

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

พิมพ์พร ชีวานันท์¹ และ สุมาลี สว่าง²

Received: August 10, 2021

Revised: October 25, 2021

Accepted: November 4, 2021

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านวิธีการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่จะใช้เงินในการสนับสนุนทางการเงินผ่านวิธีการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ อิทธิพลของทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การรับรู้ความสามารถของตนเอง ลิทธิประโยชน์ทางภาษี ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณซึ่งมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่เคยลงทุนผ่านวิธีการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย จำนวน 1,527 ราย

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การรับรู้ความสามารถของตนเอง และลิทธิประโยชน์ทางภาษีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคม ในขณะที่ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคม ด้วยวิธีการลงทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมและการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล ในขณะที่ปัจจัยด้านลิทธิประโยชน์ทางภาษี ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม ผ่านวิธีการลงทุนสาธารณะ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน และความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: การระดมทุนสาธารณะ, การระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน, ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน, วิสาหกิจเพื่อสังคม

¹ นักศึกษาปริญญาเอก คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต (ผู้รับผิดชอบบทความ, Email: pimporn.c59@rsu.ac.th)

² อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต (Email: sumalee.sa@rsu.ac.th)

The Structural Equation Modelling of Factors Affecting Financial Contribution Intention and Behavior Via Investment Crowdfunding in Social Enterprise in Thailand

Pimporn Chewanant¹ and Sumalee Sawang²

Received: August 10, 2021

Revised: October 25, 2021

Accepted: November 4, 2021

Abstract

The purpose of this research was to study the factors influencing the intention of financial contribution via investment crowdfunding in social enterprise, to study the factors influencing information sharing intention via investment crowdfunding in social enterprise, to study the factors influencing financial contribution behavior via investment crowdfunding in social enterprise in Thailand, and 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 investment crowdfunding in social enterprises in Thailand. A quantitative research is conducted with a questionnaire as a research tool and data were collected from 1,527 people who have invested via investment crowdfunding in social enterprise in Thailand.

The analysis of the structural equation model found 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 investment 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 investment 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 0.05.

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

¹ Graduate School, Faculty of Business Administration, Rangsit University (Corresponding author, Email: pimporn.c@rsu.ac.th)

² Lecturer, Faculty of Business Administration, Rangsit University (Email: sumalee.sa@rsu.ac.th)

บทนำ

วิสาหกิจเพื่อสังคมนับว่าเป็นรูปแบบธุรกิจที่ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ ในปัจจุบัน เพราะมีเป้าหมายหลักในการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม แต่มีการดำเนินการทางเศรษฐกิจเหมือนองค์กรทั่วไป โดยมีการสร้างนวัตกรรมทางสังคมที่สามารถเปลี่ยนแปลงความคิดและพฤติกรรมของคนเพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคม ปัญหาความยากจน ปัญหาสิ่งแวดล้อมซึ่งยังพบได้มากในสังคมปัจจุบัน (Yunus, 2007) จนกลายเป็นปรากฏการณ์ที่นักวิชาการและนักพัฒนาสังคมทั่วโลกให้ความสนใจ (Robinson, Mair & Hockerts, 2009) ในประเทศไทยเริ่มให้ความสำคัญกับแนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคมในปี พ.ศ. 2552 โดยมีนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยจากภาครัฐ ทำให้วิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยเริ่มได้รับความสนใจจากทุกภาคส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพราะรูปแบบการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม สามารถนำมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่สังคมกำลังเผชิญอยู่ได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะได้ออกกฎหมาย และแสดงเจตนารมณ์ในการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว ยังพบว่าหนึ่งในปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยคือข้อจำกัดเรื่องเงินทุน และแหล่งเงินทุน (เกวลิน มะลิ, 2557) และจากผลการวิจัยของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ในปี 2563 ยังแสดงให้เห็นว่าปัญหาหลักของการเริ่มต้น และการดำเนินกิจการของวิสาหกิจเพื่อสังคม ยังคงเป็นเรื่องการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เนื่องจากความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนอยู่ในระดับต่ำ และรูปแบบการดำเนินงานมักไม่ตรงตามเกณฑ์ในการขอรับสินเชื่อจากสถาบันการเงิน

จากข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคม ประกอบกับการเติบโตของการระดมทุนสาธารณะทั่วโลก งานวิจัยชิ้นนี้จึงเลือกทำการศึกษาเรื่องการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม เพราะเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปแล้วว่า การระดมทุนจากสาธารณะมักจะถูกนำมาใช้ เมื่อการกู้ยืมเงินแบบดั้งเดิมนั้น ห่างไกลจากความเป็นจริง และถูกมองว่าเป็นวิธีการที่เหมาะสมที่จะสนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เนื่องจากนักเก็งกำไรสาธารณะส่วนใหญ่ มักจะให้ความสำคัญกับแผนปฏิบัติการน้อยกว่าเป้าหมายหลักขององค์กร (Meyskens & Bird, 2015) แม้ว่าการตั้งข้อสังเกตของ Bergamini et al. (2015) ได้กล่าวว่า การระดมทุนจากสาธารณะ มีความสมเหตุสมผลสูงมากสำหรับกิจการเพื่อสังคม แต่การให้ความสำคัญกับการระดมทุนจากสาธารณะเพื่อวิสาหกิจเพื่อสังคม ก็ยังคงเป็นหัวข้อที่โลกของนักวิชาการยังไม่ได้เข้ามาแสวงหาความรู้กันมากนัก และการระดมเงินสดเพื่อให้เข้าไปยังกิจการของวิสาหกิจเพื่อสังคม ก็ยังคงเป็นเรื่องที่คลุมเครือ และไม่ชัดเจน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่วิสาหกิจเพื่อสังคม ควรจะต้องทำงานร่วมกับนักลงทุนที่มีเป้าหมายเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของเป้าหมายทางสังคม ซึ่งการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคมส่วนใหญ่ จะมีความปรารถนาในการลงทุนกับทรัพยากรที่ก่อให้เกิดผลกระทบในแง่บวกที่สำคัญต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม มากกว่าที่จะรอคอยผลตอบแทนทางการเงิน (Martin, 2015)

อย่างไรก็ตามการระดมทุนจากสาธารณะ แม้จะเป็นช่องทางใหม่สำหรับการระดมทุนให้กับโครงการและผู้ประกอบการ แต่การระดมทุนในลักษณะนี้ได้มีการเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยในปี พ.ศ. 2559 พบว่ามีปริมาณการระดมทุน 262 พันล้านยูโร ซึ่งถือเป็นการลงทุนในระดับสูง โดยเป็นปริมาณการลงทุนที่เพิ่มขึ้นมาจากตัวเลข 130 พันล้านยูโรในปี พ.ศ. 2558 (Ziegler, Shneor, Garvey, Wenzlaff, Yerolemu,

Zhang & Hao, 2018) และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น 300 เปอร์เซ็นต์ในทุก ๆ ปี (World Bank, 2015; Statista, 2020) ผู้เชี่ยวชาญเชื่อว่าปรากฏการณ์การระดมทุนจากสาธารณะนี้ จะขยายตัวต่อไปเรื่อย ๆ โดย David Piscorik ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการกลุ่มทรัพยากรทางธุรกิจ บริษัท Stancil & Co จำกัด กล่าวว่า มูลค่าของบริษัทขนาดเล็กในสหรัฐอเมริกาเมื่อรวมกันแล้วมีมูลค่ามากถึงหลายพันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ และหากแม้มีเพียงส่วนหนึ่งของบริษัทเหล่านี้ที่ใช้การระดมทุนจากสาธารณะ ก็จะนำมาซึ่งการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้นมหาศาล และเขาเชื่อว่าการระดมทุนจากสาธารณะจะนำมาซึ่งความเท่าเทียมในการลงทุน และยังเป็นทางเลือกใหม่ให้คนกลุ่มใหญ่ที่ไม่ประสงค์จะลงทุนครั้งละมาก ๆ ซึ่งการเพิ่มขึ้นของนักลงทุนกลุ่มนี้ จะช่วยขับเคลื่อนธุรกิจขนาดเล็กและนำมาซึ่งการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในภาพรวมด้วย (ฝ่ายวิชาการ กองกำกับบัญชีธุรกิจ, 2558)

ด้วยเหตุผลดังที่กล่าวมานี้ จึงทำให้ผู้วิจัยปรารถนาที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน รวมทั้งพฤติกรรม การสนับสนุนทางการเงินที่ผ่านกระบวนการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน โดยเจาะจงที่การลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย และงานวิจัยชิ้นจะนำมุมมองด้านความรู้ความเข้าใจในการทำความเข้าใจพฤติกรรมกรรมการระดมทุนสาธารณะ ซึ่งมุมมองที่ว่านี้กล่าวถึงพฤติกรรม หรือการกระทำต่าง ๆ ของมนุษย์ว่า ล้วนได้รับอิทธิพลจากกระบวนการทางจิตโดยเริ่มจากได้รับข้อมูล เปลี่ยนแปลงข้อมูล และนำข้อมูลไปใช้ โดยวิเคราะห์พฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมในบริบทของการระดมทุนจากสาธารณะ ในรูปแบบของการลงทุนว่า สอดคล้องกับพฤติกรรมที่วางแผนไว้ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) (Ajzen, 1991) อย่างไร นอกจากนี้จากงานสำรวจของ Seeders พบว่า

ผู้ที่เคยสนับสนุนการระดมทุนจากสาธารณะ ได้เปิดเผยว่าแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้เขาเหล่านั้นสนับสนุนเงินให้กับบริษัทที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจ (start-up) ด้วยความตั้งใจที่จะช่วยให้ธุรกิจเหล่านั้นสามารถตั้งตัวได้ ขณะเดียวกันก็คาดหวังที่จะได้รับผลตอบแทนทางการเงินที่มีความหมาย นอกไปจากนั้น แรงจูงใจอีกประการหนึ่ง คือประโยชน์ที่จะได้รับการยกเว้นทางด้านภาษี (Icon Group International, 2013) สำหรับในประเทศไทยเอง แม้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นมาตรการลำดับต้นๆ ที่ภาครัฐได้ดำเนินการแล้วเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งก็นับว่าเป็นประโยชน์อย่างมากต่อวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งนักลงทุนหรือผู้สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมประเภทนิติบุคคล แต่สิทธิประโยชน์ดังกล่าวยังไม่ดึงดูดนักลงทุนรายย่อยเท่าใดนัก เพราะการระดมทุนยังคงเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม และจะเห็นได้ว่าในช่วงตั้งต้น วิสาหกิจเพื่อสังคมยังคงต้องอาศัยนักลงทุนรายบุคคลเป็นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนฝูงหรือคนในครอบครัว หรือ Angel Investors ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้ จึงนำปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (Tax Incentives) มาทำการศึกษาเพิ่มเติมด้วย เพื่อให้รัฐบาลได้นำผลการศึกษาไปพิจารณาให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่บุคคลธรรมดาที่ลงทุนและสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมต่อไป เพื่อจะทำให้เกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมมากขึ้น และช่วยวิสาหกิจเพื่อสังคมมีโอกาสเติบโตในช่วงตั้งต้นได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินผ่านกระบวนการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

4. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมกับข้อมูลเชิงประจักษ์

บทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม

จากการทบทวนวรรณกรรมของต่างประเทศเกี่ยวกับคำจำกัดความของวิสาหกิจเพื่อสังคม พบว่าเป็นการยากที่จะให้คำนิยามอย่างใดอย่างหนึ่งกับคำว่า “วิสาหกิจเพื่อสังคม” ทั้งนี้เป็นเพราะคำนิยามมีความแตกต่างกันไปตามบริบททางสังคมในแต่ละประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของกฎหมาย หรือขนาดของวิสาหกิจเพื่อสังคม (Liu et al., 2015) อย่างไรก็ตามแม้ว่าวิสาหกิจเพื่อสังคมจะมีรูปแบบทางกฎหมาย และกิจกรรมบางอย่างที่แตกต่างกัน ในขณะที่เดียวกันวิสาหกิจเพื่อสังคม ก็มีคุณสมบัติโดยทั่วไปที่เหมือนกันอยู่ (Germak & Singh, 2009; Linton, 2013; Tracey et al., 2011; Santos, 2012; Peredo & McLean, 2006; Mair & Marti, 2006; Laville & Nyssens, 2001; Peattie & Morley, 2008) อาทิ วิสาหกิจเพื่อสังคมทำให้เห็นโอกาสในการกระตุ้นสิ่งที่ทำให้ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และ/หรือ เน้นย้ำในเรื่องความต้องการของสังคม และการตอบสนองต่อภารกิจทางสังคมในแง่มุมต่าง ๆ รวมถึงการมีส่วนร่วมให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังส่งเสริมความสมัครสมานและการทำงานร่วมกัน โดยมีเป้าหมายหลักในการทำเพื่อสังคม ไม่ใช่ทำเพื่อผลกำไรที่ได้จากการลงทุน ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมจึงมักจะมีมโนคติที่ยึดหยุ่น และมีความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากพวกเขา

สามารถที่จะตอบสนองสถานการณ์ทางสังคม และเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และมักจะเป็นโครงการต่าง ๆ ที่มาจากการริเริ่มของประชาชน หรือเกี่ยวข้องกับคนในชุมชนที่มีเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งเหมือนกัน และมีความชัดเจนในการทำให้ชุมชนหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในสังคมได้รับประโยชน์ สุดท้ายการกระทำเช่นนี้ก็ช่วยส่งเสริมความรับผิดชอบของคนในชุมชนในระดับท้องถิ่นได้ทั้งทางตรง และทางอ้อม

แนวคิดเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะ

การระดมทุนจากสาธารณะ หรือ “Crowdfunding” หมายถึง ความสามารถในการได้รับเงินทุนจากผู้สนับสนุนจำนวนมาก โดยแต่ละคนจะสนับสนุนเงินในจำนวนที่น้อย แทนที่จะได้รับเงินสนับสนุนก้อนใหญ่จากผู้สนับสนุนเพียงไม่กี่คน (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2014) และโดยปกติกระบวนการนี้จะทำผ่านช่องทางออนไลน์ และไม่มีตัวกลางทางการเงินที่มีมาตรฐานกำหนดตายตัว (Mollick, 2014) ซึ่งลักษณะของการระดมทุนสาธารณะมี 4 ประเภท ได้แก่

1. การระดมทุนสาธารณะเพื่อการบริจาค (Donation-based crowdfunding) การระดมทุนประเภทนี้เป็นการระดมเงินแบบดั้งเดิมที่มีจุดประสงค์เพื่อการบริจาค แต่มีความแตกต่างตรงที่เงินบริจาค่นั้นจะผ่านช่องทางออนไลน์ และส่วนใหญ่จะผ่านคนกลางเฉพาะราย โดยที่ผู้ลงทุนจะไม่ได้รับสิ่งตอบแทนใด ๆ ในการร่วมลงทุนแต่จะได้รับสิ่งตอบแทนทางสังคม เช่น การรับรู้ของคนในสังคม เป็นต้น (Leimeister & Zogaj, 2013)

2. การระดมทุนสาธารณะเพื่อรางวัลตอบแทน (Reward-based crowdfunding) การระดมทุนประเภทนี้ เป็นการระดมทุนสาธารณะที่คนส่วนใหญ่มักจะรู้จัก และคุ้นเคยที่สุด ผู้ร่วมลงทุนประเภทนี้จะไม่ได้รับสิ่งตอบแทนในรูปของเงิน แต่จะได้รับสิ่งของอื่น ๆ เป็นการตอบแทน เช่น สินค้า หรือจดหมายขอบคุณที่ช่วยเหลือให้โครงการเกิดขึ้น (Gerber & Hui, 2013)

3. การระดมทุนเพื่อกู้ยืมจากสาธารณะ (Crowdlending) การระดมทุนประเภทนี้ ผู้ที่ลงทุนจะได้รับดอกเบี้ยตอบแทน โดยมีการทำสัญญากันล่วงหน้าก่อนที่จะเกิดการกู้ยืมเงินกันขึ้น การทำสัญญานั้นสามารถที่จะเป็นบุคคลธรรมดา หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่าการกู้ยืมเงินระหว่างบุคคลกับบุคคล หรือ peer-to-peer lending (Kortleben & Vollmar, 2012)

4. การระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน (Investment crowdfunding) ผู้ลงทุนในโครงการประเภทนี้เสมือนเป็นนักลงทุน โดยจะได้หุ้นเป็นการตอบแทนจากการสนับสนุนโครงการ (Mollick, 2014) ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาโดยเจาะจงไปที่การระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนเท่านั้น

งานวิจัยส่วนใหญ่เกี่ยวกับการระดมทุนจากสาธารณะ มักจะให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจในปัจจุบันที่ส่งผลต่อความสำเร็จ และความล้มเหลวของโครงการเป็นหลัก (Short, et al., 2017) แม้ว่า จะเริ่มมีการศึกษาแรงจูงใจของผู้สนับสนุนโครงการที่ใช้วิธีระดมทุนจากสาธารณะบ้างแล้ว (Macht & Weatherston, 2015; Shneor & Munim, 2019) มุมมองของผู้สนับสนุนการระดมทุนสาธารณะ จะมีความแตกต่างกันไปตามรูปแบบของการระดมทุน (Belleflamme et al., 2014; Macht & Weatherston, 2015; Mollick, 2014) แม้ว่า Bergamini et al. (2017) ได้ตั้งข้อสังเกตว่าการระดมทุนจากสาธารณะมีความสมเหตุสมผลสูงมากสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม แต่การให้ความสำคัญกับการระดมทุนจากสาธารณะเพื่อวิสาหกิจเพื่อสังคม ก็ยังคงเป็นหัวข้อที่โลกของนักวิชาการยังไม่ได้เข้ามาศึกษากันมากนัก และก็ยังคงเป็นเรื่องที่คลุมเครือ และไม่ชัดเจน ดังนั้นจึงจำเป็น

อย่างยิ่งที่วิสาหกิจเพื่อสังคม ควรจะต้องทำงานร่วมกับนักลงทุนที่มีเป้าหมายทางสังคมเดียวกัน โดยการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคมส่วนใหญ่ จะมีมุ่งเน้นการลงทุนกับทรัพยากรที่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากกว่าผลตอบแทนทางการเงิน (Martin, 2015)

แนวคิดเกี่ยวกับการระดมทุนสำหรับวิสาหกิจเพื่อสังคม

การศึกษาวิจัยของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ปี 2563 พบว่า หนึ่งในปัญหาหลักของวิสาหกิจเพื่อสังคมคือการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เนื่องจากการเข้าถึงนักลงทุนอยู่ในระดับต่ำ โมเดลธุรกิจไม่สมบูรณ์ และไม่ปฏิบัติตามเกณฑ์การขอรับสินเชื่อจากข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งทุนของวิสาหกิจเพื่อสังคมนี้ ประกอบกับการเกิดขึ้นของการระดมทุนรูปแบบใหม่ ได้แก่ การระดมทุนจากผู้ลงทุนรายย่อย ซึ่งเป็นทางเลือกสำหรับธุรกิจที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนแบบเดิม ๆ ได้ และการระดมทุนสาธารณะมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและเป็นที่แพร่หลายทั่วโลก งานวิจัยชิ้นนี้จึงเลือกทำการศึกษารื่องการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม เพราะเป็นที่ยอมรับว่าการระดมทุนจากสาธารณะมักจะถูกนำมาใช้ เมื่อการกู้ยืมเงินแบบทั่วไปห่างไกลจากความเป็นจริง (Thomson Reuters Foundation, 2015) และถูกมองว่าเป็นวิธีการที่เหมาะสมที่จะสนับสนุนกิจการทางสังคม เพราะนักเก็งกำไรสาธารณะส่วนใหญ่ จะให้ความสำคัญกับแผนปฏิบัติการน้อยกว่าเป้าหมายหลักขององค์กร (Meyskens & Bird, 2015) แม้ว่าข้อสังเกตของ Bergamini et al. (2017) ได้เสนอว่าการระดมทุนจากสาธารณะมีความสมเหตุสมผลสูงมากสำหรับกิจการเพื่อสังคม แต่การให้ความสำคัญกับการระดมทุนจากสาธารณะเพื่อวิสาหกิจเพื่อสังคม ก็ยังคงมีจำกัดของ

นักวิชาการที่ทำการศึกษานี้ และความสามารถในการระดมกระแสเงินสดไปยังวิสาหกิจเพื่อสังคม ก็ยังคงเป็นเรื่องที่คลุมเครือ และไม่ชัดเจน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่วิสาหกิจเพื่อสังคมจะต้องทำงานร่วมกับนักลงทุนที่มีความเชื่อเดียวกันกับเป้าหมายทางสังคม และธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น และมีความปรารถนาที่จะลงทุนในทรัพยากรต่าง ๆ ให้เกิดผลกระทบที่สำคัญต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม มากกว่ารอคอยที่จะได้ผลตอบแทนทางการเงิน (Martin, 2015)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะ พบว่าการสร้างสรรค์ร่วมกันส่งผลทางบวกต่อทัศนคติและพฤติกรรมสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะ และพฤติกรรมนี้ยังได้รับผลกระทบอย่างมากจากความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Kim & Hall 2019) อย่างไรก็ตามเมื่อได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) มาใช้เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการบริจาคเงินเพื่อโครงการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืนในประเทศสเปน พบว่า ทัศนคติบรรทัดฐานส่วนตัว และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริจาคเงินเพื่อโครงการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืนของประชาชน และพบว่า ตัวแปรบรรทัดฐานทางศีลธรรม พฤติกรรมในอดีต ความรู้ อายุและสภาพการจ้างงาน ก็มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริจาคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Perezy & Egea, 2019) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่พบว่า ทัศนคติโดยรวม พฤติกรรมในอดีต บรรทัดฐานทางศีลธรรม และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ส่งผลต่อความตั้งใจในการบริจาค โดยที่ทัศนคติโดยรวมส่งผลต่อความตั้งใจที่จะบริจาคมากที่สุด (Mittelman & Mendez, 2018; Smith & McSweeney, 2007)

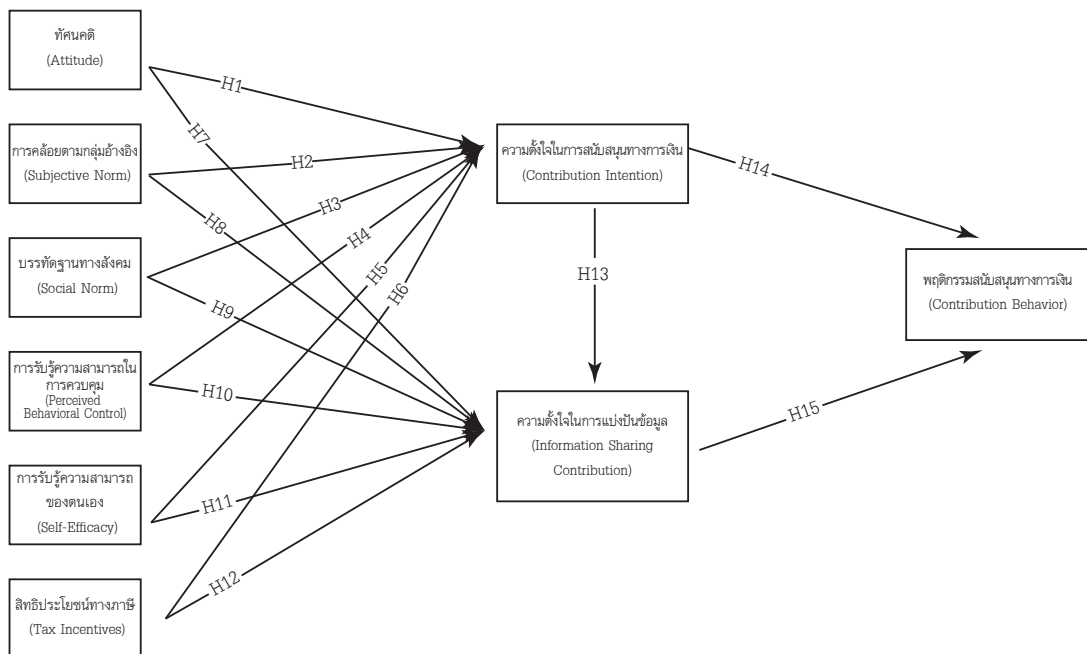
ในขณะทำงานวิจัยบางส่วนกลับพบว่า ทัศนคติ การรับรู้ตนเอง และบรรทัดฐานทางศีลธรรม ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการบริจาคเงินเพื่อการกุศล (Kashif, et al., 2015)

อย่างไรก็ตาม จากการได้ทบทวนวรรณกรรมสามารถตั้งข้อสังเกตได้ว่า ส่วนใหญ่มีการเน้นถึงความจำเป็นในการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับมุมมอง และปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อผู้สนับสนุนโครงการผ่านการระดมทุนจากสาธารณะ (McKenny et al., 2017) โดยพบว่า มุมมองของผู้สนับสนุนการระดมทุนจากสาธารณะ จะมีความแตกต่างกันไปตามรูปแบบของการระดมทุน อาทิ ปัจจัยที่จะสร้างแรงจูงใจให้กับผู้สนับสนุนการระดมทุนสาธารณะในรูปแบบของการลงทุน (investment crowdfunding) ก็จะแตกต่างกันไปกับผู้สนับสนุนการระดมทุนในแบบที่ไม่ใช่การลงทุน (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 และพฤติกรรมในการสนับสนุนโครงการที่ใช้วิธีระดมทุนจากสาธารณะที่ไม่ใช่การลงทุน โดยเจาะจงไปที่การระดมทุนที่ให้ผลตอบแทนที่ไม่ได้อยู่ในรูปแบบของ “เงิน” หากแต่ผู้สนับสนุนจะได้รับรางวัล หรือผลตอบแทนเป็นสิ่งของหรือไม่ก็เป็นสิทธิพิเศษตามที่เจ้าของโครงการกำหนด (Reward-Based Crowdfunding) และเพื่อเป็นการต่อยอดแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยฉบับนี้จึงจะทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจ และพฤติกรรมในการสนับสนุนโครงการที่ใช้วิธีระดมทุนจากสาธารณะในรูปแบบของการลงทุน กล่าวคือ ผู้ลงทุนจะได้หุ้นเป็นผลตอบแทนตามสัดส่วนของเงินที่ลงทุนไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้ใช้ตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) มาเป็นแนวทางในการกำหนดปัจจัยของกรอบแนวคิดการวิจัยทั้งนี้เนื่องจากทฤษฎีดังกล่าวเป็นทฤษฎีที่ถูกนำมาอธิบายและใช้ทำนายการกระทำหรือพฤติกรรมของมนุษย์ โดยใช้ความตั้งใจ (Intention) เป็นเกณฑ์ในการตัดสินว่าบุคคลนั้นจะกระทำหรือไม่กระทำ

พฤติกรรมนั้นดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาอิทธิพลระหว่างตัวแปรแต่ละตัวอันได้แก่ ตัวแปรต้น คือทัศนคติการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงบรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง และสิทธิประโยชน์ทางภาษีตัวแปรคั่นกลาง คือ ความตั้งใจสนับสนุนทางการเงิน และความตั้งใจแบ่งปันข้อมูล ส่วนตัวแปรตามคือ พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน อันจะนำไปสู่การสร้างกรอบแนวความคิดงานวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical Research) เพื่อต้องการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ด้วยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงเวลาเดียวกัน (Cross-Sectional Design) และใช้ผู้ที่เคยลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ผ่านการระดมทุนสาธารณะ เป็นหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ซึ่งประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยลงทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ได้แก่ ผู้ที่เคยลงทุนในบริษัทธรรมธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนผู้ถือหุ้นอยู่ 11,000 คน (บริษัทธรรมธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม, 2563) และในการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้น Hair, Black, Babin & Anderson (2014) ได้เสนอแนะให้พิจารณาขนาดของกลุ่มตัวอย่างควบคู่ไปกับจำนวนพารามิเตอร์อิสระที่ต้องการประมาณค่า ถ้าพารามิเตอร์มีจำนวนมาก จะต้องมียกขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากขึ้นด้วย โดยใช้อัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างและจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรควรจะเป็น 10 ต่อ 1 สำหรับการวิจัยครั้งนี้ มีพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าจำนวน 38 พารามิเตอร์ ซึ่งคำนวณตามคำแนะนำของ Hair, Black, Babin & Anderson (2014) ขนาดตัวอย่างจึงควรมีค่าเท่ากับ 380 ตัวอย่างเป็นอย่างน้อย เนื่องจากผู้วิจัยทราบขอบเขตและจำนวนของประชากรที่แน่นอน มีจำนวนทั้งสิ้น 11,000 คน ผู้วิจัยจึงทำการส่งแบบสอบถามให้กลุ่มประชากรทั้งหมดเพื่อตอบกลับโดยไม่มีการสุ่มตัวอย่าง และมีการตอบกลับมาจำนวน 1,527 คน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,527 คน ตามทฤษฎีความน่าจะเป็น กฎว่าด้วยขนาดของตัวอย่างขนาดใหญ่ หรือ law of large numbers (LLN) (Dekking, 2005)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็น สำหรับผู้ที่เคยลงทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม ต่อปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามกรอบแนวความคิดจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม และได้ทำการการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามนั้น เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา การใช้ภาษา และลักษณะของข้อความที่ใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มประชากรที่จะศึกษา ซึ่งผู้วิจัยใช้ดัชนีสอดคล้อง (Index of Congruence หรือ IOC) ในการตรวจสอบความตรงของมาตรวัดว่าเป็นมาตรวัดของตัวแปรที่ต้องการจะวัดหรือไม่ แต่ละข้อสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และมีความชัดเจนของคำถามหรือไม่อย่างไร โดยผู้วิจัยจะทำการแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ก่อนนำไปทดลองใช้ (Pre-test)

สำหรับการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-Test) ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อทำการกลั่นกรองมาตรวัดในเบื้องต้น โดยจะใช้วิธีการทดสอบความเที่ยง (Reliability) ซึ่งเป็นการวัดตัวซ้ำวัน หรือข้อคำถามของตัวแปรแต่ละตัวว่ามีความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) มากน้อยแค่ไหน โดยผู้วิจัยจะใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha Coefficient) ในการประเมินความสอดคล้องภายใน ซึ่งความเชื่อมั่นจะเป็นที่ยอมรับ

ได้หากตัวชี้วัดเหล่านี้มีความสอดคล้องภายในตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Hair, Black, Babin & Anderson, 2014) และค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป (Everitt & Skrondal, 2010) ถ้าหากตัวชี้วัดใด หรือข้อคำถามใดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานจะถูกตัดออก ทั้งนี้ ในการตรวจสอบความเที่ยง ผู้วิจัยจะตรวจสอบความเที่ยงของข้อมูลทั้ง 2 ชุด ได้แก่ 1) ข้อมูลทดลองใช้ ($n = 30$) และข้อมูลที่เก็บจริงของผู้สนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม ($n = 1,527$) ซึ่งผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของข้อมูลทดลองใช้ ($n = 30$) พบว่า ข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนด คือ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ 0.471 ถึง 0.936 และตัวแปรทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ตั้งแต่ 0.788 ถึง 0.952 ผู้วิจัยจึงไม่ได้ตัดข้อคำถามใด ๆ ออกจากตัวแปร และผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของข้อมูลทดลองใช้ ($n = 1527$) พบว่า ข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ 0.542 ถึง 0.925 และตัวแปรทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ตั้งแต่ 0.815 ถึง 0.961 ผู้วิจัยจึงไม่ได้ตัดข้อคำถามใด ๆ ออกจากตัวแปร

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสร้างแบบสอบถามในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Google Forms) และส่งแบบสอบถามให้กับผู้ที่เคยลงทุนผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมทั้งหมดผ่านช่องทาง Line Official Account ธรรมธุรกิจ ซึ่งได้แก่ผู้ถือหุ้นบริษัทธรรมธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ทั้งหมดจำนวน 11,000 คน ในช่วงระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึง มิถุนายนพ.ศ. 2564 รวมเป็นเวลา 2 เดือน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ คือ ค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ จำนวนที่มี

อิทธิพลต่อพฤติกรรมการสนับสนุนทางการเงิน ได้แก่ ทักษะคิด การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม การรับรู้ความสามารถของตนเอง ลิทธิประโยชน์ทางภาษี ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน และความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล นอกจากนี้ยังใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของโมเดลการวัด (Measurement Model) ของแต่ละตัวแปรแฝง (Latent Variable) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยทำการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity) สำหรับการทดสอบอิทธิพลของตัวแปรแฝงทั้งหมด 9 ตัว สถิติที่ใช้คือ โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model)

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ผลวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41 - 50 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากที่สุด ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ส่วนมากเคยสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมจำนวน 1 - 2 ครั้ง จำนวนเงินในการสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม มีจำนวนน้อยกว่า 5,000 บาท ช่องทางที่เคยใช้ในการแบ่งปันข้อมูลการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านการระดมทุนสาธารณะ มากที่สุด คือ Facebook

2. การวิเคราะห์เชิงพรรณนาตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

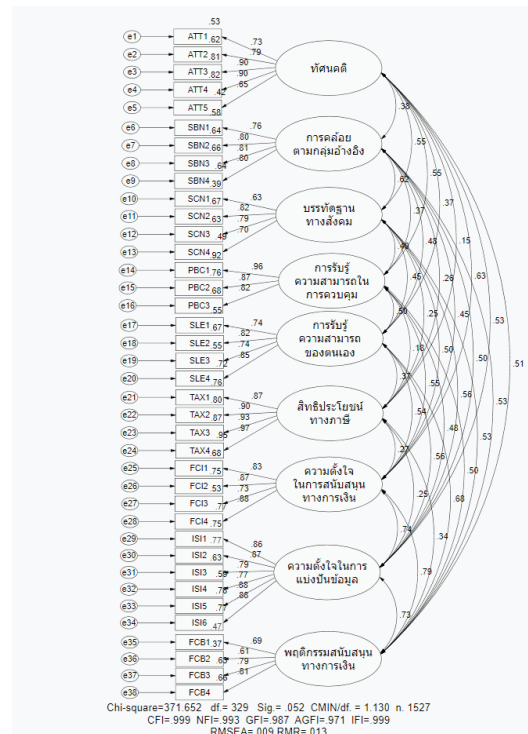
ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจ

เพื่อสังคมในประเทศไทย จำนวน 9 ตัวแปร พบว่า ตัวแปรด้านทัศนคติ (ATT) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63) ตัวแปรด้านบรรทัดฐานทางสังคม (SCN) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29) ตัวแปรด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม(PBC) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49) ตัวแปรด้านความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36) และตัวแปรด้านความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78) ตัวแปรด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73) ตัวแปรด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83) และตัวแปรด้านพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB) (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดม ทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ประกอบด้วย 9 ตัวแปร ได้แก่ ทัศนคติ (ATT) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) บรรทัดฐานทางสังคม (SCN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม(PBC) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) สิทธิประโยชน์ทางภาษี (TAX) ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน (FCI) ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล (ISI) และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน (FCB) รวมทั้งหมด 38 ตัวแปรสังเกตได้ ผลวิเคราะห์พบว่า มีน้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.61–0.98 มากกว่า 0.40 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสอง (R2) 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) ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ กล่าวได้ว่า โมเดลการวัดมีความตรงเชิงลู่เข้าที่ดีถือว่าตัวแปรมีความเป็นเอกภาพที่ดีแสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝงแบบจำลององค์ประกอบเชิงยืนยันทุกตัวมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกสูง ซึ่งผลของค่าการวัดที่มีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกสูงบ่งบอกถึงความเป็นเอกภาพของตัวแปรแฝงซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ สามารถนำเข้าโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

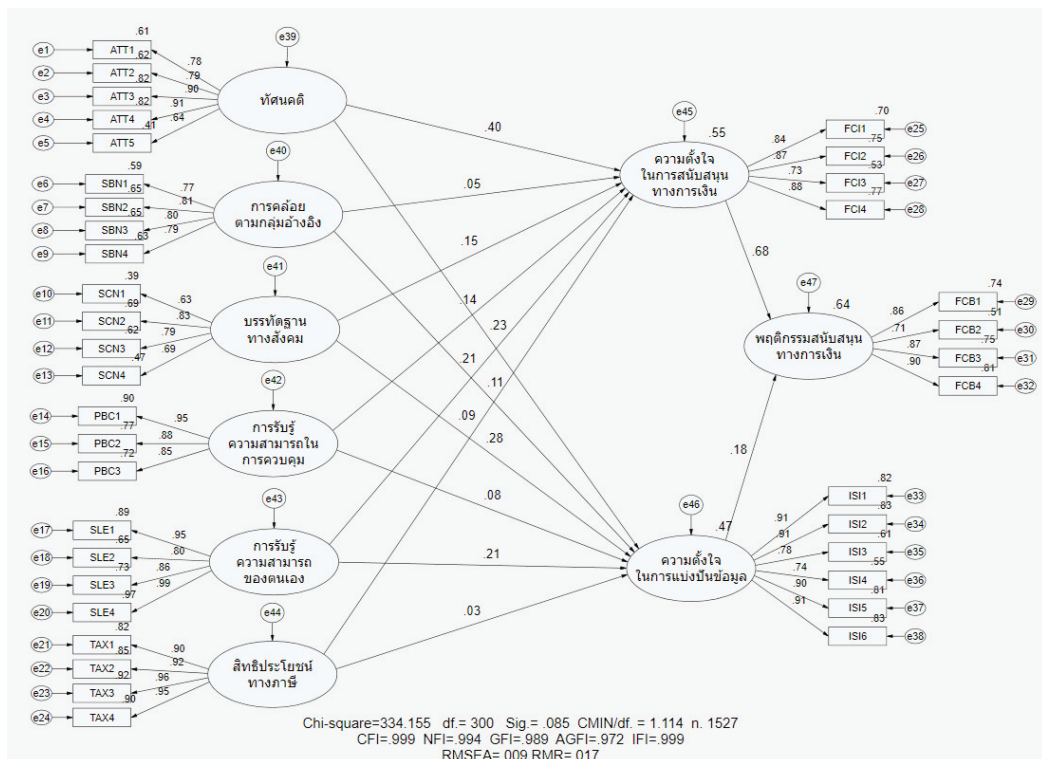


ภาพที่ 2 องค์ประกอบเชิงยืนยันแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

4. การวิเคราะห์สมการโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการจัดสรรงบประมาณสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) ของโมเดลแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการจัดสรรงบประมาณสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อ

สังคมในประเทศไทยเพื่อทำการตรวจสอบความเหมาะสมและความถูกต้องของโมเดลสมการเชิงโครงสร้างและทำการปรับโมเดลให้มีความสมบูรณ์ เพื่อให้ค่าสถิติเป็นที่ยอมรับโดยวิธีเชื่อมตัวแปร Modification Indices และทำการตรวจสอบความเหมาะสมและความถูกต้องของโมเดลสมการเชิงโครงสร้างด้วยการพิจารณาค่าน้ำหนักตัวแปรและค่า R² เพื่อทำการตรวจสอบความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ สรุปผลได้ดังนี้



ภาพที่ 3 สมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการจัดสรรงบประมาณสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

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, Black, Babin & Anderson (2014), Bollen (1989) และ Sorbon (1996) ผลการวิเคราะห์จากการปรับโมเดล พบว่า ดัชนีมีความสอดคล้องและค่าสถิติเหล่านี้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ทั้ง 7 ดัชนี สรุปได้ดังนี้

1. ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI) ซึ่งผลการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ 0.999 > 0.90 ผลของค่าดัชนีเป็นไปตามแนวคิดของ Hair, Black, Babin & Anderson (2014) ซึ่ง CFI ที่สมควรมีค่า 0.90 ขึ้นไป แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์

2. ดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) เป็นการแสดงถึงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้ด้วยโมเดล ซึ่งผลการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ 0.989 > 0.90 ผลของค่าดัชนีเป็นไปตามแนวคิดของ Hair, Black, Babin & Anderson (2014) และ Mueller (1996) ซึ่ง GFI ที่สมควรมีค่า 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 ซึ่ง

ผลการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ 0.972 > 0.80 ผลของค่าดัชนีเป็นไปตามแนวคิดของ Durande-Moreau & Usunier (1999) AGFI ที่สมควรมีค่า 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 ผลของค่าดัชนีเป็นไปตามแนวคิด ตรงตามเกณฑ์ Hair, Black, Babin & Anderson (2014) และ Browne & Cudeck (1993) แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์

5. ดัชนีความกลมกลืนประเภเปรียบเทียบกับรูปแบบอิสระ (Normed fit index; NFI) เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยค่า NFI ที่ยอมรับได้ควรมีค่ามากกว่า 0.90 ซึ่งผลการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ 0.994 > 0.90 ผลของค่าดัชนีเป็นไปตามแนวคิดของ Hair, Black, Babin & Anderson (2014) แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์

6. ดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบกับรูปแบบฐาน (Incremental fit index; IFI) เป็นค่าดัชนีที่ทดสอบเปรียบเทียบรูปแบบทดสอบกับรูปแบบฐานที่ตัวแปรทุกตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กับมีค่ามากกว่า 0.90 ซึ่งจะแสดงว่ารูปแบบทางทฤษฎีสามารถใช้อธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรได้อย่างดี โดยค่า IFI ที่ยอมรับได้ควรมีค่ามากกว่า 0.90 ซึ่งผลการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ 0.999 > 0.90 ผลของค่าดัชนีเป็นไปตามแนวคิดของ Hair, Black, Babin & Anderson (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 ที่ดีมาก ผลของค่าดัชนีเป็นไปตามแนวคิด ตรงตามเกณฑ์ ของ Diamantopoulos & Siguaw (2000) แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์

จากผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีทั้ง 7 ตัว มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งให้เห็นว่าสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย 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

5. ผลวิเคราะห์เส้นอิทธิพลสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย สรุปได้ว่า พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสนับสนุนทางการเงินสูงสุด คือ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน

(FCI) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.68 รองลงมา ทักษะคน (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 ทักษะคน (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 ทักษะคน (ATT) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.23 การรับรู้ความสามารถของตนเอง (SLE) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.21 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SBN) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.11 และการรับรู้ความสามารถในการควบคุม (PBC) ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม 0.08 ตามลำดับ โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง ร้อยละ 47.0%

การอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้ดังนี้

1. การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย พบว่าปัจจัยที่มี

อิทธิพลต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทยสูงสุด คือ ทศนคติ รองลงมา การรับรู้ความสามารถของตนเอง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม และสิทธิประโยชน์ทางภาษี ทั้งนี้เนื่องจากทศนคติจะเป็นสาเหตุหรือแรงจูงใจในการกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจหรือพฤติกรรม หากบุคคลเกิดทศนคติที่ดีก็จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจที่ดีและมุ่งไปสู่การกระทำหรือพฤติกรรมที่เป็นไปตามความตั้งใจ ซึ่งการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมถือเป็นการลงทุนที่นักลงทุนมีความตั้งใจและมีทศนคติที่ดีในการแก้ไขปัญหา ด้านแหล่งเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการ สอดคล้องกับการศึกษาของ Tarkiainen & Sundqvist (2005) และ Choo, Chung & Pysarchik (2004) ที่พบว่า บุคคลที่มีทศนคติที่ดีและความตั้งใจที่ดี จะส่งผลให้มีพฤติกรรมที่ดีตามไปด้วย ดังนั้นทศนคติ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถกำหนดความตั้งใจของบุคคลได้ นอกจากนี้ยังพบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ทั้งนี้เนื่องจากความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย เกิดขึ้นจากความต้องการหรือการตัดสินใจลงทุนโดยตัวบุคคล ซึ่งบุคคลที่จะตัดสินใจลงทุนมักจะพิจารณาลงทุนตามกำลังและความสามารถในการบริหารจัดการสินทรัพย์ของตนที่จะนำไปก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่ได้เกิดขึ้นจากการตัดสินใจของผู้อื่นที่คาดว่าจะมีอิทธิพลให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจ อีกทั้งแนวคิดเรื่องการลงทุนหรือการบริจาคเพื่อสังคมเป็นเรื่องส่วนบุคคลที่มักจะทำตามความพอใจของตนเองโดยไม่เปิดเผย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงจึงไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสนับสนุนทางการเงินในวิสาหกิจเพื่อสังคมของประเทศไทย สอดคล้องกับ Mittelman & Rojas-Mendez (2018) ที่ได้ศึกษา

วิจัยเพื่อหาสาเหตุที่ชาวแคนาดาที่บริจาคเงินเพื่อการกุศล และพบว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการบริจาคเพื่อการกุศล แต่ขัดแย้งกับการศึกษาวิจัยของ Kashif & De Run (2015) ที่พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อความตั้งใจบริจาคเพื่อการกุศลในปากีสถาน

2. การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลสูงสุด คือ บรรทัดฐานทางสังคม รองลงมา ทศนคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุม ทั้งนี้เนื่องจากบรรทัดฐานทางสังคมเป็นสิ่งที่แสดงถึงแบบแผน กฎเกณฑ์ข้อบังคับหรือมาตรฐานในการปฏิบัติของคนในสังคม ซึ่งสังคมยอมรับว่าสมควรจะปฏิบัติโดยเฉพาะอย่างยิ่งการระดมทุนสาธารณะที่เป็นการร่วมแรงร่วมใจกันในกลุ่มคนออนไลน์ ในการรวบรวมทุนจำนวนน้อยจากผู้คนจำนวนมากและส่วนใหญ่ผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อนำเงินทุนที่ได้ไปใช้ประโยชน์และยังสามารถประชาสัมพันธ์ธุรกิจ รวมทั้งนำข้อมูลจากผู้สนับสนุนที่สนใจในโครงการ มาปรับปรุงธุรกิจได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shneor & Munim (2019) ที่พบว่าทศนคติ บรรทัดฐานทางสังคม และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลในการระดมทุนสาธารณะเพื่อรางวัลตอบแทน สำหรับการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมพบว่า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูลน้อยที่สุด

3. การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่จะสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคมไทย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน สูงสุด คือ ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน รองลงมา ทศนคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความตั้งใจในการแบ่งปัน

ข้อมูลสิทธิประโยชน์ทางภาษี และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ทั้งนี้เนื่องจากความตั้งใจถือเป็นสาเหตุสำคัญที่จะทำให้เกิดพฤติกรรม เมื่อบุคคลมีความตั้งใจที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่งไม่ว่าจะมีผลตอบแทนหรือไม่มีผลตอบแทนแล้ว บุคคลนั้นย่อมเกิดพฤติกรรมที่จะกระทำตามความตั้งใจ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Perezy & Egea (2019) ที่ได้นำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) มาใช้เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการบริจาคเงินเพื่อโครงการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน ในประเทศสเปน พบว่า การรับรู้การควบคุมพฤติกรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริจาคเงินเพื่อโครงการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืนของประชาชน และสามารถทำนายความตั้งใจในการบริจาคเงินเพื่อการกุศลของคนวัยหนุ่มสาวได้ (Melissa, 2012)

4. การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ อิทธิพลของทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง สิทธิประโยชน์ทางภาษี ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีทั้ง 7 ตัว มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ชี้ให้เห็นว่าสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเงื่อนไขในระดับการยอมรับทางสถิติ ประกอบด้วย ทัศนคติ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง บรรทัดฐานทางสังคม การรับรู้ความสามารถในการควบคุม การรับรู้ความสามารถของตนเอง สิทธิประโยชน์ทางภาษี ความตั้งใจในการสนับสนุนทางการเงิน ความตั้งใจในการแบ่งปันข้อมูล และตัวแปรผล คือ พฤติกรรมสนับสนุนทางการเงิน ทุกตัวแปรนั้นมีความสอดคล้อง

เป็นไปตามเกณฑ์การกำหนดค่าซึ่งแสดงว่าโมเดลในการวัดนี้มีความเที่ยงตรง (Validity) หรือ OK Fit Confirm ทั้งนี้เนื่องจากตัวแปรดังกล่าวเป็นตัวแปรที่ได้ถูกนำมาอธิบายและใช้ทำนายการกระทำหรือพฤติกรรมของมนุษย์ โดยใช้ความตั้งใจ (Intention) เป็นเกณฑ์ในการตัดสินว่าบุคคลนั้นจะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้น หากบุคคลมีความตั้งใจที่จะกระทำในสิ่งที่เป็นประโยชน์ เป็นไปตามการยอมรับของสังคม เป็นไปตามความสามารถของตน และเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ตอบแทนบางประการ ก็จะทำให้บุคคลนั้นเกิดความตั้งใจที่กระทำดังกล่าวก่อนให้ประสบความสำเร็จ และเป็นไปตามความต้องการส่วนบุคคลของแต่ละบุคคลที่จะสอดคล้องกับความปรารถนา ดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของ Kim & Hall (2019) ที่พบว่าความตั้งใจมีส่วนร่วมในการระดมทุน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนับสนุนการระดมทุน และการมีส่วนร่วมในการระดมทุน รวมถึงผลการวิจัยของ Perezy & Egea (2019) ที่พบว่าความตั้งใจทางพฤติกรรมส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมสนับสนุน และการมีส่วนร่วมในการระดมทุน และงานวิจัยของ Smith & McSweeney (2007) ที่พบว่าความตั้งใจที่จะบริจาค มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริจาคเงิน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นว่าสิทธิประโยชน์ทางภาษีมียุทธวิธีเชิงบวกต่อความตั้งใจ และพฤติกรรมสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม ดังนั้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้รัฐบาลควรออกนโยบายทางด้านภาษีให้แก่ผู้ลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมไปลดหย่อนภาษีได้ เพื่อช่วยดึงดูดนักลงทุนที่สนใจลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านการระดมทุนสาธารณะได้เพิ่มมากขึ้น นโยบายด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับ

ผู้ลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม จะช่วยให้วิสาหกิจเพื่อสังคมสามารถเข้าถึงแหล่งทุนจากประชาชนในวงกว้างในรูปแบบการสนับสนุนเงินทุนในรูปแบบการลงทุน ซึ่งการมีส่วนร่วมโดยการเป็นผู้ถือหุ้นจะมีความยั่งยืนมากกว่าการระดมทุนแบบเงินบริจาคหรือได้รับรางวัลตอบแทน เพราะมีแนวโน้มว่าผู้ถือหุ้นจะสนับสนุนสินค้าและบริการจากวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ตนถือหุ้นอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ รัฐบาลควรทำการประชาสัมพันธ์ในเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มความตระหนัก ให้วิสาหกิจเพื่อสังคมทราบถึงช่องทางและวิธีการระดมทุนสาธารณะในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศผ่านการสัมมนาและข่าวสารต่าง ๆ รวมถึงประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับทราบรับทราบถึงสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่จะได้รับการลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเชิงบริหาร

จากผลการวิจัยเห็นว่า ทศคนคิดเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุดที่สามารถกำหนดความตั้งใจสนับสนุนทางการเงิน และแบ่งปันข้อมูลของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ต้องการระดมทุนสาธารณะ ดังนั้นผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ต้องการจะระดมทุนสาธารณะควรจะแสดงเป้าหมายทางสังคมที่ต้องการแก้ปัญหาอย่างชัดเจน โปร่งใส ตรงไปตรงมา เพื่อให้ประชาชนที่ได้รับข้อมูลเรื่องการระดมทุนสาธารณะมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร เมื่อพวกเขามีทัศนคติที่ดี ก็มีแนวโน้มสูงที่จะสนับสนุนเงินลงทุนให้แก่วิสาหกิจเพื่อสังคม ในการสร้างการรับรู้ความสามารถของตน ผู้ระดมทุนควรทำขั้นตอนและวิธีการระดมทุนที่ง่ายและไม่ซับซ้อน เช่นผ่านช่องทางเฟสบุ๊ก หรือไลน์ เพื่อให้ผู้ลงทุนรู้สึกว่าจะไม่ใช่เรื่องยากและพวกเขาสามารถสนับสนุนเงินลงทุนได้ด้วยตัวเอง นอกจากนี้ควรให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นและให้ข้อมูลเชิงบวกที่เป็นประโยชน์ต่อการมี

ส่วนร่วมในการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่านสื่อออนไลน์ และเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์เพื่อใช้ช่องทางโซเชียลเดียที่เหมาะสม และให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลในวงกว้างซึ่งเป็นข้อคิดเห็นจากคำถามงานวิจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม นอกจากนี้ผู้ระดมทุนควรพูดถึงเป้าหมายในการระดมทุนที่ชัดเจน และรายงานยอดผู้ลงทุนและจำนวนเงินระดมทุนได้ให้สาธารณะชนทราบ เพราะจากผลการวิจัยพบว่าคนที่เห็นคนจำนวนมากสนับสนุนการระดมทุนสาธารณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม จะทำให้พวกเขายากมีส่วนร่วมเช่นเดียวกันด้วย และเมื่อวิสาหกิจเพื่อสังคมสร้างแรงจูงใจให้เกิดการสนับสนุนเงินลงทุนได้ ยังมีแนวโน้มที่ผู้ลงทุนจะแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะนี้ให้แก่เครือข่ายทางสังคมของพวกเขาอีกด้วย และการได้อ่านข่าวหรือเห็นการแชร์ข้อมูลที่มีการแนะนำให้มีการระดมทุนสาธารณะในวิสาหกิจเพื่อสังคม ก็มีแนวโน้มที่พวกเขาจะเป็นผู้ลงทุนด้วยเช่นกัน ดังนั้นเมื่อผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มีความต้องการขายหุ้นผ่านการระดมทุนสาธารณะทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมของผู้สนับสนุนทางการเงินแล้ว ผู้ประกอบการวิสาหกิจเพื่อสังคมอาจใช้ความคิดริเริ่มในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่ยั่งยืน และให้มีการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับการระดมทุนสาธารณะให้มาก โดยเฉพาะข้อมูลด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี เนื่องจากข้อมูลมีความสำคัญในการดึงดูดให้ผู้ลงทุนสนับสนุนเงินทุนให้ได้สำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการ

3. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรศึกษาอิทธิพลของปัจจัยตัวแปรต้นด้านอื่น ๆ เพิ่มเติมจากกรอบแนวคิดในงานวิจัยนี้ อาทิเช่น ปัจจัยด้านความเชื่อใจ (Trust) เพื่อขยายขอบเขตของการวิจัย

2. ผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรทำวิจัยโดยใช้กรอบแนวคิดเดียวกันนี้กับผู้ไม่เคยสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการลงทุน เพื่อยืนยันผลการวิจัย และนำผลมาคิดกลยุทธ์เพื่อดึงดูดกลุ่มคนเหล่านั้นให้มาลงทุนในวิสาหกิจเพื่อสังคมมากขึ้นด้วย

3. ผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรทำวิจัยโดยใช้กรอบแนวคิดเดียวกันนี้กับการสนับสนุนทางการเงินผ่านการระดมทุนสาธารณะเพื่อการบริจาค เนื่องจากรูปแบบธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม แม้ว่าจะดำเนินธุรกิจแบบองค์กรที่แสวงหากำไรผ่านการขายสินค้าและบริการ แต่วัตถุประสงค์หลักในการระดมทุนก็เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ซึ่งคล้ายกับองค์กรสาธารณะกุศลที่ไม่แสวงหากำไรแต่ต้องพึ่งพาเงินบริจาค ความสำเร็จของการระดมทุนสาธารณะเพื่อการบริจาคที่มีมายาวนานอาจเป็นแนวทางให้วิสาหกิจเพื่อสังคมนำมาปรับใช้เพื่อการลงทุนได้

เอกสารอ้างอิง

เกวลิน มะลิ. (2557). กิจกรรมเพื่อสังคมในประเทศไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ (Journal of Economics and Management Strategy)*, 1(2), 104-112.

บริษัทธรรมธุรกิจ วิสาหกิจเพื่อสังคม. (2563). *ที่มาของธรรมธุรกิจ*. ค้นจาก <http://www.thamturakit.com/about-us-2>

ฝ่ายวิชาการ กองกำกับบัญชีธุรกิจ. (2558). *Crowdfunding นวัตกรรมซึ่งโอกาสใหม่ๆ ของ CPAs*. ค้นจาก https://www.dbd.go.th/download/article/article_20160316162414.pdf

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม. (2562). ค้นจาก https://sme.go.th/upload/mod_download/download-20190611042120.pdf

สำนักงานสร้างเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ. (2554). *สมาคมธุรกิจเพื่อสังคม*. ค้นจาก <https://www.sethailand.org/about>

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50(2), 179-211.

Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585-609.

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.

Bollen, K. A. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*. New York: John Wiley and Sons.

British Council. (2014). UK: *The Center for Social Enterprises of the World*. Retrieved from <http://www.britishcouncil.or.th/programmes/society/social-entrepreneurs/social-enterprise-uk>

Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). *Alternative ways of assessing model fit*. In K. A. Bollen and J. S. Long (Eds.), *Testing structural equation models* (pp. 136-162). Newbury Park, CA: Sage.

Choo, H., Chung, J. E., & Pysarchik, D. T. (2004). "Antecedents to new food product purchasing behavior among innovator groups in India." *European Journal of Marketing*, 38(5/6), 608-625.

- Diamantopoulos, A., & Siguaw, A. D. (2000). *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*. London : Sage Publications.
- Dekking, Michel. (2005). A Modern Introduction to Probability and Statistics. Springer pp. 181–19.
- Durande-Moreau, A., & Usunier, J. (1999). Time Styles and the Waiting Experience: An Exploratory Study. *Journal of Service Research*, 2(2), 173-186.
- Everitt, B. S., & Skrondal, A. (2010). *The Cambridge dictionary of statistics* (4th ed). Cambridge, MA: Cambridge University.
- Gerber, E. M., & Hui, J. (2013). Crowdfunding: Motivations and deterrents for participation. *ACM Trans. Comput.-Hum. Interact.*, 20(6), 1–32.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Hall, K., Alcock, P., & Millar, R. (2012). Start up and sustainability: marketisation and the Social Enterprise Investment Fund in England. *Journal of Social Policy*, 41(4), 733-749.
- Icon Group International. (2013). *The 2013 Import and Export Market for Seeders, Planters, Transplanters, Fertilizer Distributors, and Manure Spreaders Excluding Hand Tools in the United Kingdom*. Singapore: ICON Group International.
- Kim, M. J., & Hall, C. M. (2019). A hedonic motivation model in virtual reality tourism: Comparing visitors and non-visitors. *International Journal of Information Management*, 46, 236-249.
- Kashif, M., & De Run, E. C. (2015). Money donations intentions among Muslim donors: an extended theory of planned behavior model. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 20(1), 84–96.
- Kashif, M., Shukran, S. S. W., Rehman, M. A., & Sarifuddin, S. (2015). Customer satisfaction and loyalty in Malaysian Islamic banks: A PAKSERV investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 33(1), 23-40.
- Kortleben, H., & nVollmar, B. H. (2012). *Crowdinvesting - eine Alternative in der Gründungsfinanzierung?*. In: Research Papers, No. 2012/06 (Hrsg.): PFH Private Hochschule Göttingen.
- Leimeister, J. M., & Zogaj, S. (2013). *Neue Arbeitsorganisation durch Crowdsourcing: Eine Literaturstudie*. Düsseldorf, Hans Böckler Stiftung.
- 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.
- Martin, L. (2015). The Promise of the Maker Movement for Education. *Journal of Pre-College Engineering Education Research (J-PEER)*, 5(1), Article 4.
- Melissa, B. (2012). *Larrikins: A History*. Brisbane: University of Queensland.
- Meyskens, M., & Bird, L. (2015). Crowdfunding and value creation. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(2), 155-166.

- Mittelman, R., & Rojas-Mendez, J. (2018). Why Canadians give to charity: an extended theory of planned behaviour model. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 15(1).
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1–16.
- Mueller, F. (1996). *Human Resources as Strategic Assets: An Evolutionary Resource-Based Theory*. doi: 10.1111/j.1467-6486.1996.tb00171.x
- Perezy, L. P., & Egea, P. (2019). About Intentions to Donate for Sustainable Rural Development: An Exploratory Study. *Sustainability*, 11(3), 765.
- Robinson, J. A., Mair, J., & Hockerts, K. (Ed). (2009). *International Perspective on Social Entrepreneurship*. London: Palgrave Macmillan.
- 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.
- Smith, J. R., & McSweeney, A. (2007). Charitable giving: The effectiveness of a revised theory of planned behaviour model in predicting donating intentions and behavior. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 17(5).
- Sorbon Dag. (1996). *LISREL 8: User's Reference Guide*. Scientific Software International.
- Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2005). Subjective Norms, Attitudes and Intentions of Finnish Consumers in Buying Organic Food. *British Food Journal*, 107, 808-822.
- Thomson Reuters Foundation. (2015). *Inform. Connect. Empower 2015*. Retrieved from <https://archive.annual-report.thomsonreuters.com/2015/assets/media/pages/downloads/thomson-reuters-foundation-report-2015.pdf>
- World Bank. (2015). *World Bank annual report 2015 (English)*. Washington, D.C.: WorldBank Group. Retrieved from <http://documents.worldbank.org/curated/en/880681467998200702/World-Bank-annual-report-2015>
- Yunus, M. (2007). *Creating a World without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*. New York: Public Affairs.
- Ziegler, T., Shneor, R., Garvey, K., Wenzlaff, K., Yerolemu, N., Zhang, B., & Hao, (2018). *Expanding horizons: The 3rd European alternative finance industry report*. Cambridge, UK: Cambridge Centre for Alternative Finance.