

## มานุษยวิทยากับมโนทัศน์ผู้ประกอบการ Anthropology of Entrepreneurship

ปัจจุบันคำว่า “ผู้ประกอบการ” (entrepreneur) ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย เพื่อสื่อความหมายถึงบุคคลที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจในโลกทุนนิยม เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจยักษ์ใหญ่ระดับโลก อาทิ บิล เกตส์ แห่งบริษัทไมโครซอฟต์ สตีฟ จ๊อบส์ แห่งแอปเปิล มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก แห่งเฟซบุ๊ก หรืออีลอน มัสก์ แห่งสเปซเอ็กซ์และเทสลามอเตอร์ เรื่องเล่าและภาพความสำเร็จของบุคคลผู้บุกเบิกและสร้างผลกระทบต่อโลกด้วยการทำธุรกิจของพวกเขา เป็นแรงบันดาลใจชั้นดีที่ส่งต่อมาถึงผู้ประกอบการในระดับรอง ๆ ลงมา เช่น ผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก จนยากที่จะปฏิเสธว่าในปัจจุบันเรื่องเล่าของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจหลากหลายรูปแบบและหลายระดับนั้นถูกเผยแพร่ให้เข้าถึงกันโดยทั่วไป

ย้อนกลับไปในปี ค.ศ. 2011 องค์กร Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ได้ทำการสำรวจและประมาณการว่ามีผู้ประกอบการจำนวน 388 ล้านคน ที่กำลังเริ่มต้นหรือผลักดันให้เกิดธุรกิจใหม่ (Westhead & Wright, 2013: 1) ต่อมาในปี ค.ศ. 2014 นิตยสารฟอร์บส์ระบุว่า

“การเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurship) เป็นหนึ่งในประเด็นร้อนของการพัฒนาเศรษฐกิจในทุกวันนี้ ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกต่างพยายามสร้างระบบนิเวศของการเป็นผู้ประกอบการ”

เช่นเดียวกับที่การประชุม World Economic Forum มีการผลักดันให้การสร้างผู้ประกอบการทางสังคมเพื่อทำให้โลกดีขึ้น (Pfeilstetter, 2022: 1) จนกล่าวได้ว่าเรากำลังใช้ชีวิตอยู่ในยุคทองของการเป็นผู้ประกอบการ (a golden age for entrepreneurship) ที่การพัฒนาประชากรให้เป็นผู้ประกอบการและสนับสนุนการทำธุรกิจถูกมองว่าเป็นการสร้างงานและความมั่งคั่ง ลดความเหลื่อมล้ำ จนทำให้รัฐบาลต่าง ๆ หันมาใช้วิธีนี้เป็นยาครอบจักรวาล (panacea) ในการแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจทั้งในระดับชาติและท้องถิ่น (Westhead & Wright, 2013: 1)

หากย้อนกลับไปดูความหมายของ entrepreneur จะพบว่าเป็นคำภาษาฝรั่งเศสซึ่งปรากฏครั้งแรกในพจนานุกรม *Dictionnaire de la langue française* ในปี ค.ศ. 1437 ซึ่งเป็นคำนามที่ความหมายพื้นฐานที่สุดบ่งชี้ถึง “บุคคลผู้กระตือรือร้นและบรรลุเป้าหมายบางอย่าง” (a person who is active and achieves somethings” ส่วนคำกริยา *entreprendre*

นั้นหมายถึง “การทำหน้าที่บางอย่าง” (to undertake something) ในตอนต้นของคริสต์ศตวรรษที่ 17 ผู้ประกอบการในประเทศฝรั่งเศสมักจะถูกมองว่าเป็น “ผู้รับความเสี่ยง” (a person who take risks) ต่อเนื่องมาจนถึงคริสต์ศตวรรษที่ 18 ที่ผู้ประกอบการถูกมองว่าเป็นผู้ที่ทำสัญญากับรัฐ มารับงานสำคัญในราคาที่ถูกกำหนดไว้อย่างแน่นอน อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลานั้น คำและความหมายที่ถูกใช้ในโลกภาษาฝรั่งเศสยังไม่มีคำที่สามารถแปลมาใช้ในโลกภาษาอังกฤษได้อย่างตรงไปตรงมา ทำให้คำว่า entrepreneur ถูกยืมมาใช้ในพจนานุกรม A Dictionary of the English Language ในปี ค.ศ. 1755 โดยให้นิยามว่าผู้ประกอบการคือ นักผจญภัย ผู้เสาะหาสถานการณ์อันตราย ผู้ซึ่งทิ้งตัวเองลงไปให้อุ้งมือของโอกาส (Adventurer, he that seeks occasion of hazard; he that puts himself in the hand of chance) และเมื่อเวลาผ่านไป คำว่าผู้ประกอบการได้ถูกนิยามใหม่ให้กว้างขวางขึ้น และเกี่ยวข้องกับ “สถานการณ์ที่บุคคลหนึ่งเข้ามาพัวพันกับโครงการที่มีความเสี่ยงและผลกำไรไม่แน่นอน” จนกระทั่งช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 18 ผู้ประกอบการซึ่งมีนัยยะถึงผู้เข้ามาทำหน้าที่บางอย่างได้ถูกสวมเข้ากับมโนทัศน์ผู้ประกอบการในโลกทุนนิยมอย่างแนบแน่น ความหมายของคำว่าผู้ประกอบการกับนักธุรกิจ (businessman) จึงแทบไม่แตกต่างกัน (Westhead & Wright, 2013: 4-5) ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงไม่ได้เป็นเพียงคำทั่วไป แต่ยังอยู่ในฐานะมโนทัศน์ (concept) ที่แฝงมาด้วยความหมายและปฏิบัติการที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาทางสังคมวิทยาที่เกี่ยวข้องกับมโนทัศน์ผู้ประกอบการนั้นอาจแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ได้แก่ การศึกษาฝั่งอุปสงค์และการศึกษาฝั่งอุปทาน สำหรับฝั่งอุปสงค์นั้นเป็นการศึกษาคุณลักษณะเชิงปัจเจกของผู้ประกอบการ เพื่อทำความเข้าใจความเฉพาะเจาะจงที่ทำให้เกิดความเป็นผู้กระทำ (agency) และความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากผู้ประกอบการในฐานะปัจเจก ส่วนการศึกษาฝั่งอุปทานเป็นการศึกษาที่เน้นให้เห็นแรงผลักดันและแรงดึงเชิงบริบทที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม นักสังคมวิทยาในระยะหลังเสนอว่าไม่สามารถศึกษาฝั่งใดฝั่งหนึ่งอย่างแยกขาดจากกันได้ แต่ควรทำการศึกษาความสัมพันธ์หลายระดับ (multilevel approach) ของทั้งสองฝั่ง (Thornton, 1999) และหากกล่าวถึงงานศึกษาศาสตร์อาจย้อนกลับไปได้ถึงงานของแมกซ์ เวเบอร์ (Max Weber) เรื่อง The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism ในปี ค.ศ. 1904 ที่สะท้อนให้เห็นว่าความเชื่อและวิถีปฏิบัติทางศาสนาของชาวคริสต์นิกายโปรเตสแตนต์ได้สร้างความชอบธรรมทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องเข้ากับพฤติกรรมทางเศรษฐกิจของปัจเจกบุคคล เช่น การคิดคำนวณได้ (calculability) และการควบคุมตนเอง (self-control) จึงทำให้เกิดจุดเริ่มต้นของระบบทุนนิยมในคริสต์ศตวรรษที่ 16-17 ขึ้นในยุโรป (Reuf & Lounsbury, 2007: 3)

อย่างไรก็ดี คุณูปการของการศึกษาทางสังคมวิทยาซึ่งดูเหมือนจะอยู่ชายขอบของการศึกษาผู้ประกอบการ เมื่อเปรียบเทียบกับงานศึกษาด้านเศรษฐศาสตร์หรือการบริหารจัดการ คือการ

แสดงให้เห็นเงื่อนไขแวดล้อมเชิงสังคมและสถาบันที่ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ของผู้ประกอบการเกิดขึ้น ทั้งการศึกษาระดับจุลภาคที่ลงลึกไปยังชีวิตของผู้ประกอบการในฐานะปัจเจกบุคคล หรือการศึกษาระดับใหญ่ขึ้นเช่นการศึกษาองค์กร ตลอดจนการศึกษาปฏิสัมพันธ์ (interplay) ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ทั้งที่เป็นทรัพยากรเชิงวัตถุและสิ่งที่ไม่ใช่วัตถุ เช่น ความไว้วางใจ นอกจากนี้ การศึกษาทางสังคมวิทยายังเปิดกว้างต่อพื้นที่ “นอกขอบ” เช่น ธุรกิจของกลุ่มชาติพันธุ์ หรือแวดวงวิชาการที่ถูกขับเคลื่อนด้วยวิธีคิดทางธุรกิจ (Reuf & Lounsbury, 2007: 23)

ส่วนงานทางมานุษยวิทยาซึ่งก่อตัวมาจากการศึกษากลุ่มคนที่ไม่ใช่คนตะวันตก การศึกษาผู้ประกอบการอาจย้อนกลับไปถึงงานที่สนใจระบบเศรษฐกิจและการแลกเปลี่ยนในพิธีกรรมที่เรียกว่า “พ็อตแลตช์” (Potlatch) ซึ่งเป็นกิจกรรมการแลกเปลี่ยนของขวัญ (gift giving) ของชนพื้นเมืองอเมริกันในแถบชายฝั่งด้านตะวันตกเฉียงเหนือของมหาสมุทรแปซิฟิก ในพิธีกรรมดังกล่าวกลุ่มชนพื้นเมือง โดยเฉพาะผู้นำจะนำสิ่งของต่าง ๆ เช่น ภาชนะ ผ้าห่ม หรือของมีค่ามาแจกจ่ายให้ผู้มาร่วมงานเพื่อแสดงให้เห็นฐานะทางสังคมและการยอมรับ นอกจากนี้แจกจ่ายแล้ว บางครั้งยังมีการทำลายข้าวของเพื่อแสดงความมั่งคั่ง พิธีกรรมดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งในวาระสำคัญ เช่น การแต่งงาน การเกิด การตาย หรือการเปลี่ยนสถานะทางสังคม ซึ่งพิธีกรรมดังกล่าวทำหน้าที่ (function) ในการกระจายทรัพยากรทางเศรษฐกิจรวมถึงอิทธิพลทางการเมือง อย่างไรก็ตาม ในพิธีกรรมดังกล่าว ผู้รับของขวัญเป็นผู้ที่รู้สึกติดค้างในฐานะที่ตนได้หยิบยืมสิ่งของมาใช้ และมีพันธะผูกพันที่จะต้องนำสิ่งของดังกล่าวมาคืนหรือนำสิ่งของอื่นมาตอบแทนผู้ให้หรือลูกหลานของพวกเขาในอนาคต ซึ่งจะเห็นว่าพิธีกรรมดังกล่าวสะท้อนการแข่งขันและการแสดงความเป็นคู่แข่งหรือศัตรู (agonistic) ซึ่งเป็นลักษณะประการหนึ่งของผู้ประกอบการ (Pfeilstetter, 2022: 12-13)

หากขยับมามองระบบทุนนิยมร่วมสมัย เดวิด ฮาร์วีย์ (David Harvey) นักมานุษยวิทยาและนักภูมิศาสตร์มาร์กซิสต์เป็นหนึ่งในนักคิดคนสำคัญที่มองการเป็นผู้ประกอบการด้วยสายตาวิพากษ์วิจารณ์อย่างถึงรากถึงโคน เขาเห็นว่าผู้ประกอบการนั้นเป็นอีกหนึ่งในหน้าอันอัปมงคลของชนชั้นนายทุนในระบบอันบ้าคลั่ง นั่นคือ ลัทธิเสรีนิยมใหม่ (neoliberalism) ฮาร์วีย์เสนอว่าในระบบนี้เงินได้กลายเป็นเป้าหมายในตัวเอง กล่าวคือ ถึงที่สุดแล้วผู้ประกอบการไม่ได้ลงทุนเพื่อการผลิตนวัตกรรมหรือสร้างผลผลิตภาพใด ๆ พวกเขาไม่ได้ซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัย แต่เพื่อเติมเต็มความต้องการให้ทุนผลิตซ้ำตัวเอง หรืออาจกล่าวว่าเป็นการลงทุนเพื่อเก็งกำไร ขณะที่ผู้คนอีกมากมายเป็นคนไร้บ้าน ดังนั้น ผู้ประกอบการในมุมมองมาร์กซิสต์จึงเป็นผู้กระทำการทางเศรษฐกิจในฐานะชนชั้นนายทุนผู้ดูดรีด หรืออาจจะเป็นแรงงานที่กำลังถูกดูดรีดโดยไม่รู้ตัวภายใต้ภาพของการเป็นนายจ้างตัวเอง (self-employee) (Pfeilstetter, 2022: 15)

การเป็นผู้ประกอบการในระบบทุนนิยมสมัยใหม่วางอยู่บนการมีสำนึกว่าตนเป็นผู้จัดการชีวิตของตัวเองเป็นผู้จับตามองโอกาสที่จะเปลี่ยนความสำเร็จในอนาคต และพลเมืองในฐานะผู้ประกอบการนั้นเป็นบุคคลที่มีความเป็นปัจเจกชน มีความยืดหยุ่น และเป็นเสรีนิยม

(Pfeilstetter, 2022: 17) กล่าวได้ว่าคุณลักษณะข้างต้นเป็นตัวแทนของมโนทัศน์ผู้ประกอบการที่กลายเป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่ทั่วไปในสังคม อย่างไรก็ตาม งานศึกษาทางมานุษยวิทยาร่วมสมัยได้ศึกษาชีวิตของผู้ประกอบการในแง่มุมใหม่ ๆ ที่เผยให้เห็นความสลับซับซ้อนของการก้าวเข้าสู่วิถีชีวิตของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในภาคเกษตร เช่น งานของแมทธิว อาเชอร์ (Matthew Archer) และฮันนาห์ เอลเลียต (Hannah Elliot) พวกเขาศึกษาการทำธุรกิจสีเขียว (green capitalism) ของยูนิลีเวอร์ (Unilever) บริษัทขายรายใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งในปี ค.ศ. 2007 ได้ประกาศว่าจะรับซื้อใบชาจากแหล่งวัตถุดิบที่ผลิตอย่างยั่งยืนด้วยกรรมวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และผ่านมาตรฐาน Rainforest Alliance เท่านั้น กระบวนการดังกล่าวกระตุ้นให้เกษตรกรรายย่อยในประเทศเคนยาเข้ามาเป็นผู้ผลิตใบชาโดยที่ต้องพยายามทำตามมาตรฐาน ขณะที่ราคาและเงื่อนไขต่าง ๆ นั้นถูกนำเสนอว่ากำหนดโดยตลาด (market) (Archer & Elliot, 2021)

เป้าหมายของโครงการดังกล่าวนั้นถูกระบุไว้ว่าชาของบริษัทจะต้องนำมาจากแหล่งผลิตที่ยั่งยืนทั้งหมดภายในปี ค.ศ. 2015 และอีกด้านหนึ่ง โครงการจะช่วยผู้ปลูกชาให้ขายผลผลิตในราคาสูงขึ้น เพิ่มรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิต อย่างไรก็ตาม การก้าวเข้ามาเป็นผู้ประกอบการของเกษตรกรไร่ชาในเคนยา ภายใต้การผลิตที่ให้คำมั่นสัญญาว่าเมื่อตลาดเป็นผู้กำหนดจะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทยักษ์ใหญ่กับเกษตรกรไม่ได้อยู่ในฐานะผู้ให้การสงเคราะห์ หรือไม่ได้มีความสัมพันธ์แบบบนลงล่าง แต่อยู่ในฐานะที่เท่าเทียมกันมากขึ้น แต่ถึงที่สุดแล้ว เมื่อโครงการดำเนินไปพบว่า “ตลาด” กลายเป็นตัวแสดงสำคัญที่เข้ามาห่มคลุมความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมระหว่างบริษัทยักษ์ใหญ่รวมถึงบริษัทนายหน้าในท้องถิ่นกับเกษตรกร ตลาดเป็นค่านามธรรมที่ถูกนำมาใช้เบี่ยงเบนความสนใจและความรับผิดชอบของตัวแสดงที่มีอำนาจในการกำหนดความเป็นไปของตลาด ยกตัวอย่างเช่น แม้ว่าเกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจอย่างอิสระที่จะขายผลผลิตให้บริษัทผู้รับซื้อใบชาที่ให้ราคาดีที่สุดในที่สุด แต่ถึงที่สุดแล้ว เมื่อพวกเขาถูกจูงใจด้วยการให้ราคาสูงในช่วงปีแรก ๆ แต่บริษัทก็ค่อย ๆ ลดราคาลงในปีต่อ ๆ มา โดยที่เกษตรกรต้องจำใจขายผลผลิตอย่างไม่มีทางเลือก นอกจากนี้ เมื่อทุกอย่างถูกอ้างว่าเป็นไปตามการกำหนดของ “ตลาด” ซึ่งจับต้องไม่ได้แล้ว สวัสดิการแรงงานและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก็กลายเป็นสิ่งไม่มีใครต้องเป็นผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน (Archer & Elliot, 2021: 238-242)

สำหรับงานศึกษาทางสังคมศาสตร์ในไทย เริ่มมีการให้ความสนใจกับการเปลี่ยนแปลงไปสู่ “สังคมผู้ประกอบการ” มากขึ้นตั้งแต่ทศวรรษ 2550 เป็นต้นมา โดยเฉพาะการศึกษาการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจและการเมืองในชนบทที่ทำให้วิถีการดำรงชีพ รวมถึงจินตนาการทางการเมืองของผู้คนในชนบทเปลี่ยนไป ตัวอย่างที่ชัดเจนซึ่งทำให้เห็นว่าวิถีชีวิตและอาชีพของคนในชนบทเปลี่ยนแปลง เช่น การเกิดขึ้นของผู้จัดการนา/ผู้ประกอบการนา ซึ่งเป็นการเปลี่ยนวิถีการผลิตในสังคมชาวนา ผู้จัดการนาคือเจ้าของที่นาที่ใช้การจ้างงานทุกขั้นตอน พวกเขาทำหน้าที่บริหารจัดการและติดต่อประสานงานตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต เก็บเกี่ยว ไปจนถึงการทำตลาด

ขณะที่ชาวนารายย่อยซึ่งมีต้นทุนไม่มากนักก็ปรับตัวด้วยการรวมตัวกันรับจ้างเหมาทำนาแต่ละขั้นตอน หรือรับจ้างทำงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตร เช่น รถไถ รถเกี่ยวข้าว นอกจากนี้ ยังมีการหารายได้จากแหล่งรายได้อื่นนอกภาคเกษตร เช่น การเข้ามาขายแรงงานในเมือง (อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, 2559: 50-54)

การเปลี่ยนผ่านไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของผู้คนในสังคมชนบท ทำให้พวกเขาสามารถลืมตาอ้าปากและยกระดับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมได้ แต่การเข้ามาเป็นผู้ประกอบการในภาคการเกษตรไม่จำเป็นต้องเริ่มจากการเป็นเกษตรกรมาแต่เดิมเท่านั้น ในปัจจุบันผู้คนจากหลากหลายสาขาอาชีพหรือคนรุ่นใหม่หันมาทำการเกษตรอย่างจริงจังมากขึ้น ขณะเดียวกันการเป็นเกษตรกรก็อาจเป็นช่องทางในการเคลื่อนไหวเพื่อสร้างทางเลือกในการพัฒนาชุมชน เช่น การสร้างตลาดนัดสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Somkauna, N., Chumnanmakb, R., Narongchaic, W., & Suppatkul, P., 2019; กนกวรรณ มะโนรมย์, 2559) หากพิจารณาจุดต่างสำคัญของการเป็นเกษตรกรแบบดั้งเดิมกับเกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการ จะพบว่าเกษตรกรแบบดั้งเดิมนั้นไม่ได้สร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลายเพื่อเพิ่มช่องทางหารายได้ ขณะที่เกษตรกรที่เป็นผู้ประกอบการไม่ได้ใช้ทักษะดั้งเดิมในการทำการผลิตเท่านั้น แต่พวกเขามีทักษะและโอกาสที่จะสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย เช่น การท่องเที่ยว การแปรรูปผลผลิต หรือมีการสร้างเครือข่าย โดยเฉพาะการใช้เครือข่ายเชิงเครือข่ายในการหมุนเวียนทรัพยากรมาสร้างนวัตกรรมต่าง ๆ แต่ที่สำคัญ ปัจจัยกระตุ้นหลักของเกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการคือแรงผลักดันที่ต้องการจะเป็นอิสระจากการพึ่งพารัฐ (กฤตภาค งามสีวานนท์, 2559)

อย่างไรก็ดี ใ่วว่าการปรับเปลี่ยนตัวเองเป็นผู้ประกอบการและการทำผลิตในระบบตลาดจะโรยด้วยกลีบกุหลาบเสมอไป งานศึกษาชีวิตของกลุ่มชาวนาอินทรีย์ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือชี้ว่าการหันมาทำเกษตรอินทรีย์ภายใต้ระบบพันธสัญญา ทำให้เกษตรกรตกอยู่ภายใต้การสอดส่องและควบคุมผ่านอำนาจที่แฝงมากับความรู้และข้อกำหนดของการรับรองตามมาตรฐานสากล และในขณะเดียวกันเกษตรกรที่มีต้นทุนต่างกัน เช่น ชาวนาราย ชาวนาฐานะปานกลาง และชาวนายากจน ต่างก็มีศักยภาพในการเข้าถึงที่ดิน ทุน และแรงงานไม่เท่ากัน ทำให้โอกาสที่จะประสบความสำเร็จของเกษตรกรแต่ละกลุ่มมีไม่เท่ากัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ชาวนายากจนเป็นกลุ่มที่เปราะบางอย่างยิ่งโดยเปรียบเทียบ (เนตรดาว เถาถวิล, 2554, 2557; วรฉัตร วรวิรรณ และเบญจพร บุญโทแสง, 2564) ดังนั้น การเข้าสู่โลกของการเป็นผู้ประกอบการจึงไม่ได้เป็นยาครอบจักรวาลที่สามารถนำมาใช้ได้โดยไม่คำนึงถึงบริบทและความเฉพาะเจาะจงของพื้นที่

หากย้อนกลับไปพิจารณาคำกล่าวที่ว่าเรากำลังอยู่ในยุคทองของการเป็นผู้ประกอบการ ก็นับว่าเป็นช่วงเวลาที่ดีในการหันมาสนใจศึกษาสังคมผู้ประกอบการ และชีวิตของผู้ประกอบการกันอย่างเข้มข้นจริงจังมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้วยวิธีการศึกษาทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาที่มีจุดเด่นสำคัญที่การสร้างมุมมองเชิงวิพากษ์ เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าสังคมผู้ประกอบการที่เรา กำลัง



ใช้ชีวิตอยู่นั้นมีหน้าตาเป็นอย่างไร ความเหลื่อมล้ำหรือความไม่เป็นธรรมยังคงดำรงอยู่หรือไม่ ผู้คนที่มีความเชื่อทางสังคมและเศรษฐกิจต่าง ๆ กัน กำลังใช้ชีวิตในสังคมนี้อย่างไร และอะไรคือทางเลือกและทางรอดที่เป็นไปได้

## ผู้เขียน

ชัชชล อัจฉนาภิตติ

นักวิจัย ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)

## บรรณานุกรม

- Archer, M. & Elliott, H. 2021. 'It's up to the market to decide': Revealing and concealing power in the sustainable tea supply chain. *Critique of Anthropology*, 41(3), 227-246.
- Pfeilstetter, R. 2022. The anthropology of entrepreneurship: Cultural history, global ethnographies, theorizing agency. London: Routledge.
- Ruef, M. & Lounsbury, M. 2007. Introduction: The sociology of entrepreneurship. *Research in the Sociology of Organizations*, 25, 1-29.
- Somkauna, N., Chumnanmakb, R., Narongchaic, W., & Suppatkul, P. 2019. The Transformation from Farmer to Entrepreneur in Khon Kaen Province, Thailand. *Journal of Mekong Societies*, 15 (3), 95-120.
- Thornton, P. H. 1999. The sociology of entrepreneurship. *Annual Review of Sociology* 25, 19-46.
- Westhead, P. & Wright, M. 2013. *Entrepreneurship: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- กนกวรรณ มะโนรมย์. 2559. “ชาวนายุคใหม่” แห่งที่ราบลุ่มราชสีไศล. เข้าถึงจาก [http://www.landactionthai.org/land/index.php?option=com\\_content&](http://www.landactionthai.org/land/index.php?option=com_content&)
- กฤตภัก งามสีวานนท์. 2559. ชนบทที่เคลื่อนไหว: ความหมายและความหลากหลายของผู้ประกอบการในชนบท. เข้าถึงจาก <https://prachatai.com/journal/2016/04/65226>
- เนตรดาว เถาถวิล. 2554. “เอ็ดออยู่ แต่บ่พอกิน”: คำถามว่าด้วยการพึ่งตนเองของชาวนาเกษตรอินทรีย์ในยุคโลกาภิวัตน์และการพัฒนา, *วารสารสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา*, 30(2): 81-110.
- เนตรดาว เถาถวิล. 2557. ปฏิบัติการต่อรองของชาวนาไทย ภายใต้ระบบการผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์เพื่อป้อนตลาดโลก, *วารสารสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา*, 33(1): 13-43.
- วรฉัตร รวิวรรณ และ เบญจวรรณ บุญโทแสง. 2561. เกษตรกรอินทรีย์ภายใต้พื้นที่แห่งอำนาจของมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในสังคมสมัยใหม่, *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 14 (1): 119-140.
- อรธจักร ลัตยานุรักษ์. 2559. ลืมตาอ้าปาก จาก “ชาวนา” สู่ “ผู้ประกอบการ”. กรุงเทพฯ : มติชน.