

ศักยภาพที่คาดหวังของธุรกิจสตาร์ทอัพที่ขับเคลื่อนด้วยความสามารถของผู้ประกอบการ
ความเชื่อมั่นต่อภาครัฐ ลูกค้านี่คาดหวัง และการสนับสนุนทรัพยากร
The Expected Potential of Startup Businesses Driven by Entrepreneurial
Capabilities, Government Trust, Potential Customers, and Resources Support

จักรพันธ์ ศรีคุ้ม

Jakkrapan Sreekhum

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการในเรื่อง ความสามารถของผู้ประกอบการ ความเชื่อมั่นต่อภาครัฐ ลูกค้านี่คาดหวัง การสนับสนุนด้านทรัพยากร รวมถึงสมรรถนะและการกำกับตนเอง และระดับ ศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ (2) เพื่อศึกษาตัวแบบปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อศักยภาพที่คาดหวังในการ ดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครที่คาดหวัง จะดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพต่อไปในอนาคต จำนวน 430 ตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า (1) การรับรู้ของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านลูกค้านี่คาดหวังในธุรกิจสตาร์ทอัพ ด้านการสนับสนุนทรัพยากร ด้านสมรรถนะของผู้ประกอบการ ด้านการกำกับตนเอง ของผู้ประกอบการ และด้านศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ ด้วยค่า 3.694, 3.870, 3.516, 3.905, 3.779 และ 3.650 เรียงตามลำดับ มีเพียงด้านความเชื่อมั่นต่อภาครัฐเท่านั้น ที่มีการรับรู้ในระดับปานกลาง ด้วยค่า 3.323

(2) สำหรับการวิเคราะห์ตัวแบบปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ พบว่า ปัจจัยการ สนับสนุนทรัพยากรมีอิทธิพลรวมมากที่สุดเท่ากับ 1.768 ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นการสนับสนุนทรัพยากรจากทางภาครัฐที่ เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ อาทิ กฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับและโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีที่ เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ รวมทั้งการสนับสนุนทางการเงิน เป็นต้น รองลงมาเป็นปัจจัยความสามารถของ ผู้ประกอบการมีอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.870 และปัจจัยลูกค้านี่คาดหวังมีอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.306 เรียงตามลำดับ

คำสำคัญ: ธุรกิจสตาร์ทอัพ, ความสามารถของผู้ประกอบการ, ความเชื่อมั่นต่อภาครัฐ, ลูกค้านี่คาดหวัง, การสนับสนุน ทรัพยากร

Abstract

The research aimed (1) To study the levels of perception of entrepreneurs regarding entrepreneurial capabilities, government trust, potential customers, resources support, competencies, and self-control, as well as the level of expected potential in the conduct of a startup business. The researcher also (2) frames a causal model showing the effects of the expected potential in the conduct of a startup business. The sample population consisted of 430 entrepreneurs of small- and medium-sized enterprises in Bangkok Metropolis expecting to operate a startup business in the future.

Findings showed that (1). The perceptions of entrepreneurs were at a high level in all aspects. These aspects were entrepreneurial capabilities; potential customers for the startup business; resources support; entrepreneurial competencies; the self-control of entrepreneurs; and the expected potential for

the conduct of a startup business with the values at 3.694, 3.780, 3.516, 3.905, 3.779, and 3.650, respectively. The aspect of government trust showed perception at the moderate level of 3.323.

(2) In regard to the causal model analysis showing the effects of expected potential in the conduct of a startup business, it was found that the factor of resources support exhibited total influence at the highest level of 1.768. This factor was the resources support extended by public agencies concerned with the conduct of startup businesses: the law, rules, or regulations; and technology infrastructure related to startup businesses, as well as financial support. Next in descending order was the factor of entrepreneurial capabilities which exhibited a total influence of 0.870. The factor of potential customers displayed a total influence of 0.306.

Keywords: Startup Business, Entrepreneurial Ability, Government Trust, Potential Customer, Resources Support

Received: 2019-02-04

Revised: 2019-04-03

Accepted: 2019-06-15

บทนำ

โลกยุคปัจจุบันกำลังเข้าสู่เศรษฐกิจใหม่ที่เรียกกันว่า “เศรษฐกิจแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้” ส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ ต้องนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือไอซีที (Information and Communications Technology--ICT) มาประยุกต์ใช้ในทุกมิติของประเทศ รวมถึงประเทศไทยที่กำลังเข้าสู่ยุคของประเทศไทย 4.0 เช่นกัน ถือเป็น การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญอีกครั้งหนึ่งของประเทศที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ดังนั้น การเข้าสู่ยุคประเทศไทย 4.0 จึงมีความจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนผ่านทั้งระบบใน 4 องค์ประกอบ สำคัญ ได้แก่ (1) เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม (traditional farming) ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (smart farming) โดยเกษตรกรต้องร่ำรวยขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneur) (2) เปลี่ยนจากผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบบดั้งเดิม (traditional SMEs) กล่าวคือ การเป็นผู้ประกอบการ SMEs ที่รัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ (smart enterprises) และการเป็น

ธุรกิจสตาร์ทอัพ (start-ups) ที่มีศักยภาพสูง (3) เปลี่ยนจากการให้บริการแบบดั้งเดิม (traditional services) ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำไปสู่การให้บริการที่มีคุณค่าสูง (high value services) และ (4) เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะที่สูงขึ้น (ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน, 2559; Baller, Dutta, & Lanvin, 2016, pp. IX-XIII)

จากที่กล่าวมาในข้างต้น พบว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นหนึ่งในองคาพยพที่สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 ให้ประสบความสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ เนื่องจากธุรกิจสตาร์ทอัพมีโมเดลทางธุรกิจที่แตกต่างไปจากการดำเนินธุรกิจรูปแบบเดิม ด้วยการนำเอาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมาใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ นอกจากนี้ ยังพบว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถทำซ้ำด้วยต้นทุนที่ไม่สูง รวมทั้งเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว จุดเด่นที่มีความสำคัญอีกประการหนึ่งของธุรกิจ-สตาร์ทอัพ คือ เป็นธุรกิจที่สามารถส่งผ่านคุณค่าที่แท้จริงให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ ทำให้คุณภาพของผู้บริโภคดีขึ้น อาทิเช่น ได้รับบริการที่รวดเร็วขึ้นและหรือมี

ราคาที่ถูกกลง เป็นต้น (ณฤทธิ วรพงษ์ดี, 2560, หน้า 2-3, 6, 84) แต่ในประเทศไทยกลับพบว่าการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ล้มเหลวถึงร้อยละ 75-90 (เทคซอส, 2558) และธุรกิจสตาร์ทอัพในต่างประเทศก็เช่นกัน ส่วนใหญ่ก็ไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้เช่นกัน โดยมีปัจจัยหลายอย่างที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ ทั้งที่เป็นปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน อาทิ เช่น สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง การสนับสนุนจากภาครัฐหรือการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน รวมทั้งความรู้ความสามารถทางด้านการเงิน เทคโนโลยี และนวัตกรรมของผู้ประกอบการ หรือเครือข่ายทางธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งไม่ว่าจะเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยหรือในต่างประเทศก็จะมีลักษณะของปัญหาที่คล้ายคลึงกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจเป็นอย่างยิ่งที่จะทำการวิจัยเรื่อง “ศักยภาพที่คาดหวังของธุรกิจสตาร์ทอัพที่ขับเคลื่อนด้วยความสามารถของผู้ประกอบการ ความเชื่อมั่นต่อภาครัฐ ลูกค้ำที่คาดหวัง และการสนับสนุนทรัพยากร” ในครั้งนี้ ซึ่งจะเป็นงานวิจัยที่บูรณาการงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่กระจ่างชัดสำหรับการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในบริบทของประเทศไทย และยังส่งผลให้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพและหน่วยงานภาครัฐได้ตระหนักถึงแนวทางที่จะประสบความสำเร็จร่วมกันในการพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพให้สามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน และที่สำคัญเพื่อสร้างองค์ความรู้สำหรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุคประเทศไทย 4.0 ให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา ระดับ การรับรู้ ของผู้ประกอบการในเรื่อง ความสามารถของผู้ประกอบการ ความเชื่อมั่นต่อภาครัฐ ลูกค้ำที่

คาดหวัง การสนับสนุนด้านทรัพยากร รวมถึงสมรรถนะและการกำกับตนเอง และระดับศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

2. เพื่อศึกษาตัวแบบปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

นิยามศัพท์

ศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ (potential business start-ups) หมายถึง คุณลักษณะที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการปรับปรุง หรือการทำให้เกิด ความเปลี่ยนแปลง รวมถึงความคาดหวังที่จะเกิดขึ้นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในอนาคต ซึ่งจะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพที่คาดหวังของการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

สมมติฐานของการวิจัย

1. ความสามารถของผู้ประกอบการ ความเชื่อมั่นต่อภาครัฐ ลูกค้ำที่คาดหวัง และการสนับสนุนทรัพยากรมีอิทธิพลต่อสมรรถนะและการกำกับตนเองของผู้ประกอบการ

2. ความสามารถของผู้ประกอบการ ความเชื่อมั่นต่อภาครัฐ ลูกค้ำที่คาดหวัง และการสนับสนุนทรัพยากรมีอิทธิพลต่อศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

3. สมรรถนะและการกำกับตนเองของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหาเป็นการศึกษาปัจจัยสนับสนุนเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ (1) ปัจจัยความสามารถของผู้ประกอบการ (2) ปัจจัยความ

เชื่อมั่นต่อภาครัฐ (3) ปัจจัยลูกค้าที่คาดหวัง และ (4) ปัจจัยการสนับสนุนทรัพยากร

ขอบเขตด้านประชากร คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ประกอบการที่มีความคาดหวังจะดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพต่อไปในอนาคต

ขอบเขตด้านระยะเวลา ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือน มกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2560

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ประโยชน์ด้านวิชาการ

1. ขยายวรรณกรรมเกี่ยวกับความสามารถของผู้ประกอบการ ความเชื่อมั่นต่อภาครัฐ ลูกค้าที่คาดหวังในธุรกิจสตาร์ทอัพ และการสนับสนุนทรัพยากรที่นำไปสู่ศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการสนับสนุนผลการศึกษาในอดีต และสามารถใช้อ้างอิงหรือการวิจัยต่อเนื่องเพื่อยืนยันตัวแบบต่อไปในอนาคต

2. สนับสนุนยืนยันแนวคิดทฤษฎีที่นำมาอธิบายในการวิจัย ได้แก่ ทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะ (competency theory) ทฤษฎีการกำกับตนเอง (self-determination theory) ทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเอง (self-efficacy theory) และทฤษฎีว่าด้วยฐานทรัพยากร (resource-based view theory)

ประโยชน์ด้านการประยุกต์ใช้

โดยผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งปัจจัยที่สำคัญอันดับต้น ๆ ของการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จ คือ ผู้ประกอบการต้องสามารถนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม กล่าวคือ ตัวแบบของธุรกิจสตาร์ทอัพที่จะประสบความสำเร็จต้องสามารถนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างให้เป็นนวัตกรรม

ในองค์กรของตนเอง และนวัตกรรมดังกล่าวก็จะเป็นปัจจัยที่สำคัญช่วยให้ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถขยายตัวได้โดยไม่ต้องใช้สินทรัพย์หรือเวลามากนัก (scalable) และสามารถทำซ้ำบริการของตนเองได้อย่างไม่จำกัด (repeatable) ดังนั้น ธุรกิจสตาร์ทอัพจึงสามารถสร้างมูลค่าให้เติบโตไปได้แบบก้าวกระโดด และเป็นตัวแบบทางธุรกิจที่มีความเหมาะสมกับยุคสมัยในปัจจุบัน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ธุรกิจสตาร์ทอัพ คือ ธุรกิจที่มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แตกต่างไปจากธุรกิจรูปแบบเดิมทั่วไป ด้วยการนำเอาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคปัจจุบันมาเป็นแกนหลักในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งลักษณะของการดำเนินธุรกิจจะเป็นไปแบบก้าวกระโดด และสามารถประสบความสำเร็จในระยะเวลารวดเร็ว โดยการเริ่มต้นธุรกิจจากคนเพียงคนเดียวหรือการดำเนินธุรกิจร่วมกันของคนเพียงจำนวนหนึ่ง โดย Aslam and Hasnu (2016) ที่ศึกษาเรื่อง *Issues and constraints perceived by young entrepreneurs of Pakistan* ที่พบว่าผู้ประกอบการรุ่นใหม่ส่วนใหญ่มีการวางแผนที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจของตัวเอง แต่สาเหตุหลักที่มีส่วนทำให้พวกเขาเหล่านั้นยังไม่สามารถเข้าไปสู่การเป็นผู้ประกอบการได้ คือ การรับรู้เกี่ยวกับปัญหาและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน และยังแสดงให้เห็นอีกว่า สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ อาทิเช่น การเมืองภายในประเทศ นโยบายของรัฐบาล กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ อัตราการจ่ายภาษีที่สูงจนเกินไป เป็นต้น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นอุปสรรคที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพทั้งสิ้น

โดยเฉพาอย่างยิ่งปัจจัยทางด้านความสามารถของผู้ประกอบการ จากงานวิจัยของ Tsai and Cheng (2012) กล่าวเสริมถึงการรับรู้

ความสามารถของตนเอง (self-efficacy) ว่าเป็นตัวแปรที่สำคัญ เพราะเป็นปัจจัยในการควบคุมและกระตุ้นพฤติกรรมของมนุษย์ กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง ก็จะส่งเสริมให้เกิดความพยายาม ความมุ่งมั่นในการกระทำการต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จในทางตรงกันข้าม ถ้าบุคคลรับรู้ความสามารถของตนต่ำ ก็อาจจะนำไปสู่การสิ้นสุดความพยายามที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ได้ นอกจากนี้ยังมีการศึกษาของ Reiner and Mynhardt (2008) กล่าวว่า การพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเองไม่ได้ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ปรากฏให้เห็น ทั่วไป แต่จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในการเรียนรู้จากสังคม ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเอง (self-efficacy theory) ของ Bandura ปี ค.ศ. 1977, 1986 และ 1997 ที่นำมาใช้อธิบายเรื่องการรับรู้ความสามารถของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ โดยทฤษฎีนี้อธิบายถึง บุคคลจะแสดงพฤติกรรมหรือไม่ นั้นขึ้นอยู่กับ การรับรู้ความสามารถของตนเองและความคาดหวังถึงผลที่จะได้รับหลังจาก ทำพฤติกรรมนั้น ซึ่งหลักการดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาประกอบใช้ในการศึกษาถึงการรับรู้ความสามารถของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในครั้งนี้ ซึ่งจากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า เมื่อผู้ประกอบการเรียนรู้ว่าการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพนั้นจะเกิดผลประโยชน์ต่อตนเองได้อย่างไร และรับรู้ว่าคุณมีความสามารถเพียงพอที่จะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพได้แล้วนั้น ก็มีแนวโน้มว่าผู้ประกอบการจะมีความพร้อมหรือมีความคาดหวังในการที่จะดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพได้ต่อไป

ส่วน Hohmann and Welter (2005, p. 6) กล่าวถึง ความเชื่อมั่นส่วนบุคคล (personal trust) เป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ความเชื่อมั่นเกิดจากองค์ความรู้ที่มีในเบื้องต้นของบุคคลนั้น แต่ความเชื่อมั่นส่วนบุคคลอาจขึ้นอยู่กับลักษณะของกลุ่ม เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ เครือญาติ หรือความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ เป็นต้น และ

ความสัมพันธ์อันยาวนานสามารถทำให้เกิดเป็นความเชื่อมั่นได้เช่นกัน โดยที่ Boon and Holmes (1991) ยังได้กล่าวถึงความเชื่อมั่นว่า เป็นการคำนึงถึงตนเองในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยง กล่าวคือ การเจริญเติบโตที่เป็นไปอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีทำให้แนวโน้มการทำธุรกิจในปัจจุบันและในอนาคตมีองค์ประกอบที่มีความหลากหลายและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น หมายความว่า การดำเนินธุรกิจต้องมีความเสี่ยงที่มากขึ้น ซึ่งความเสี่ยงดังกล่าวเป็นเรื่องที่สวนทางกันกับความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยด้วยเช่นกัน กล่าวคือ ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ เป็นความรู้สึกของผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพที่จะแสดงถึงความมั่นใจในโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี และเครือข่ายทางธุรกิจที่เอื้อต่อแนวทางการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้สามารถประสบความสำเร็จเป็นไปอย่างมั่นคง

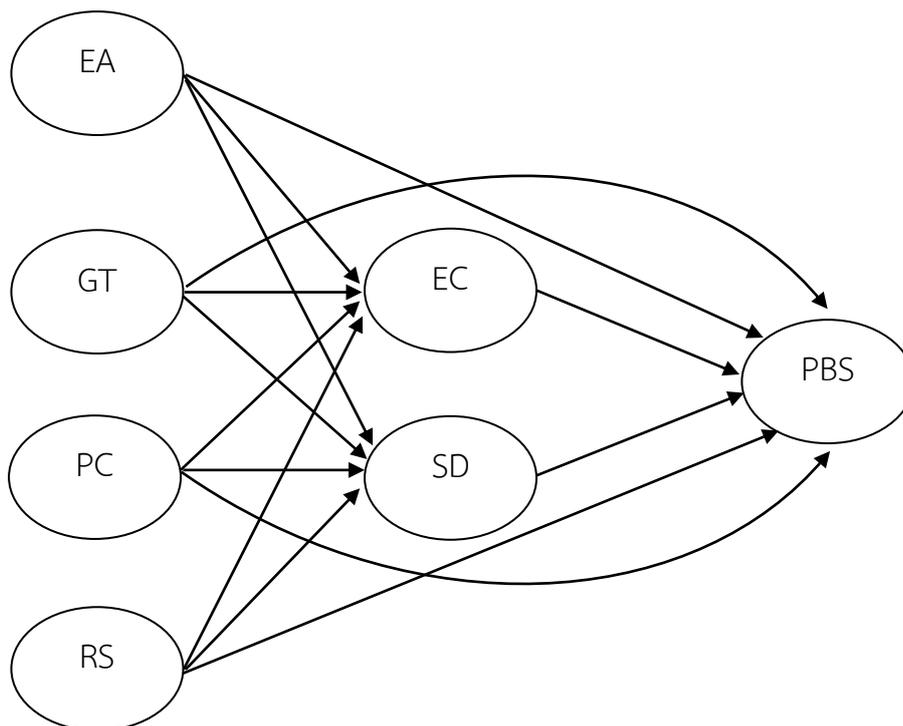
นอกจากนั้น เอสซีบี อีโคโนมิก อินเทลเลเจนซ์ เซ็นเตอร์ (2557) กล่าวว่า ปัจจุบันลูก้าถูกแบ่งออกเป็นรุ่น (generation) ประกอบไปด้วย Baby boomers, Gen X, Gen Y และ Gen Z ซึ่งกลุ่ม Gen Y หรืออีกชื่อหนึ่งเรียกว่า Generation Millennial (Gen M) เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 1981-2000 และเป็นช่วงที่โลกได้เข้าสู่ยุคสารสนเทศ ปัจจุบันคนกลุ่มนี้มีอายุ 35 ปีลงมา ลูก้ากลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและเมื่อผนวกกับอิทธิพลของเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้พวกเขามีความต้องการและคาดหวังสูงกว่ากลุ่มที่เกิดก่อนหน้า การเติบโตของบริษัทประเภท Start-up ทั่วโลกที่พยายามตอบโจทย์ความต้องการของ Gen M ในทุกมิติ ทั้งสินค้าและบริการ กลุ่มของประชากรในประเทศไทยก็มีแนวโน้มที่คล้ายคลึงกับทั่วโลก โดยประชากรของประเทศไทยในทุกกลุ่มสามารถเป็นลูก้าของธุรกิจสตาร์ทอัพได้ทั้งสิ้น รวมทั้งกลุ่มเด็ก ๆ หรือที่เรียกว่า Gen Z ซึ่งส่วนใหญ่ยังไม่สามารถหารายได้ด้วยตนเอง แต่ก็ก็เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการบริโภคสินค้าและ

บริการต่าง ๆ รวมทั้งเป็นกลุ่มที่กำลังเติบโต เรียนรู้พัฒนาตนเอง เพื่อก้าวมาเป็นกำลังหลักของโลกต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชากรที่อยู่ในกลุ่ม Gen M ซึ่งเป็นลูกค้ำที่มีศักยภาพและมีจำนวนมากกว่าทุกกลุ่มในประเทศไทย เนื่องจากคนกลุ่มดังกล่าวนี้ มักมีรายได้สูงทั้งที่ยังอยู่ในวัยหนุ่มสาว และมีแนวโน้มที่จะมีอัตราการใช้จ่ายสูงเมื่อเทียบกับคนกลุ่มอื่น ๆ และที่สำคัญลูกค้ำกลุ่มนี้มีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ชอบมีสังคม ตัดสินใจ บนข้อมูล ช่างเลือก และมีความรู้ทางการเงิน ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้ำที่มีบุคลิกสอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจสตาร์ทอัพที่สุด

สุดท้ายการสนับสนุนทรัพยากรที่เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ เนื่องจากแนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based Theory--RBT) ซึ่งเป็นทฤษฎีร่วมสมัยที่ผสมผสานข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการได้มาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรและการดำรงอยู่ขององค์กร ภายใต้ขอบเขตการบริหารจัดการที่ดี ดังนั้น ธุรกิจที่จะสามารถอยู่รอดและประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมที่มีความสลับซับซ้อนในทุกวันนี้ จึงขึ้นอยู่กับ ปัจจัยแรก คือ ความสามารถของกิจการที่จะปรับตัวเองได้ตลอดเวลา ความสามารถในการครอบครองทรัพยากรที่หลากหลายมีความเป็นคุณลักษณะเฉพาะหรือลักษณะพิเศษ ปัจจัยที่สอง คือ

ความสามารถในการจัดสรรทรัพยากร และปัจจัยสุดท้าย คือ ความสามารถในการยกระดับการทำงาน การเรียนรู้แบบไม่หยุดนิ่ง สิ่งเหล่านี้ได้กลายเป็นส่วนสำคัญ และรากฐานหรือปัจจัยพื้นฐานของการขยายตัวของธุรกิจทั้งระดับประเทศ และระหว่างประเทศ และความสามารถเหล่านี้ เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจปัจจุบัน ตามสภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล (Barney, 1991)

ศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ หมายถึง คุณลักษณะที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง รวมถึงความคาดหวังที่จะเกิดขึ้นเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในอนาคต ซึ่งจะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพที่คาดหวังของการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ โดย Shapero (1982) กล่าวไว้ว่าการตัดสินใจที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนทิศทางการดำเนินชีวิต อย่างในกรณี ความคาดหวังในการก่อตั้งธุรกิจสตาร์ทอัพก็เช่นกันจะถูกแรงให้เกิดขึ้นโดยเหตุการณ์ หรือความเปลี่ยนแปลงในชีวิตประจำวันของบุคคลนั้น จากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยดังกล่าว จึงนำมาสู่กรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังภาพ 1



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยวิเคราะห์สมการโครงสร้างจากข้อมูลแบบสอบถามเพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสอบย่ำเชิงสาเหตุ (confirmatory analysis) ปัจจัยสนับสนุนเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ประกอบการที่มีความคาดหวังจะดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพต่อไปในอนาคต ซึ่งมีจำนวนประชากรไม่แน่นอน

ขนาดตัวอย่าง อาศัย Rule of Thumb 1:10 คือ ตัวแปรเชิงประจักษ์ 1 ตัวจะใช้หน่วยตัวอย่าง 10 ดังนั้น งานวิจัยนี้ใช้ 430 ตัวอย่าง (Neuman, 1991, p. 221) และผู้วิจัยใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างง่าย (stratified simple sampling) โดยดำเนินการแบ่งกลุ่ม

ผู้ประกอบการออกตามกิจกรรมที่เข้าร่วมงานทางด้านธุรกิจสตาร์ทอัพออกเป็นชั้นภูมิ (stratum) โดยใช้งานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสตาร์ทอัพที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีได้จำนวน 3 ชั้นภูมิ และจัดสรรขนาดตัวอย่างย่อยตามสัดส่วน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list) และแบบสอบถามระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) ของลิเคอร์ท (Likert)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (validity) โดยนำแบบสอบถามที่ร่างไว้ไปตรวจสอบเพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาไปนำเสนอให้นักวิชาการที่เป็นผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน พิจารณาและตรวจสอบความเหมาะสมของภาษาที่

ใช้ในการวิจัย ด้วยการตรวจสอบหาค่าความสอดคล้อง (item-objective congruency--IOC) เพื่อวัดความสอดคล้องภายใน (internal consistency model) ดังนี้

+ 1 หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้อง

0 หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้

- 1 หมายถึง ข้อคำถามไม่สอดคล้อง

สำหรับการพิจารณาความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในทุกข้อคำถามนั้น เมื่อวิเคราะห์แล้วจะมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 จะคัดเลือกเอาไว้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 จะพิจารณาปรับปรุงแก้ไขหรืออาจตัดทิ้ง (Povinelli & Hambleton, 1976, p. 56)

2. ความเชื่อมั่น (reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดลองในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 กับกลุ่มผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ แต่มีคุณสมบัติและการดำเนินงานธุรกิจสตาร์ทอัพคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 50 คน เพื่อตรวจสอบว่า คำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) และใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) (Jump, 1978, p. 98; Cortina, 1993, pp. 98-104; Nunnally, 1978, p. 89) ได้เสนอแนะเป็นเกณฑ์การยอมรับที่ค่าแอลฟา (α) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.70

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย (1) สถิติเชิงพรรณนา (2) การวิเคราะห์แบบ Multivariate analysis โดยใช้แนวทางการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบ Covariance Base

ผลการวิจัย

สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการที่ศึกษาวิจัย พบว่า เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยคิดเป็นร้อยละ 61.16 ซึ่งมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาโทถึงร้อยละ 51.40 สำหรับอายุของผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.07 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรูปแบบของธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 53.49 และมีลักษณะของวิสาหกิจเป็นกิจการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 54.42 โดยส่วนใหญ่มีรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการถ่วงเฉลี่ยต่อปี อยู่ระหว่าง 1,000,001-10,000,000 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 50.23 และส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.84

ระดับการรับรู้ของผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมเท่ากับ 3.694 อยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการ มีความเห็นสอดคล้องกันว่า สามารถนำนวัตกรรมเข้ามาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเป็นรูปธรรม ในขณะที่ระดับการรับรู้เกี่ยวกับความเชื่อมั่นต่อภาครัฐมีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมเท่ากับ 3.323 อยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ประกอบการมีความเห็นสอดคล้องกันว่า มีความเชื่อมั่นต่อภาครัฐในการขับเคลื่อนธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จได้ต่อไปในอนาคต ในขณะที่ระดับการรับรู้ถึงลูกค้าที่คาดหวังในธุรกิจสตาร์ทอัพ มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมเท่ากับ 3.870 อยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการมีความเห็นสอดคล้องกันว่า การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่

รวดเร็วส่งผลต่อจำนวนลูกค้าที่คาดหวังในธุรกิจสตาร์ทอัพ ในขณะที่ระดับการรับรู้เกี่ยวกับการสนับสนุนทรัพยากร มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมเท่ากับ 3.516 อยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ทรัพยากรบุคคลในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพมีอย่างเพียงพอ ในขณะที่การรับรู้เกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมเท่ากับ 3.905 อยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการมีความเห็นสอดคล้องกันว่า มีความมุ่งมั่น ที่จะพัฒนาความสามารถเกี่ยวกับนวัตกรรม และเทคโนโลยีที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจที่ไม่เหมือนใคร ในขณะที่การรับรู้เกี่ยวกับการกำกับตนเองของผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมเท่ากับ 3.779 อยู่ในระดับ

มาก โดยผู้ประกอบการมีความเห็นสอดคล้องกันว่า มีความสามารถ ทักษะ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ครบถ้วน สุดท้ายการรับรู้เกี่ยวกับศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพมีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมเท่ากับ 3.650 อยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการมีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า การนำเอาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพจะช่วยขยายมูลค่าทางธุรกิจให้เติบโตได้มากกว่าธุรกิจอื่นทั่วไปหลายเท่า

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง พบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์กับตัวแบบสมการโครงสร้างมีความกลมกลืนปรากฏดังตาราง 1

ตาราง 1

ค่าดัชนีความกลมกลืนเหมาะสมจากการวิเคราะห์แบบ SEM Co-Variance Based

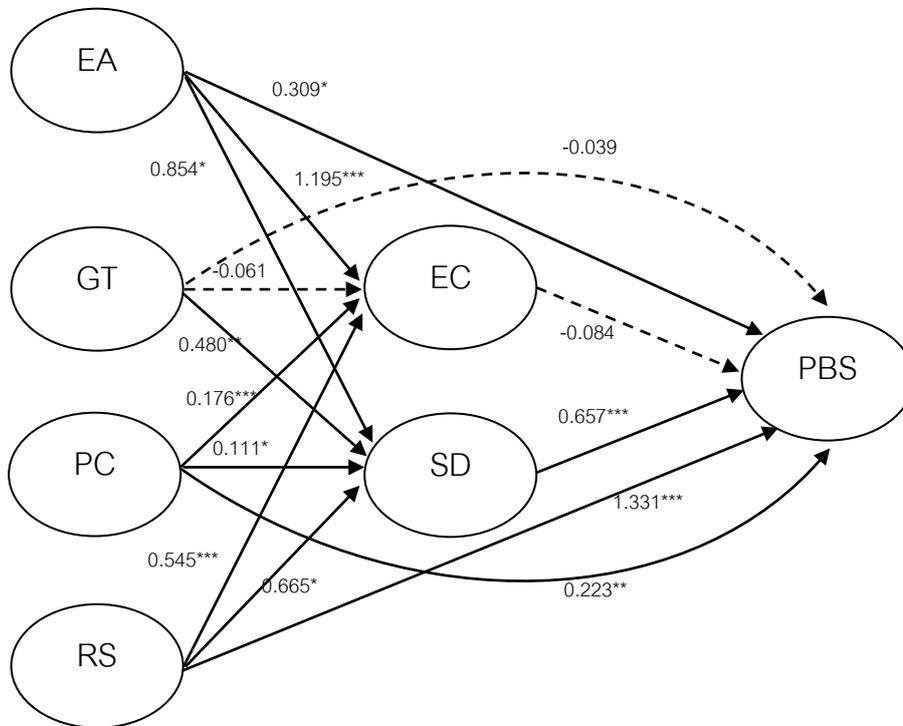
ดัชนี	ค่า	ค่ามาตรฐาน	อ้างอิง
Chi square	565.631	-	
Degree of freedom	317	-	
Norm Fit	1.784	< 3.000	Kline (1998), Ullman (2001)
P-value	0.000	>0.05	
RMSEA	0.043	< 0.080	Brown & Cudeck (1993)
GFI	0.913	> 0.900	Byrne (1994); Schumacker & Lomax (2004)
NFI	0.976	> 0.900	Byrne (1994), Schumacker & Lomax (2004)
IFI	0.992	> 0.900	Anderson & Gerbing (1993); Hu & Bentler (1995); Marsh, Balla, & McDonald (1988)
RMR	0.043	<0.080	Brown & Cudeck (1993)
AGFI	0.889	> 0.900	Byrne (1994)

สรุปผลจากตาราง 1 พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านมาตรฐาน ยกเว้นค่า P-value ซึ่งโดยเกณฑ์ต้องมากกว่า 0.05 เนื่องจากค่าดังกล่าวมีความกว้างโดยขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ขนาดของตัวอย่างและจำนวนตัวแปร ซึ่งถ้าค่ามากไปมักส่งผลให้ค่า Chi-square มีค่าสูง ทำให้ค่า P-value มีค่าต่ำ รวมทั้งค่า AGFI โดยเกณฑ์ต้องมากกว่า

0.900 แต่ค่าที่ได้ 0.899 ก็ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ดังนั้น จึงมีการผ่อนปรนให้ โดยถ้าค่า P-value < 0.050 และ AGFI < 0.900 ก็สามารถรับรองว่าตัวแบบเหมาะสม โดยการใช้ค่าดัชนีอื่นเข้ามากำหนด อาทิเช่น GFI, NFI, IFI และ RMR เป็นต้น ส่วนค่า Norm Fit ที่เรียกว่า Relation Fit มีการผ่อนปรนให้โดยใช้เกณฑ์น้อยกว่า 3 ก็

สามารถใช้ได้ (norm fit < 3 อยู่ในระดับดี) ดังนั้นสรุปผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างที่ทดสอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของการวิจัยในครั้งนี้

สามารถอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ในความกลมกลืนตามดัชนีมาตรฐานที่กำหนด โดยสมการโครงสร้างและสัมประสิทธิ์เส้นทางปรากฏดังภาพ 2



หมายเหตุ: ตัวเลขกำกับกับเส้นทางระหว่างตัวแปรแฝง เรียกว่า สัมประสิทธิ์เส้นทาง

*** หมายถึง $p \leq 0.001$, ** หมายถึง $p \leq 0.01$, * หมายถึง $p \leq 0.05$

ภาพ 2 แสดงตัวแบบในงานวิจัย

ตัวแปรและความหมาย

- EA หมายถึง ความสามารถของผู้ประกอบการ
- GT หมายถึง ความเชื่อมั่นต่อภาครัฐ
- PC หมายถึง ลูกค้ายที่คาดหวังในธุรกิจสตาร์ทอัพ
- RS หมายถึง การสนับสนุนทรัพยากร
- EC หมายถึง สมรรถนะของผู้ประกอบการ
- SD หมายถึง การกำกับตนเองของผู้ประกอบการ
- PBS หมายถึง ศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

- (1) SD เป็น Complete mediator ของ EA กับ PBS
- (2) SD และ PBS เป็น Serial Effects ของ GT
- (3) SD เป็น Partially mediator ของ PC กับ PBS
- (4) SD เป็น Partially mediator ของ RS กับ PBS
- (5) EC เป็น effect ของ EA
- (6) EC และ PBS เป็น effect ของ PC
- (7) EC และ PBS เป็น effect ของ RS

จากภาพ 2 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแบบสมการโครงสร้างดังกล่าวข้างต้น พบว่า

กล่าวคือ EA, PC และ RS มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อ PBS ส่วน GT ไม่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อ PBS

การอภิปรายผล

1. การรับรู้เกี่ยวกับความสามารถของผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Izquierdo and Buelens (2011) ศึกษาเรื่อง Competing models of entrepreneurial intentions: the influence of entrepreneurial self-efficacy and attitudes พบว่า การรับรู้ความสามารถของผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพในการดำเนินธุรกิจใหม่ ๆ รวมทั้งงานวิจัยของ Fini, Grimaldi, Marzocchi, and Sobrero (2009) ศึกษาเรื่อง The foundation of entrepreneurial intention กล่าวเอาไว้ว่า ทักษะ ความสามารถของผู้ประกอบการ รวมถึงสิ่งแวดล้อม และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพในการดำเนินธุรกิจทั้งสิ้น

2. การรับรู้เกี่ยวกับความเชื่อมั่นต่อภาครัฐไม่มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ แต่ค่าที่ได้เป็นลบผลการวิจัยสอดคล้องกับ Love, Mackert, and Silk (2013) ศึกษาเรื่อง Consumer trust in information sources: Testing an interdisciplinary model พบว่า การนำนวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้ในองค์กรใด หากผู้ประกอบการไม่มีความรู้หรือความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการกับนวัตกรรมนั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมจะทำให้การดำเนินงานขององค์กรอยู่ในสภาพที่มีความเสี่ยง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจต่อไป

3. การรับรู้เกี่ยวกับลูกค้ายุคใหม่ที่คาดหวังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับ เอสซีบี อีโคโนมิก อินเทลเลเจนซ์ เซ็นเตอร์ (2557) ที่แสดงให้เห็นว่า กลุ่มคนที่อยู่ในช่วงที่โลกได้เข้าสู่ยุคสารสนเทศหรือที่เรียกว่า กลุ่ม Generation M (Gen M) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี 1981-2000 และเป็น ปัจจุบันคนกลุ่ม

นี้มีอายุระหว่าง 15-34 ปี ซึ่งบริษัทประเภท Start-up ทั่วโลกก็พยายามตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่ม Gen M ในทุกมิติ ทั้งสินค้าและบริการ ดังนั้น โดยทั่วไปธุรกิจต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญกับลูกค้ากลุ่ม Gen M เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะยังคงมีขนาดใหญ่กว่ากลุ่มอื่น ๆ ต่อไปในอนาคตอีกด้วย กล่าวคือ กลุ่มคน Gen M เป็นลูกค้าที่มีศักยภาพ และมีจำนวนมากว่าทุกกลุ่มในประเทศไทย และที่สำคัญลูกค้ากลุ่มนี้มีความคล่องตัวด้านเทคโนโลยี ชอบมีสังคม ตัดสินใจบนข้อมูล ช่างเลือก และมีความรู้ทางการเงิน ซึ่งกล่าวได้ว่า กลุ่มคน Gen M เป็นกลุ่มลูกค้าที่คาดหวังของธุรกิจสตาร์ทอัพ และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sichtmann (2006) ศึกษาเรื่อง The effectiveness of corporate reputation management for product innovations กล่าวเอาไว้ว่า องค์กรทางด้านนวัตกรรมที่มีชื่อเสียงจะมีจำนวนลูกค้าที่คาดหวังที่ให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ และจำนวนลูกค้าที่คาดหวังนี้เองเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ต่อไป

4. การรับรู้เกี่ยวกับการสนับสนุนด้านทรัพยากรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อศักยภาพที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ ผลการวิจัยสอดคล้องกับ Shukla, Sharma and Joshi (2015) ศึกษาเรื่อง Can Business Incubators Impact the Start-Up Success? India Perspective! กล่าวเอาไว้ว่า ภาครัฐควรให้การสนับสนุนทางด้านทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพได้อย่างต่อเนื่อง และผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนทรัพยากรของภาครัฐจะส่งอิทธิพลในเชิงบวกต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ye (2018) ศึกษาเรื่อง New-Born Startups Performance: Influences of Resources and Entrepreneurial Team Experiences พบว่า ทรัพยากรทางด้านการเงินจะมีผลกระทบในเชิง

บวกต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ ในช่วงเริ่มต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจที่แข็งแกร่ง มากเท่าใด ก็ยิ่งส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้มากเท่านั้น กล่าวคือ ธุรกิจสตาร์ทอัพที่ได้รับการสนับสนุนทรัพยากรทางการเงิน การเงินอย่างเพียงพอและเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว การได้รับการสนับสนุนทางการเงินดังกล่าวจะมีอิทธิพลโดยตรงต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ และจะช่วยในการสร้างผลกำไรที่ติดต่อกิจ และยิ่งสอดคล้องกับ Aslam and Hasnu (2016) ศึกษาเรื่อง Issues and constraints perceived by young entrepreneurs of Pakistan กล่าวเอาไว้ว่า ทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ อาทิเช่น นโยบายระเบียบ ข้อบังคับของภาครัฐ และสภาพแวดล้อมภายในประเทศ เป็นต้น เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของผู้ประกอบการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในมิติต่าง ๆ ดังนี้

มิติด้านผู้ประกอบการ จากผลการวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความสามารถนำเอานวัตกรรมเข้ามาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเป็นรูปธรรม กล่าวได้ว่า ปัจจัยที่สำคัญอันดับต้น ๆ ของการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จ คือ ผู้ประกอบการต้องมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาความสามารถทางด้านนวัตกรรม เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น ในมุมมองของนักลงทุนอิสระการพิจารณาร่วมลงทุนกับธุรกิจใด ๆ ก็ต้องให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการที่สามารถสร้างนวัตกรรมและนำเอามาประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจของตนเองมาเป็นอันดับ

ต้น ๆ เช่นกัน อันจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดธุรกิจสตาร์ทอัพมากขึ้น ซึ่งนอกจากจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยแล้ว อันหนึ่งเป็นการสร้างให้เกิดตลาดแรงงานในธุรกิจสตาร์ทอัพมากขึ้นได้อีกเช่นกัน

มิติด้านภาคธุรกิจ จากผลการวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองว่าการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่รวดเร็วส่งผลต่อจำนวนลูกค้าที่คาดหวังในธุรกิจสตาร์ทอัพ เนื่องจากเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและเทคโนโลยีเป็นกุญแจสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการในธุรกิจสตาร์ทอัพ ดังนั้น ธุรกิจสตาร์ทอัพที่สามารถนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะสามารถประสบความสำเร็จสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน กล่าวคือ ตัวแบบของธุรกิจสตาร์ทอัพที่จะประสบความสำเร็จต้องสามารถนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างให้เป็นนวัตกรรมขององค์กรของตนเอง และนวัตกรรมดังกล่าวก็จะ เป็นปัจจัยที่สำคัญช่วยให้ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถขยายตัวได้โดยไม่ต้องใช้สินทรัพย์หรือเวลามากนัก (scalable) และสามารถทำซ้ำบริการของตนเองได้อย่างไม่จำกัด (repeatable) ดังนั้น ธุรกิจสตาร์ทอัพจึงสามารถสร้างมูลค่าให้เติบโตไปได้แบบก้าวกระโดด และเป็นตัวแบบทางธุรกิจที่มีความเหมาะสมกับยุคสมัยในปัจจุบัน

มิติด้านหน่วยงานภาครัฐ จากผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ภาครัฐต้องสร้างความเชื่อมั่นในการขับเคลื่อนธุรกิจสตาร์ทอัพให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น โดยกำหนดออกมาเป็นมาตรการให้ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพได้รับทราบรวมถึงการ-ออกเป็นกฎหมาย หรือระเบียบข้อบังคับที่จะเอื้อให้การดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยสามารถแข่งขันในเวทีโลกหรือเป็นไปตามมาตรฐานสากลที่พึงกระทำ ซึ่งเป็นเรื่องที่ภาครัฐต้องอาศัยระยะเวลาไม่สามารถกระทำได้เพียงระยะเวลาอันสั้นและต้องทำให้สม่ำเสมอ

เป็นไปอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น การออกกฎหมาย เฉพาะสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพ หรือการให้สิทธิ พิเศษสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพที่สามารถนำ

นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีมาดำเนินธุรกิจจนประสบความสำเร็จ รวมถึงการจัดตั้งหน่วยงานที่จะมา กำกับดูแลเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพโดยตรง เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ณฤทธิ วรพงษ์ดี. (2560). *รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ*. กรุงเทพมหานคร: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- เทศชอส. (2558). *ผลสำรวจเผยสาเหตุที่ว่าทำไมอัตราล้มเหลวของ Startup พุ่งสูงถึง 90%*. ค้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2559, จาก <http://techsauce.co/news/why-startup-fail-90-percent>
- ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน. (2559). *โมเดลประเทศไทย 4.0*. ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2559, จาก http://www.aseanhai.net/ewt_news.php?nid=6100&filename=index
- เอสซีบี อีโคโนมิก อินเทลเลเจนซ์ เซ็นเตอร์. (2557). *กลยุทธ์มัดใจผู้บริโภค Gen Y*. ค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2559, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/130>
- Aslam, S., & Hasnu, S. A. F. (2016). Issues and constraints perceived by young entrepreneurs of Pakistan. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 12(1), 50-65.
- Baller, S., Dutta, S., & Lanvin, B. (2016). *The global information technology report 2016: Innovating in the digital economy*. Retrieved February 12, 2016, from http://www3.weforum.org/docs/GITR2016/WEF_GITR_Full_Report.pdf
- Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Toward a unifying theory of behavior change. *Psychological Review*, 84(1), 191-215.
- Bandura, A. (1986). *Self-efficacy: Foundation of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman and Company.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Boon, S., & Holmes, J. (1991). *The dynamics of interpersonal trust: Resolving uncertainty in the face of risk*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha: An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98-104.
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L., & Sobrero, M. (2009). *The foundation of entrepreneurial intention*. Unpublished manuscript.
- Hohmann, H.-H., & Welter, F. (2005). *Trust and entrepreneurship: A west-east perspective*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Izquierdo, E., & Buelens, M. (2011). Competing models of entrepreneurial intentions: The influence of entrepreneurial self-efficacy and attitudes. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 75-91.
- Jump, N. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.



- Love, B., Mackert, M., & Silk, K. (2013). Consumer trust in information sources: Testing an interdisciplinary model. *SAGE Open*, 2(April-June), 1-13.
- Neuman, W. L. (1991). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Boston: Allyn and Bacon.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1976). *On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity*. Amherst, MA: The University of Massachusetts.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Shukla, B., Sharma, A., & Joshi, M. (2015). Can business incubators impact the start-up success? India perspective! *SSRN Electronic Journal*, 7(1), 1-35.
- Sichtmann, C. (2006). *The effectiveness of corporate reputation management for product innovations*. Brisbane, Australia: Proceedings of the ANZMAC Conference.
- Tsai, Y. C., & Cheng, Y. T. (2012). Analyzing key performance indicators (KPIs) for e-commerce and internet marketing of elderly products: A review. *Archives of Gerontology and Geriatrics*, 55, 126-132.
- Ye, Q. (2018). New-born startups performance: Influences of resources and entrepreneurial team experiences. *International Business Research*, 11(2), 1-15.