

การพัฒนาตัวบ่งชี้ความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย

จิระพัชร คุเลิศตระกูล^{*}

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างและพัฒนาตัวบ่งชี้ความเป็นกิจการเพื่อสังคม และ 2) เพื่อทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างตัวบ่งชี้ความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยที่สร้างและพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้ก่อตั้ง/ผู้บริหารกิจการเพื่อสังคม และนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านกิจการเพื่อสังคม ที่เป็นสมาชิกเครือข่ายกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยจำนวน 850 คน ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้ การเก็บรวบรวมข้อมูลตามสภาพจริงโดยใช้แบบสอบถามประเภทมาตราส่วนประมาณค่าที่มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.987 สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์ ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติคำนวณด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS และ AMOS ขั้นตอนการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การสร้างกรอบแนวคิดและร่างตัวบ่งชี้ความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย และระยะที่ 2 การทดสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างตัวบ่งชี้ความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย กับ ข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการสร้างและพัฒนาตัวบ่งชี้ความเป็นกิจการเพื่อสังคมพบว่ามีองค์ประกอบหลัก 12 องค์ประกอบ และตัวบ่งชี้ 84 ตัว ดังนี้ คือ (1) องค์ประกอบหลักด้านการจัดตั้งองค์การ ตัวบ่งชี้ 7 ตัว (2) องค์ประกอบหลักด้านวัฒนธรรมองค์กร ตัวบ่งชี้ 7 ตัว (3) องค์ประกอบหลักการวางแผนกลยุทธ์ ตัวบ่งชี้ 7 ตัว (4) องค์ประกอบหลักด้านการระดมทุน ตัวบ่งชี้ 9 ตัว (5) องค์ประกอบหลักด้านผลประโยชน์ตอบแทน ตัวบ่งชี้ 7 ตัว (6) องค์ประกอบด้านการเอื้อประโยชน์ต่อสังคม ตัวบ่งชี้ 7 ตัว (7) องค์ประกอบด้านความร่วมมือทางสังคม ตัวบ่งชี้ 10 ตัว (8) องค์ประกอบด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ตัวบ่งชี้ 9 ตัว (9) องค์ประกอบด้านการบริหารทางการเงิน ตัวบ่งชี้ 5 ตัว (10) องค์ประกอบด้านผู้นำองค์กร ตัวบ่งชี้ 6 ตัว (11) องค์ประกอบด้านคณะกรรมการบริหาร ตัวบ่งชี้ 5 ตัว (12) องค์ประกอบด้านการตลาดและการสื่อสาร ตัวบ่งชี้ 5 ตัว และ 2) ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างตัวบ่งชี้ความเป็นกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทย พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์ เท่ากับ 0.12 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ เท่ากับ 1.469 ค่าดัชนีระดับความสอดคล้อง เท่ากับ 0.996 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.023 ส่วนค่าน้ำหนักปัจจัย ของแต่ละองค์ประกอบ สรุปได้ว่า ค่าน้ำหนักปัจจัยมากที่สุดอยู่ระหว่าง 0.72-0.86 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การพัฒนาตัวบ่งชี้, กิจการเพื่อสังคม

^{*} อาจารย์ ภาควิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
 โทร. +668 6415 9414 อีเมล: ku.jirapuch@gmail.com

Development of Key Performance Indicators for Social Enterprise in Thailand

Jirapuch Kulerttrakul*

Abstract

This research aimed 1) to construct and develop key performance indicators for social enterprise in Thailand, and 2) to test congruence of the developed model of relationship, structure, and indicators for Social Enterprise in Thailand with the empirical data. The sample consisted of 850 subjects: who are the founders, executives, academics and social entrepreneurs that are the members of the Social Enterprise Network Thailand. The variables were used in the research were latent variables and observed variables. The reliability coefficient of questionnaire was 0.985. The statistics were mean, standard deviation, CMIN-P, CMIN/df, GFI, RMSEA and Factor Loading. Data were analyzed by using SPSS and AMOS software programs. The research was conducted in 2 phases: Phase 1 was constructing conceptual framework and drafting indicators for academic leadership behaviors and Phase 3 was testing congruence of the model of relationships, structure, and indicators for Social Enterprise in Thailand with the empirical data. The research results were as follows: 1) Results of the study revealed the following 12 major factors and 84 indicators of social enterprise in Thailand : (1) Establishment/Organization with 7 indicators; (2) Organizational Culture with 7 indicators; (3) Strategic Planning with 7 indicators; (4) Raising Funds with 9 indicators; (5) Beneficiaries with 7 indicators; (6) Social Contribution with 7 indicators (7) Social Cooperation with 10 indicators (8) Human Resource Management with 9 indicators (9) Financial Management with 5 indicators (10) Organizational leaders with 6 indicators (11) Executive committee with 5 indicators (12) Marketing and communication with 5 indicators. 2) Testing the congruence of the model of the relationship, structure, and indicators for Social Enterprise in Thailand revealed that the model was in congruence with the empirical data: CMIN-P = 0.12, CMIN/df = 1.469, GFI = 0.996, RMSEA = 0.023, and there are Factor loading of each major factors between 0.72 – 0.86 at the .05 level of significance

Keywords: Development of Key Performance Indicators, Social Enterprise

* Lecturer Department of Industrial Business Management Faculty of Business Administration King Mongkut's University of Technology North Bangkok Tel. +668 6415 9414 e-mail: ku.jirapuch@gmail.com