อิทธิพลของลักษณะผู้ประกอบการต่อความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย: บทบาทของตัวแปรคั่นกลาง ความสามารถทางนวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขัน

The Influence of Entrepreneurial Orientation on Success of Startup Business in Thailand: The Mediating Roles of Innovation Capability and Competitive Advantage

อมราวดี วงศ์เทพ[1], ศศิวิมล สุขบท[2], อิศรัฏฐ์ รินไธสง[3]
Amaravadee Wongtep[1], Sasiwemon Sukhabot[2], Idsaratt Rinthaisong[3]

Received: 19 April 2024 **Revised:** 07 June 2024 **Accepted**: 21 June 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะผู้ประกอบการโดยมีความสามารถนวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ ใช้ทฤษฎี Resource-based View Theory (Barney, 1991) เป็นฐานในการศึกษา ประชากรที่ศึกษาเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย หน่วยสุ่มเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพ จำนวน 554ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น ใช้ตัวแบบสมการโครงสร้าง (SEM) ในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นอิทธิพลของความสามารถนวัตกรรม และความได้เปรียบในการแข่งขันในฐานะตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ประกอบการ และความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถยืนยันสมมติฐานการวิจัยซึ่งพบว่า ลักษณะผู้ประกอบการส่งผลทางตรงและทางอ้อมกับความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ ผ่านอิทธิพลของความสามารถทางนวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์ความรู้ใหม่ในธุรกิจสตาร์ทอัพ เช่น การสร้างนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า นำไปสู่การการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า ทำให้ยากต่อการลอกเลียนแบบ เพื่อใช้เป็นแรงขับเคลื่อนให้กับผู้ประกอบการในการนำความสามารถนวัตกรรม การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ บทความวิจัยนี้เป็นการเติมเต็มองค์ความรู้ให้กับแวดวงวิชาการในด้านบทบาทของตัวแปรคั่นกลาง ความสามารถทางนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ

คำสำคัญ: ลักษณะผู้ประกอบการ, ความสำเร็จธุรกิจสตาร์ทอัพ, ความสามารถทางนวัตกรรม, ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

[1] นักศึกษาปริญญาเอก, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โทรศัพท์ Email: amaravadee24@gmail.com
[2] อาจารย์ประจำ, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โทรศัพท์ 0815993684 Email: sasiwemon.s@psu.ac.th
[3] อาจารย์ประจำ, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โทรศัพท์ 0815436543 Email: idsaratt.r@psu.ac.th
[1] Student in the Ph.D. Faculty of Management Sciences,Prince of Songkla University Email: amaravadee24@gmail.com
[2] Lecturer,Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University Tel.0815993684 Email: sasiwemon.s@psu.ac.th
[3] Lecturer, Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University Tel. 0815436543 Email: idsaratt.r@psu.ac.th

Abstract

The objective of this research is to study the influence of entrepreneurial characteristics such as innovative ability and competitive advantage as intermediary variables that affect the success of startup businesses. Resource-based view theory (Barney, 1991) was used as the basis for the study. The population for this study were startup business entrepreneurs in Thailand. This research is quantitative. A questionnaire was used as a tool to collect data from 554 startup entrepreneurs in Thailand by probability sampling. This research uses structural equation modeling (SEM) for analysis. The results of the study demonstrate the influence of innovation capabilities and competitive advantage as variables in transmitting the relationship between entrepreneurial characteristics and the success of startup businesses in Thailand. The results of the data analysis were able to confirm the research hypotheses as follows. Entrepreneurial characteristics were directly and indirectly affected by the success of startup businesses through the influence of innovation ability and competitive advantage and new knowledge in startup businesses. Moreover, by creating products through innovations, we can create products that meet customer needs. However, this leads to product differences and makes it difficult to imitate. Although the driving force was for entrepreneurs to bring innovative capabilities, creating a competitive advantage for the business affects the success of the business. This research article adds to the body of knowledge in the academic world on the role of interstitial variables, innovation ability, and competitive advantage in affecting the success of startup businesses.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Startup success, Innovation capability, Competitive advantage

บทนำ

ธุรกิจสตาร์ทอัพขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจทำให้ระบบเศรษฐกิจในประเทศกำลังพัฒนามีรายได้เพิ่มขึ้น (Yanuarti & Dewi, 2019) สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการสร้างงาน (Kang, 2020) จากข้อมูลจาก Global Digital Report (2020) ธุรกิจสตาร์ทอัพในอินโดนีเซียเติบโตอยู่ที่ 64% และมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพความสำเร็จที่สำคัญมาจากลักษณะผู้ประกอบการเพราะในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ คุณลักษณะส่วนตัวของผู้ประกอบการมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ เป็นตัวกำหนดความสำเร็จของธุรกิจจากพฤติกรรมของผู้ประกอบการสะท้อนผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยรวม ดังนั้นการวิเคราะห์ลักษณะของผู้ประกอบการจะช่วยให้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ วิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น (ฝนทิพย์ ฆารไสว, 2554)

สำหรับบริบทในประเทศไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปี 2560 -2566 มุ่งเน้นศึกษาความสำเร็จและผลการดำเนินงานของสตาร์ทอัพในส่วนของปัจจัยแห่งความสำเร็จของสตาร์ทอัพ คือ ทักษะ

พื้นฐานของผู้ประกอบการ คุณภาพขององค์กรและผลิตภัณฑ์ (นวพล แก้วสุวรรณ, 2563, อดิเทพ ครุฑธามาศ และคณะ, 2564) การติดตามเทคโนโลยีและเทรนของผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการสร้างผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็ว (ไกรวิทย์ โพธิ์ดม และ ขวัญฤดี พรชัยทิวัตถ์, 2560) และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคม และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (วรมรรณ นามวงศ์ และคณะ, 2564) และพบว่านวัตกรรมการจัดการทางธุรกิจ ด้านภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในจังหวัดชายแดนใต้ในจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส ผลการวิจัยครั้งนี้ มีส่วนทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจถึงความสำคัญของนวัตกรรมการจัดการทางธุรกิจและสามารถใช้เป็นกลไกลสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (จุฑาภรณ์ เสาร์พูล และธมยันตี ประยูรพันธ์, 2566) อีกทั้งในประเทศไทยยังมีงานวิจัยจำนวนน้อย ศึกษาถึงบทบาทของ ความสามารถนวัตกรรม และความได้เปรียบในการแข่งขันในฐานะตัวแปรส่งผ่านระหว่างความสัมพันธ์ของลักษณะผู้ประกอบการและความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ สอดคล้องกับทฤษฎีฐานทรัพยากรอธิบายในส่วนของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอันประกอบด้วยการมีทรัพยากรที่สำคัญของธุรกิจการใช้ทรัพยากรที่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า ยากต่อการลอกเลียนแบบ (Barney& Jay, 1991) ปัญหาของการวิจัยในครั้งนี้คือ จากการรายงานของ Statstic Brain (2016) พบว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพมีอัตราการเติบโตที่ลดลง และมีอัตราการล้มเหลวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในขณะเดียวกันในประเทศไทยมีการคาดคะเนว่าสตาร์ทอัพในประเทศไทยมีอัตราการอยู่รอดเพียง 1% เท่านั้น (Poonpol & Krating,2016) โดย Statistic Brain อธิบายว่าสาเหตุที่สตาร์ทอัพล้มเหลวนั้นมาจากการไม่มีความสามารถในการแข่งขันที่เกิดจากการวางแผนด้านเทคโนโลยีที่ใช้สร้างนวัตกรรมทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการของสตาร์ทอัพขาดความน่าสนใจ และทำให้ผลประกอบการลดน้อยลง ซึ่งสอดคล้องกับ Forbes และ Entrepreneur Magazine (Furr, 2011; Patel, 2015) ที่อธิบายว่าสาเหตุแรกของความล้มเหลวของสตาร์ทอัพคือการขาดความสามารถทางการแข่งขันทางด้านเทคโนโลยี ในการสร้างความแตกต่างกับสินค้าและบริการ ทำให้สตาร์ทอัพเติบโตได้ไม่เต็มที่ ดังนั้นผู้ประกอบการ สตาร์ทอัพควรเริ่มต้นจากการลงทุนในด้านของการสร้างความสามารถทางการแข่งขันที่มีการสร้างกลยุทธ์ที่โดดเด่น

ทั้งนี้องค์ความรู้ที่ได้ที่ได้จากการวิจัยซึ่งสามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้ประโยชน์ทั้งผู้ประกอบการและผู้สนใจจะเข้ามาเริ่มประกอบธุรกิจหรือใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและวางแผนพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการได้รวมทั้งเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพให้มีการเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีมุมมองตามทรัพยากร Resource-based View Theory

ทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ของสตาร์ทอัพที่สามารถเปลี่ยนให้เป็นความได้เปรียบในการแข่งขัน (Bank,2020) การแข่งขันทางธุรกิจทำให้ผู้ประกอบการต้องสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจ ท่ามกลางสภาพแวดล้อมซึ่งองค์การต้องปรับตัวให้เร็วที่สุด และสามารถปรับตัวเพื่อสร้างความเป็นเลิศ (Nurjaman *et al*., 2021) โดยใช้ฐานทรัพยากรในธุรกิจ ถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดกลยุทธ์ เป็น

ทรัพยากรส่วนรวมที่มีความสำคัญในการสร้างแนวคิดของความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Iruthayasamy, 2021) มีคุณค่า หายาก ยากที่จะลอกเลียนแบบ และไม่สามารถทดแทนได้ ซึ่งถือเป็นแหล่งศักยภาพที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขันในยุคสมัยที่มีเปลี่ยนแปลงอย่างไร้ขีดจำกัด (Gibson, Gibson, & Webster, 2021) บริษัทใช้ความสามารถต่าง ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรนั้นประกอบด้วย ความสามารถด้านนวัตกรรม (Hanelt *et al*., 2021) เป็นความสามารถในการสร้างสรรค์กระบวนการหรือสิ่งใหม่ๆ ซึ่งความสามารถทางนวัตกรรม และการได้เปรียบทางการแข่งขันในตัวลักษณะผู้ประกอบการ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ ผลที่ได้จากการศึกษาผู้ประกอบการนำความรู้และแนวคิดใหม่มาสร้างสรรค์และปรับใช้ในการสร้างกลยุทธ์ ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ทำให้ธุรกิจมีการเติบโตและประสบความสำเร็จมากขึ้น

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะผู้ประกอบการ

ลักษณะผู้ประกอบการ เป็นลักษณะส่วนบุคคลที่นำมาใช้ในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ สมรรถนะในตัวผู้ประกอบการ แสดงออกถึงขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้า กระบวนการคิดพัฒนาแนวคิดใหม่ รวมถึงความสามารถด้านอื่นๆ ที่ผลักดันไปความสำเร็จของธุรกิจ Covin & slevin (1989) การศึกษาของ Man *et al*., (2002) พบว่า สมรรถนะในตัวผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเกี่ยวข้องกับ บุคลิกภาพ ทักษะ และความรู้ ความสามารถในตัวผู้ประกอบการในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับSternberg & Robert (2004) ย้ำว่า สมรรถนะในตัวผู้ประกอบการ ด้านสติปัญญา ความกล้าคิด กล้าตัดสินใจ สำคัญที่สุดสำหรับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ

กล่าวโดยสรุป ในการวิจัยนี้ศึกษา ลักษณะะผู้ประกอบการ ที่ส่งผลให้ธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย 1.ความคิดสร้างสรรค์ 2. การลงทุนที่มีผลตอบแทนสูง ความเสี่ยงสูง 3.การวางแผนการพัฒนาและใช้กลยุทธ์ที่มีการวางเป้าหมายที่สูงและชัดเจน 4. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเช่น สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี เพื่อหาโอกาสทางธุรกิจ

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ลักษณะผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม (ปรารถนา หลีกภัย และเกิดศิริ เจริญวิศาล, 2555) นอกจากนี้ ลักษณะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงทิศทางบวกต่อการพัฒนานวัตกรรมและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ (Rhee *et al*., 2010; Rezaei & Ortt, 2018) สอดคล้องกับลักษณะผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์ทางตรงกับในการสร้างนวัตกรรม โดยคำนึงถึงประเภทของนวัตกรรม มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ (El Hanchi & Kerzazi, 2019) อีกทั้ง Venkataraman (1997) พบว่าลักษณะผู้ประกอบการ “เชื่อมโยง” กับการสร้างนวัตกรรมด้านธุรกิจ การกำหนดสมรรถนะและความสามารถของผู้ประกอบการซึ่งรวมถึงนวัตกรรม ความเสี่ยง การดำเนินการเชิงรุก

งานวิจัยของ Peljko *et al*., (2016) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถทางนวัตกรรม โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการประเทศสโลวีเนีย และสหรัฐอเมริกา ผลการศึกษาพบว่าความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม ในขณะที่งานวิจัยของ Stoica, Roman & Rusu (2020) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการในทวีปยุโรป จำนวน 22 ประเทศ ผลการศึกษาพบว่า ความเป็น

ผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

Poisson *et al*., (2002) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการในประเทศแคนนาดาที่ดำเนินธุรกิจในตลาดใหม่เอเชีย ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการแคนนาดา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะของธุรกิจ ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ ปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยด้านการตัดสินใจมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดใหม่อาเซียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $p < 0.01$ (Kaleka, 2002) ได้ทำการศึกษาลักษณะผู้ประกอบการ ด้านความสามารถการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่ามีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ผลการวิจัยพบว่าความได้เปรียบของทรัพยากรและความสามารถของผู้ประกอบการโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ $p < 0.01$

3. ความสามารถทางนวัตกรรม และบทบาทของตัวแปรคั่นกลาง

Wang & Ahmed (2004) จำแนกความสามารถทางนวัตกรรมออกเป็น 5 ด้าน คือ 1) ความสามารถทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ ที่มีความแตกต่างอย่างโดดเด่นจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปในประเภทธุรกิจ หรือมีต้นทุนที่ต่ำกว่าของคู่แข่ง (Porter, 1998) ความสามารถทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ มอบความได้เปรียบในการแข่งขันส่งผลในการเพิ่มผลผลิตและกำไรทำให้บริษัทเติบโต ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จมากที่สุด (Dereli & Dilara,2015) 2) ความสามารถทางนวัตกรรมตลาด มาจาก ความสามารถของบริษัทในการนำเพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อเพิ่มกำไรของบริษัท (Akman, G. & Yilmaz, C., 2008) สอดคล้องกับการศึกษาของ Donkor *et al*. (2018) พบว่านวัตกรรมทางการตลาด บริษัทส่งผลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์การด้านผลตอบแทนทางการเงิน และความสำเร็จของธุรกิจ 4) ความสามารถทางนวัตกรรมพฤติกรรม ด้านพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรโดยการเพิ่มทักษะและความรู้ที่จำเป็นในการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มทักษะความเชี่ยวชาญและการปรับปรุงนวัตกรรมที่มีอยู่ในองค์กรและสร้างเทคโนโลยีใหม่ๆ ส่งผลต่อการได้เปรียบในการแข่งขัน ทำให้ธุรกิจมีการเติบโตส่งผลต่อผลการดำเนินงาน (Hult *et al*., 2004) ผลการวิจัยพบว่านวัตกรรมขององค์กรในส่วนของความสามารถทางนวัตกรรมพฤติกรรมของพนักงานในองค์กรในการสร้างสรรนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อใช้ในการทำงาน ทำให้องค์กรได้เปรียบเรื่องของการแข่งขัน มีผลในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Keskin, H., 2006) 5) ความสามารถทางนวัตกรรมกลยุทธ์ ทำให้บริษัทต่างๆ นำกลยุทธ์ที่ได้มาใช้ในการดำเนินงานเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในด้านการผลิต สอดคล้องกับ Mansoori *et al*., (2019) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นผู้ประกอบการว่า มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการตลาด ความสามารถทางนวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันโดยมีความสามารถทางการตลาดและความสามารถทางนวัตกรรมเป็นตัวแปรส่งผ่าน Sciascia *et al*., (2014) ทำการศึกษาพบว่า ความสามารถทางนวัตกรรม ผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

4. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และบทบาทของตัวแปรคั่นกลาง

ความได้เปรียบทางการแข่งขันยังเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อให้บรรลุการเติบโตที่ยั่งยืน เพื่อให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน จึงจำเป็นต้องสร้างมูลค่า

ทางเศรษฐกิจให้กับลูกค้า (Barney & Hesterly, 2010) ดังนั้น การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ครอบคลุมกระบวนการทางธุรกิจทั้งหมดควรคำนึงถึงคุณค่าที่นำเสนอต่อลูกค้าเป็นหลัก ในกรณีของธุรกิจสตาร์ทอัพที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของธุรกิจ โดยทั่วไป ความได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ 1) การเป็นผู้นำด้านต้นทุนในการนำเสนอสินค้าและบริการในราคาต่ำที่สุดในอุตสาหกรรม 2) ความแตกต่างของสินค้าและบริการ และ 3) การตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ในขณะเดียวกันตัวเลือกเชิงกลยุทธ์ของความได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับ สตาร์ทอัพนั้นมีความยืดหยุ่นอย่างมาก โดยคำนึงถึงความจริงที่ว่าตัวเลือกเหล่านี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และปัจจัยภายในและภายนอกที่อำนวยความสะดวกในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Gassmann *et al*., 2007) ปัจจัยดังกล่าวจะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสามารถนำไปใช้เพิ่มเติมในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อให้บรรลุการเติบโตที่ยั่งยืนและความอยู่รอด

การศึกษาของ Huang & Chen (2017) แสดงให้เห็นว่าทุนทางสังคมทางด้านนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกที่สำคัญเกี่ยวกับความสามารถด้านนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ การศึกษาวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าความเป็นผู้นำของผู้ประกอบการสามารถสร้างแนวคิดได้ ที่อาจส่งผลโดยตรงหรือโดยอ้อมต่อนวัตกรรม ผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ

งานวิจัยนี้วัดผลการดำเนินงานด้านการเงินโดยเลือกใช้แนวทางของ Vorhies& Morgan (2005) ซึ่งวัดจากความสามารถในการทำกำไร อัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROI) อัตราผลตอบแทนจากยอดขาย (ROS) และการบรรลุเป้าหมายทางการเงิน และแนวคิดการวัดผลองค์กรแบบสมดุลในมุมมองด้านการเงิน (Kaplan & Norton, 1996)

การวัดความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ ที่ไม่ใช่มิติการเงิน นักวิจัยได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการอยู่รอด การแข่งขัน ความพึงพอใจของลูกค้า มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ (Battistella *et al*., 2017)

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลลักษณะผู้ประกอบการที่ผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

2. เพื่อศึกษาบทบาทของตัวแปรคั่นกลางความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อลักษณะผู้ประกอบการกับความสำเร็จของธุรกิจ

3. เพื่อศึกษาบทบาทตัวแปรคั่นกลางของความสามารถนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลต่อลักษณะผู้ประกอบการและความสำเร็จของธุรกิจ

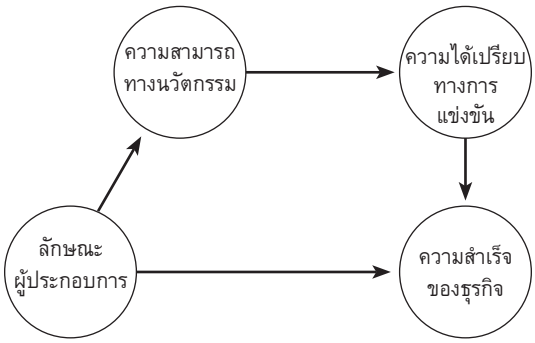
สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: ลักษณะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจ

สมมติฐานที่ 2: ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลางลักษณะผู้ประกอบการกับความสำเร็จของธุรกิจ

สมมติฐานที่ 3: ความสามารถทางนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นตัวแปรคั่นกลางลักษณะผู้ประกอบการ ความสำเร็จของธุรกิจ

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้กลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย จำนวน 1,680 ราย (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ,2565) ฐานข้อมูลดังกล่าว ได้มาจากการลงทะเบียน ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายใช้หน่วยสุ่มเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพ และสุ่มตัวอย่างจากธุรกิจสตาร์ทอัพทุกประเภทธุรกิจ โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างแบบไม่ใช้สัดส่วนเนื่องจากจำนวนธุรกิจสตาร์อัพในแต่ละประเภทมีจำนวนที่แตกต่างกันมาก ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง พิจารณาจากเกณฑ์ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ (Minimum Sample Size) ซึ่งทั่วไปขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างไม่ควรต่ำกว่า 100 ตัวอย่าง (อิศรัฏฐ์ รินไธสง, 2564) กลุ่มตัวอย่างจำนวน จำนวน 554 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามใช้ มาตรวัดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert Scales) 5 ระดับ โดยที่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย 3 หมายถึง เฉยๆ 4 หมายถึง เห็นด้วย 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ดัชนีความน่าเชื่อถือของข้อมูลวิจัยดังนี้ การวัดความความสำเร็จด้านลักษณะ สมรรถนะในตัวผู้ประกอบการ โดยใช้ 4 รายการที่พัฒนาโดย Covin & Slevin (1989) และความสามารถด้านนวัตกรรมมีค่าวัดโดยใช้ 19 รายการ ที่พัฒนาโดย Wang &Ahmed (2004) ความได้เปรียบทางการแข่งขันวัดโดยใช้ 12 รายการที่พัฒนาโดย Lestart *et al*. (2020) และการวัดความสำเร็จของสตาร์ทอัพ วัดจากการเงิน และความอยู่รอดวัดโดยใช้ 8รายการใช้แบบวัด (Balanced Scorecard: BSC) Kaplan & Norton, 1996 ดัดแปลงข้อคำถามมาจาก Khalique *et al*. (2018)

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพของข้อมูลโดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน CFA (Confirmatory factor analysis) และทดสอบความน่าเชื่อถือด้วย Cronbach alpha และใช้การวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลเชิงปริมาณสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณา (Descriptive analysis)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเก็บข้อมูลสำรวจจากแบบสอบถาม รวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย จำนวน 1,680 ราย (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2565) โดยแบบสอบถามการสำรวจถูกส่งไปให้กับผู้ประกอบการทางไปรษณีย์ลงทะเบียน และผ่านGoogle Form ใช้เวลาเก็บข้อมูลตลอดระยะเวลา 3 เดือน มีการส่งคืนชุดการสำรวจ 554 ชุด จากผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย อัตราการตอบกลับอยู่ที่ 32.90%

4 .การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ

1) การวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) 2) การ วิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง (Structural Model) โดยการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีประมาณค่าความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood: ML) ด้วยโปรแกรม Mplus (Muthén & Muthén, 2017) จุดแข็งของการการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง มีดังนี้ 1) ความยืดหยุ่นต่อข้อตกลงเบื้องต้น ซึ่งทำให้การวิเคราะห์สอดคล้องกับความเป็นจริงกับการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์มากขึ้น 2) มีการนำเอาตัวแปรแฝง ตัวแปรสังเกตได้และความคลาดเคลื่อนเข้ามาในกระบวนการวิเคราะห์พร้อมกันให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่มีความแม่นยำมากขึ้น3) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์พหุตัวแปรขั้นสูงที่นำเทคนิคการวิเคราะห์ต่างๆ มาอยู่ด้วยกัน 4) วิธีการประมาณพารามิเตอร์ที่หลากหลาย สามารถเลือกวิธีการประมาณพารามิเตอร์ที่สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลได้อย่างเหมาะสม (อิศรัฏฐ์ รินไธสง, 2564)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการทั้งหมดจำนวน 554 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 60.11 ดำรงตำแหน่งเจ้าของธุรกิจจำนวนคิดเป็นร้อยละ 53.61 คน รองลงมาตำแหน่ง CEO คิดเป็นร้อยละ 26.17 จังหวัดที่ทำงานส่วนใหญ่ทำงานอยู่ทั่วประเทศ คิดเป็นร้อยละ 44.58 รองลงมาจังหวัดกรุงเทพมหานครคิดเป็นร้อยละ 35.20 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปีคิดเป็นร้อยละ 41.52 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.13 ประสบการณ์ในการทำธุรกิจต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 92.42 รองลงมา 5-10 ปีคิดเป็นร้อยละ 7.22 มีสถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 57.58 รองลงมาสมรสคิดเป็นร้อยละ 41.52 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 77.62 รองลงมาปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 20.40 สาขาวิชาที่จบสาขาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 48.74 รองลงมาสาขาวิชาวิศวกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 18.41 รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่สูงกว่า 50,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 74.01 รองลงมา 30,000-50,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 24.91 ประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ เทคโนโลยีด้านการโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 20.76 รองลงมาเทคโนโลยีด้านอาหารคิดเป็นร้อยละ 18.95 โดยส่วนใหญ่ธุรกิจก่อตั้งช่วงปี 2561-2566 คิดเป็นร้อยละ 64.80 รองลงมา ช่วงปี 2555-2560 คิดเป็นร้อยละ 35.20

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ใน Mplus (Muthén & Muthen,2017) ประกอบด้วยขั้นตอนวิเคราะห์ 2 ขั้นตอน (1) การวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) (2) การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Model) การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (CFA) ถูกนำมาใช้ในการทดสอบแบบจำลองการวัด ความพอดีของแบบจำลองการวัดถูกกำหนดโดยใช้ดัชนีต่างๆ รวมถึงไคสแควร์ (x^2) อัตราส่วนไค สแควร์สัมพัทธ์ (x^2/df) The Tucker-Lewis index (TLI) ดัชนีความพอดีเชิงเปรียบเทียบ (CFI) ซึ่งเป็นค่ามาตรฐาน ค่าเฉลี่ยรากกำลังสองที่เหลือ (SRMR) และค่าเฉลี่ยรากกำลังสองข้อผิดพลาดของการประมาณ (RMSEA) หลังจากประเมินความพอดีของแบบจำลองการวัดแล้ว แบบจำลองสมมุติฐานจะถูกประเมินโดยใช้กรอบงานการไกล่เกลี่ยที่มีการควบคุม (เช่น ผลกระทบทางอ้อมแบบมีเงื่อนไข) และวิเคราะห์บทบาทของตัวแปรคั่นกลาง

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับ
ลักษณะผู้ประกอบการ			
สมรรถนะในตัวผู้ประกอบการ			
ความคิดสร้างสรรค์ ชอบประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ	4.458	0.567	1
การลงทุนที่มีผลตอบแทนสูงแม้ว่าจะมีความเสี่ยงสูง	4.426	0.557	3
การวางแผนใช้กลยุทธ์ที่มีการวางเป้าหมายที่สูงชัดเจน	4.448	0.581	2
ให้ความสำคัญกับ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเช่น สภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี	4.336	0.509	4
รวม	**4.417**	**0.443**	
ความสามารถนวัตกรรม			
ผลิตภัณฑ์	4.273	0.311	5
กระบวนการ	4.436	0.345	2
กลยุทธ์	4.326	0.329	4
การตลาด	4.401	0.290	3
พฤติกรรม	4.464	0.374	1
รวม	**4.380**	**0.33**	
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน			
การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	4.371	0.288	3
การสร้างความแตกต่าง	4.503	0.264	2
การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน	4.512	0.277	1
รวม	**4.462**	**0.276**	
ความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ			
การเงิน	4.360	0.292	2
ความอยู่รอด	4.520	0.322	1
รวม	**4.440**	**0.307**	

จากตารางที่ 1 พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรในภาพรวมจัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.462 (S.D.=0.276) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนจัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.512 (S.D.=0.277)

ตารางที่ 2 ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และค่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix)

ตัวแปร	Mean	SD	1	2	3	4
1. ลักษณะผู้ประกอบการ	4.417	0.443	(0.810)			
2. ความสามารถทางนวัตกรรม	4.380	0.33	0.408**	(0.786)		
3. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	4.462	0.276	0.385**	0.596***	(0.702)	
4. ความสำเร็จของธุรกิจ	4.440	0.307	0.272**	0.311**	0.560**	(0.721)

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05;

** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α)

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรแฝงทั้งหมด 4 ตัวแปร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดมีความสัมพันธ์เชิงบวกในทิศทางเดียวกันทุกคู่ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.272- 0.596 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และไม่พบค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรมีค่าเท่ากับ 0.00 ผลการตรวจสอบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรง (Multicollinearity) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรแฝงทั้ง 4 ตัวแปร ไม่ทำให้เกิดภาวะร่วมเส้นตรงเป็นไปตามเกณฑ์การพิจารณา คือความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละคู่ไม่เกิน 0.90 (Hair *et al*., 2010) โมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์โมเดลการวัดเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับตัวแปรแฝง

1) การประเมินโมเดลรวม: เป็นการประเมินความกลมกลืนโดยรวมของโมเดลกับข้อมูล เชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีวัดความกลมกลืนดังตารางที่ 3 ดังนี้ X^2=91.969, df=71, และ X^2 /df= 1.295 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ คือ ควรน้อยกว่า 3 และมีค่า SRMR=0.040 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair *et al*., 2019) ทั้งนี้มีค่า CFI=0.983, ค่า TLI=0.978 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ (Hair *et al*., 2019) และมีค่า RMSEA=0.048 ซึ่งยังอยู่ในเกณฑ์ทั่วไปที่ยอมรับได้ (อิศรัฏฐ์ รินไธสง, 2564) ดังนั้นแสดงว่า โมเดลการวัดมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 3 ค่าสถิติวัดความกลมกลืนของโมเดลการวัด (CFA)

Model	X^2	df	P-Value	X^2/df	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
CFA	91.969	71	0.047	1.295	0.048	0.983	0.978	0.040

ดังแสดงในตารางที่ 4 ผลลัพธ์ระบุว่าตัวแปรทั้ง 4 ตัวที่เสนอนั้นเหมาะสมกับข้อมูล แบบจำลองการวัดที่นำเสนอเป็นแบบจำลองที่เหมาะสม มีค่า Factor Loadings, ค่า AVEและ CR ในแต่ละตัวแปรคือลักษณะผู้ประกอบการ มีค่า AVE=0.501, CR=0.800 ความสามารถนวัตกรรมมีค่า CR=0.835, AVE=0.504, ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีค่า AVE=0.526, CR=0.768 และความสำเร็จของธุรกิจ

มีค่า AVE=0.545, CR=0.706 การโหลดข้อมูลทั้งหมดอยู่ในช่วง 0.501-0.835 มีการตรวจสอบความถูกต้อง ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (AVE) และความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (CR) ขนาดของ AVEในแต่ละตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.5ในขณะที่ CR ค่าความเชื่อมั่น มีค่ามากกว่า 0.7 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair *et al*., 2019)

2) ตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้: พบว่า ค่าน้ำหนักของทุกตัวบ่งชี้มีนัยสำคัญทางสถิติและมีค่ามากกว่า 0.5 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair *et al*., 2019) แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้เป็นตัวบ่งชี้ของตัวแปรแฝงนั้น

3) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้อง (Convergence Validity) : พิจารณาจากความเชื่อมั่นองค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) และความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extracted: AVE) ทั้งนี้ จากตารางที่ 4 จะเห็นว่าตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่า CR มากกว่า 0.7 และมีค่า AVE มากกว่า 0.5 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair *et al*., 2019) แสดงว่าตัวแปรแฝงทุกตัวมีความเชื่อมั่นเพียงพอที่จะทำการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

ตารางที่ 4 ค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ ค่าความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้เฉลี่ย

ตัวแปร	CR	AVE
ลักษณะผู้ประกอบการ	0.800	0.501
ความสามารถนวัตกรรม	0.835	0.504
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	0.768	0.526
ความสำเร็จของธุรกิจ	0.706	0.545

จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรลักษณะ ผู้ประกอบการ ความสามารถนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความสำเร็จของธุรกิจ มีค่า CR มากกว่า 0.7 และมีค่า AVE มากกว่า 0.5 มีความเหมาะสมในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Hair *et al*., 2019)

ตารางที่ 5 ค่าสถิติวัดความกลมกลืน

Model	X^2	df	P-Value	X^2/df	RMSEA	CFI	TLI	SRMR
SEM	93.847	72	0.000	1.303	0.048	0.982	0.978	0.040

จากตารางที่ 5 X^2 =93.847, df=72, และ X^2/df=1.303 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ คือ ควรน้อยกว่า 3 และมีค่า SRMR=0.040 เป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair *et al*., 2019) ทั้งนี้ มีค่า CFI=0.982, ค่า TLI= 0.978และ ค่า RMSEA=0.048 ถึงแม้ค่า CFI จะอยู่ในเกณฑ์ทั่วไปที่ยอมรับได้ (Hu & Bentler,1999) แสดงว่าโมเดลโครงสร้างมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการทดสอบโมเดลโครงสร้าง

การทดสอบโมเดลโครงสร้าง พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficient) ที่แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรตามกรอบแนวคิด และผลการทดสอบโมเดลโครงสร้าง ดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ของตัวแปรตามกรอบแนวคิด และผลการทดสอบโมเดลโครงสร้าง

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	β	SE	t	P-value	95% CLS	
					Lower	Upper
1. ลักษณะผู้ประกอบการ --> ความสำเร็จของธุรกิจ	0.098	0.107	0.921	0.357	-0.118	0.300
2. ลักษณะผู้ประกอบการ --> ความได้เปรียบทางการแข่งขัน --> ความสำเร็จของธุรกิจ	0.056	0.059	0.951	0.341	-0.053	0.180
3.ลักษณะผู้ประกอบการ --> ความสามารถนวัตกรรม --> ความได้เปรียบทางการแข่งขัน --> ความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ	0.280***	0.070	4.026	0.000	0.159	0.431

** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01,
*** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

1) การอธิบายอิทธิพลทางตรง

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ลักษณะผู้ประกอบการไม่ส่งผลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยมีค่าสถิติ (β=0.098, t=0.921, P>0.001)

2) การอธิบายผลทางอ้อม

จากตารางที่ 6 ความได้เปรียบทางการแข่งขันในฐานะตัวแปรคั่นกลางไม่มีอิทธิพลต่อลักษณะผู้ประกอบการกับความสำเร็จของธุรกิจ โดยมีค่าทางสถิติ (β=0.056,t=0.951, P>0.001) และความสามารถทางนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลางความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ประกอบการ กับความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β=0.280***, t=4.026, P<0.001) ตรงตามสมมติฐานข้อที่ 3

ตารางที่ 7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ข้อ	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1	ลักษณะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
2	ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลางลักษณะผู้ประกอบการ กับความสำเร็จของธุรกิจ	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
3	ความสามารถทางนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นตัวแปรคั่นกลาง ลักษณะผู้ประกอบการ ความสำเร็จของธุรกิจ	สอดคล้องกับสมมติฐาน

สรุปผลและอธิบายผล

การศึกษานี้มีส่วนช่วยให้เข้าใจถึงบทบาทและความสัมพันธ์ของ ปัจจัยที่มีความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย ประกอบด้วย ลักษณะผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรม และ ความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย ผลลัพธ์เหล่านี้สอดคล้องกับทฤษฎี RBV (Barney & Jay B., 1999) ซึ่งระบุว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนของบริษัท ได้มาจากความสามารถในการใช้ทรัพยากรอันมีค่า และยากต่อการลอกเลียนแบบ และไม่สามารถทดแทนได้ และบทบาทของตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย การศึกษานี้ยังศึกษาว่า ความสามารถทางนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลาง

ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะผู้ประกอบการ และความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ ข้อค้นพบนี้ให้การสนับสนุนอย่างมากต่อแบบจำลองทฤษฎีที่นำเสนอ นอกจากนี้ยังค้นพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างลักษณะผู้ประกอบการ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความสามารถทางนวัตกรรม สิ่งเหล่านี้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จทางธุรกิจของสตาร์ทอัพ การอภิปรายข้างล่างนี้จะพิจารณาถึงผลกระทบทางทฤษฎีและทางปฏิบัติของการศึกษาครั้งนี้

การอภิปรายผล

บทบาทตัวแปรคั่นกลางของความสามารถทางนวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขัน

จากการวิจัยนี้พบว่าความสามารถทางนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีบทบาทสำคัญในการในฐานะตัวแปรคั่นกลาง ระหว่างลักษณะผู้ประกอบการ กับความสำเร็จของธุรกิจ เพราะความสามารถทางนวัตกรรมมีส่วนสำคัญทำให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์ขึ้นจริง และนำไปสู่การยกระดับความสามารถทางการแข่งขันได้นำไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจ ซึ่ง Mansoori *et al*., (2015) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพว่ามีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการตลาดโดยมีเทคโนโลยี ความสามารถทางนวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันและมีความสามารถทางนวัตกรรมเป็นตัวแปรส่งผ่าน

จากการวิจัยพบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีบทบาทของตัวแปรคั่นกลางต่อความสำเร็จของธุรกิจ สมรรถนะในตัวผู้ประกอบการที่เข้มแข็ง กล้าคิด กล้าตัดสินใจ ส่งผลให้สตาร์ทอัพมีการพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าโดยใช้นวัตกรรมผ่าน ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลาง ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะและงานวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ จึงควรนำไปศึกษาในเชิงคุณภาพต่อไปเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงเชิงลึก เนื่องจาก ประเภทของธุรกิจมีบริบทที่ต่างกัน การศึกษาเชิงคุณภาพจะให้รายละเอียดเชิงลึก

2. ควรนำตัวแปรและรายละเอียดสำคัญของตัวแปรในงานวิจัยนี้และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาตัววัดลักษณะผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ

3. ศึกษาลักษณะเฉพาะผู้ประกอบการของธุรกิจสตาร์ทอัพโดยเจาะลึกรายประเภทธุรกิจ เช่น เทคโนโลยีด้านสุขภาพ, เทคโนโลยีด้านประกันภัย, เทคโนโลยีด้านอสังหาริมทรัพย์,เทคโนโลยีด้านการท่องเที่ยว, เทคโนโลยีด้านการขายปลีก เป็นต้น

4. ควรศึกษาตัวแปรคั่นกลางอย่างอื่น เช่น การสนับสนุนจากภาครัฐ สังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยอย่างอื่นที่มีบทบาทต่อการวัดความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ

บทสรุป

จากการศึกษาในครั้งนี้เป็นการยืนยันว่าสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพแล้ว พบว่า นวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีบทบาทในตัวผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เพราะลักษณะผู้ประกอบการ สมรรถนะในตัวผู้ประกอบการ เป็นตัวผลักดันทำให้เกิดนวัตกรรม การสร้างนวัตกรรมของธุรกิจสตาร์ทอัพทำได้โดยการสร้างนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการ กลยุทธ์การตลาด และด้านพฤติกรรม และธุรกิจสตาร์ทอัพยังอาศัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นตัวแปรคั่นกลางสู่ความสำเร็จของธุรกิจซึ่งได้แก่ ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน โดยความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถวัดได้จากความ

สามารถด้านการเงินและความอยู่รอด การศึกษาครั้งนี้เป็นการสร้างแรงขับเคลื่อน ให้กับภาครัฐในการกำหนดกลยุทธ์ นโยบาย เพื่อสร้างผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพให้เติบโต และผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพเองต้องมุ่งสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและนวัตกรรมของธุรกิจ และพัฒนาเทคโนโลยีอย่างไม่หยุดยั้งเพื่อการคงอยู่และเติบโตของธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

ไกรวิทย์ โพธิ์ดม, & ขวัญฤดี พรชัยทิวัตถ์. (2560). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, *6*(2), 161-174.

จุฑาภรณ์ เสาร์พูล, ธมยันตี ประยูรพันธ์. (2566). นวัตกรรมการจัดการทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในจังหวัดชายแดนใต้ Interdisciplinary *Academic and Research Journal*, *3*(2), 105-124.

นวพล แก้วสุวรรณ. (2563).การจัดการความรู้เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย. *Narkbhutparitat Journal Nakhon Si Thammarat Rajabhat University*, *12* (3), 203-212.

ปรารถนา หลีกภัย และเกิดศิริ เจริญวิศาล. (2555). ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร. *วารสารวิทยาการจัดการ*, *29*(1), 77-90.

ฝนทิพย์ ฆารไสว. (2554). การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร, 7*(3), 147-167

วรมรรณ นามวงศ์, ประภัสสร วรรณสถิต, กัญญ์พัสวี กล่อมธงเจริญ และชัยวัฒน์ ใบไม้. (2019). คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของเจ้าของธุรกิจค้าปลีก ที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ กรณีศึกษาพื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, *1*(1), 48-59.

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (2565). *เกี่ยวกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์กรมหาชน).*สืบค้นจาก www.nia.or.th.

อดิเทพ ครุฑธามาศ, ภัทรพล ชุ่มมี, ชาคริต ศรีทอง. (2564). ความสามารถทางนวัตกรรมของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ท อัพในประเทศไทย: ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์. *Journal of MCU Nakhondhat*, (2), 395-410.

อิศรัฏฐ์ รินไธสง. (2564). *การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างสำหรับการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.* บริษัท นีโอพ้อยท์ (1995) จำกัด.

Akman, G., & Yilmaz, C. (2008). Innovative capability, innovation strategy and market Orientation:an empirical analysis in Turkish software industry. *International journal of innovation management, 12*(01), 69-111.

Barney. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, *17*(101), 2.

Barney, J. B. (1999). *How a firm's capabilities affect boundary decisions*. MIT Sloan Management Review.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, *17*(1), 99-120.

Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2010). *VRIO framework. Strategic management and Competitive advantage*, 68-86.

Battistella, C., De Toni, A. F., & Pessot, E. (2017). Open accelerators for start-ups success: a case study. *European Journal of Innovation Management*, *20*(1), 80-111.

Blank, T. H. (2020). When incubator resources are crucial: survival chances of student Startups operating in an academic incubator. *The Journal of Technology Transfer*, 1-24.

Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic management journal*, *10*(1), 75-87.

Dereli, D. D. (2015). Innovation management in global competition and competitive advantage. *Procedia-Social and behavioral sciences*, *195*, 1365-1370.

Donkor, J., Donkor, G. N. A., Kankam-Kwarteng, C., & Aidoo, E. (2018). Innovative capability, strategic goals and financial performance of SMEs in Ghana. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *12*(2), 238-254.

El Hanchi, S., & Kerzazi, L. (2019). A multidimensional framework for innovation typology: The case of Moroccan entrepreneurs. *Academy of Entrepreneurship Journal*, *25*(1), 1-11.

Furr N., (2011). #1 Cause of Startup Death? Premature Scaling. *Accessed December, 28*, 2016.

Gassmann, O. and Keupp, M.M. (2007), "The internationalization of research and development in Swiss and German Born Globals: survey and case study evidence", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *4*(3), 214-233.

Gibson, C. B., Gibson, S. C., & Webster, Q. (2021). Expanding our resources: Including community in the resource-based view of the firm. *Journal of Management*, *47*(7), 1878-1898

Global digital growth. (2020). digital-2020-global PDF (wearesocial-net.s3-eu-west-1.amazonaws.com)

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis: Pearson new international* (8th ed.). Cengage Learning EMEA.

Hall, R. (1992). The strategic analysis of intangible resources. *Strategic Management Journal, 13*, 135-144.

Hanelt, A., Firk, S., Hildebrandt, B., & Kolbe, L. M. (2021). Digital M&A, digital innovation, and firm performance: an empirical investigation. *European Journal of Information Systems*, *30*(1), 3-26.

Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis innoventional criteria versus new alternatives.Structural equation modeling: *a multidisciplinary journal*, *6*(1), 1-55.

Huang, S. dan Z. Chen. 2017. The Effects of Social Capital on Innovation Performance: From Complex Adaptive System Perspective. *International Journal of Business and Management, 12*(3), 191.

Hult GTM, Hurley RF. (2004). Knight GA: Innovativeness: Its Antecedents and Impact on business performance. Ind. *Mark. Manag*, *33*(5), 429-438.

Iruthayasamy, L. (2 0 2 1). The resource-based view. In *L. Iruthayasamy (Ed.), Understanding business strategy* (pp. 63-74). Singapore: Springer.

Kaleka, A. (2002). Resources and Capabilities Driving Competitive Advantage in Export Markets: Guidelines for Industrial Exporters. *Industrial Maketing Management, 31*, 273-283.

Kang, M. Y. (2020). Sustainable Profit versus Unsustainable Growth: Are Venture Capital Investments and Governmental Support Medicines or Poisons? *Sustainability, 12*(18), 7773.

Kaplan, R. S., and Norton, D. P. (1996). *Using the balanced scorecard as a strategic Management* System.

Keskin, H. (2006). Market orientation, learning orientation, and innovation capabilities in SMEs. *European Journal of Innovation Management*, *9*(4), 396-417.

Khalique, M., Bontis, N., Shaari, J. A. N. B., Yaacob, M. R., & Ngah, R. (2018). Intellectual Capital and organisational performance in Malaysian knowledge-intensive SMEs. International *Journal of Learning and Intellectual Capital*, *15*(1), 20-36.

Lestari, S. D., Leon, F. M., Widyastuti, S., Brabo, N. A., & Putra, A. H. P. K. (2020). Antecedents and consequences of innovation and business strategy on performance and competitive advantage of SMEs. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, *7*(6), 365-378.

Man, T. W., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of business venturing, 17*(2), 123-142.

Mansoori, Y, Berglund, H, & Bousfiha, M. (2015). *Transformation and Experimentation: Two Ideal Types of Entrepreneurship as Method*. Presented at EURAM conference, Warsaw, Poland, August 2015.

Mansoori, Y., Karlsson, T. and Lundqvist, M. (2019), "The influence of the lean startup methodology on entrepreneur-coach relationships in the context of a startup accelerator", *Tech novation*, *84-85*, 37-47.

Muthén, L. K., & Muthén, B. O. (2017). *MPlus: statistical analysis with latent variables User's guide* (8 ed.). Los Angeles, CA: Muthén & Muthén.

Nurjaman, R., Rahayu, A., Wibowo, L., & Widjajani, W. (2021). The role of strategic agility towards the firm performance of logistics service providers in Indonesia. *Management Science Letters*, *11*(3), 965-974.

Peljko, Z., Jeraj, M., Savoiu, G., & Maric, M. (2016). An empirical study of the relationship between entrepreneurial curiosity and innovativeness. *Organizacija*, *49*(3), 172-182.

Poonpol, K. (2016). *Bringing Silicon Valley to Thailand*.

Porter, M. E. (1998). *Clusters and the new economics of competition* (Vol. 76, No. 6, pp. 77-90). Boston: Harvard Business Review.

Possion, R., Z. Su, D. Amboise, & Y. Gasse. (2002). Success Factors for Small and Medium-Sized Canadian Enterprises Doing Business in Emerging Asian Markets. *International Council for Small Business.* 47th World Conference San Juan, Puerto Rico.

Rezaei, J., & Ortt, R. (2018). Entrepreneurial orientation and firm performance: the mediating role of functional performances. *Management Research Review*, *41*(7), 878-900.

Rhee, J., Park, T., & Lee, D.H. (2010). Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: Mediation of learning orientation. *Tech novation*, *30*, 65-75.

Sciascia, S., D'oria, L., Bruni, M., & Larrañeta, B. (2014). Entrepreneurial Orientation in low-and medium-tech industries: The need for Absorptive Capacity to increase performance. *European management journal*, *32*(5), 761-769.

Sternberg, R. J. (2004). Successful intelligence as a basis for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, *19*(2), 189-201.

Statistic Brain. (2016). *Startup Business Failure Rate by Industry.* Entrepreneur Weekly, Small Business Development Center, Bradley University, University of Tennessee Research.

Stoica, O., Raman, A., & Rusu, V. (2020). The nexus between entrepreneurship and economic growth: A comparative analysis on groups of countries. *Sustainability, 12*(1186), 1-19.

Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor's perspective. In J. Katz & R. Brockhaus (Eds.), Advances in entrepreneurship*, firm emergence and growth*: Vol. 3, 119-138. Greenwich, CT: JAI Press.

Vorhies, D. W., & Morgan, N. A. (2005). Benchmarking marketing capabilities for sustainable competitive advantage. *Journal of marketing*, *69*(1), 80-94.

Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European journal of innovation management, 7*(4), 303-313.

Yanuarti, I., & Dewi, H. (2019). Startup Bisnis Sebagai Alaternatif Investasi. *ULTIMA Management*, *10*(2), 81-96.