	1527
FCI2	4.49	.678	1527
FCI3	4.09	.938	1527
FCI4	4.37	.802	1527

Inter-Item Correlation Matrix

	FCI1	FCI2	FCI3	FCI4
FCI1	1.000	.882	.590	.743
FCI2	.882	1.000	.625	.764
FCI3	.590	.625	1.000	.687
FCI4	.743	.764	.687	1.000

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	4.359	4.087	4.489	.401	1.098	.036
Inter-Item Correlations	.715	.590	.882	.292	1.495	.010

Summary Item Statistics

	N of Items
Item Means	4
Inter-Item Correlations	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FCI1	12.95	4.640	.811	.790	.859
FCI2	12.95	4.608	.841	.808	.851
FCI3	13.35	4.047	.686	.496	.916
FCI4	13.06	4.189	.817	.670	.851

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.43	7.515	2.741	4



Scale: Information Sharing Intention Scale

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1527	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	1527	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.950	.950	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
ISI1	4.30	.815	1527
ISI2	4.30	.811	1527
ISI3	4.42	.769	1527
ISI4	4.45	.742	1527
ISI5	4.29	.812	1527
ISI6	4.32	.801	1527

Inter-Item Correlation Matrix

	ISI1	ISI2	ISI3	ISI4	ISI5	ISI6
ISI1	1.000	.912	.680	.658	.773	.750
ISI2	.912	1.000	.686	.679	.773	.770
ISI3	.680	.686	1.000	.880	.732	.715
ISI4	.658	.679	.880	1.000	.734	.723
ISI5	.773	.773	.732	.734	1.000	.914
ISI6	.750	.770	.715	.723	.914	1.000

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	4.345	4.294	4.446	.152	1.035	.005
Inter-Item Correlations	.759	.658	.914	.255	1.388	.007

Summary Item Statistics

	N of Items
Item Means	6
Inter-Item Correlations	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ISI1	21.77	12.522	.842	.845	.941
ISI2	21.77	12.487	.854	.852	.939
ISI3	21.65	12.944	.815	.796	.944
ISI4	21.62	13.125	.811	.795	.944
ISI5	21.78	12.350	.881	.859	.936
ISI6	21.75	12.492	.867	.848	.938

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
26.07	18.039	4.247	6



Scale: Financial Contribution Behavior Scale

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1527	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	1527	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.857	.858	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
FCB1	4.50	.713	1527
FCB2	3.51	1.127	1527
FCB3	3.88	1.027	1527
FCB4	3.86	1.031	1527

Inter-Item Correlation Matrix

	FCB1	FCB2	FCB3	FCB4
FCB1	1.000	.388	.542	.540
FCB2	.388	1.000	.659	.694
FCB3	.542	.659	1.000	.785
FCB4	.540	.694	.785	1.000

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	3.936	3.508	4.499	.991	1.282	.170
Inter-Item Correlations	.601	.388	.785	.397	2.024	.018

Summary Item Statistics

	N of Items
Item Means	4
Inter-Item Correlations	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
FCB1	11.24	8.186	.542	.329	.879
FCB2	12.23	5.874	.688	.516	.830
FCB3	11.86	5.870	.800	.660	.774
FCB4	11.89	5.774	.821	.688	.764

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.74	10.904	3.302	4



ภาคผนวก ข

รายชื่อกิจการที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

ลำดับที่	รายชื่อกิจการที่จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม	ประเภท
136	บริษัท วิสาหกิจเพื่อสังคมชวานาไทย จำกัด	ประเภท วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ที่เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น
137	บริษัท จิตต์อาหาร วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด	ประเภท วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ที่เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น
138	บริษัท เน็ดจิงบ้าน (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด	ประเภท วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ที่เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น
139	บริษัท ไซกู๊ด วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด	ประเภท วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ที่เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น
140	บริษัท แฮนด์ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด	ประเภท วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ที่เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น
141	บริษัท ป่า-หิน โบราณคดี วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด	ประเภท วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ที่เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น
142	บริษัท ไทย ดิจิทัล แพลตฟอร์ม วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด	ประเภท วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ที่เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น
143	บริษัท สยาม เอ็มบี อินโนเวชั่น (วิสาหกิจเพื่อสังคม)	ประเภท วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ที่เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น
144	บริษัท แก่งเพชรรีสอร์ท จำกัด	ประเภท วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ที่เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น
145	บริษัท อีโค่ อายส์ วิลเลจ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด	ประเภท วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ประสงค์จะแบ่งปันกำไรให้แก่ผู้ที่เป็นหุ้นส่วนหรือผู้ถือหุ้น



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	พิมพ์พร ชีวานันท์
วัน เดือน ปีเกิด	31 พฤษภาคม 2522
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ สารสนเทศ, 2543 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา บริหารธุรกิจ , 2548 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, 2564
ที่อยู่ปัจจุบัน	65/4 ซอยร่วมฤดี 3 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขต ปทุมวัน กทม. 10330