



ความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยกับการ
เป็นธุรกิจ Startup ในประเทศไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

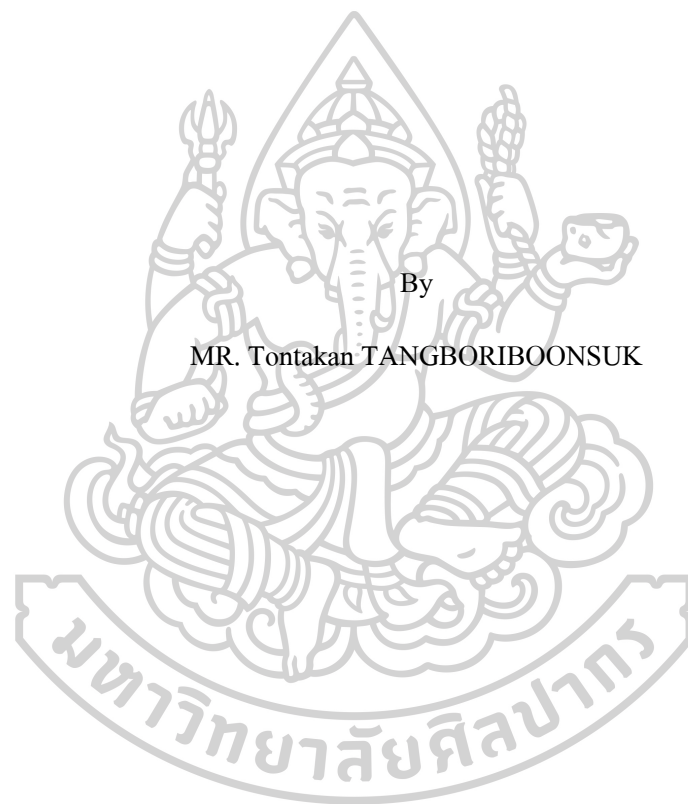
ความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และระบบนิเวศที่
เอื้ออำนวยกับการเป็นธุรกิจ Startup ในประเทศไทย



โดย
นายต้นตระกูล ตั้งบริบูรณ์สุข

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2562
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE ASSOCIATION BETWEEN BUSINESS PREPARATION OF SMES AND
BUSINESS ECOSYSTEM THAT RELATED TO THE STARTUP FIRM IN
THAILAND



By
MR. Tontakan TANGBORIBOONSUK

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Business Administration (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
PROGRAM)

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2019

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	ความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยกับการเป็นธุรกิจ Startup ในประเทศไทย
โดย	ต้นตระกูล ตั้งบริบูรณ์สุข
สาขาวิชา	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	รองศาสตราจารย์ ดร. ธนินทร์ฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

	คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)	
พิจารณาเห็นชอบโดย	
	ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)	
	อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธนินทร์ฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ)	
	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรธิดา วิเศษศิลปานนท์)	

60602307 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

คำสำคัญ : วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, วิสาหกิจเริ่มต้น, การเตรียมความพร้อมของธุรกิจ, ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยต่อธุรกิจ

นาย ต้นตระกูล ตั้งบริบูรณ์สุข: ความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยกับการเป็นธุรกิจ Startup ในประเทศไทย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร. ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง 1) ปัจจัยลักษณะธุรกิจที่ส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ในประเทศไทย 2) ศึกษาปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยที่สัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award ในปีพ.ศ. 2560-2561 จำนวน 130 ธุรกิจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้สถิติในวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup แตกต่างกัน ส่วนในด้านระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ด้านรายได้ธุรกิจต่อปี ด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ด้านพื้นที่ตั้งของธุรกิจและด้านช่องทางการขายออนไลน์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน 2) ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

60602307 : Major (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)

Keyword : small and medium business, startup business, business preparation, business ecosystem

MR. TONTAKAN TANGBORIBOONSUK : THE ASSOCIATION BETWEEN BUSINESS PREPARATION OF SMES AND BUSINESS ECOSYSTEM THAT RELATED TO THE STARTUP FIRM IN THAILAND THESIS ADVISOR : TANINRAT RATTANAPONGPINYO

This research aimed to study 1) Business characteristics that affected to Being startup business in Thailand, 2) Business preparation of SMEs and Business ecosystem that related with Being startup business in Thailand. The samples were 130 businesses who got the SMEs Startup Award in 2017-2018 and collecting data by using the questionnaire as a tool. The statistics in analyzing data were frequency, percentage, mean and standard deviation. Moreover, hypotheses testing were shown in the forms of ANOVA and Pearson's correlation coefficient.

The research results found that 1) only the differential Business category affected to the different of Being startup business while During of time in making business, Annual income, Values of fixed assets, Area of the business, and Channels of online purchasing did not affect. 2) Business preparation of the SMEs and Business ecosystem related with Being startup business in Thailand at the level of 0.05 statistical significance.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างสูงจากรองศาสตราจารย์ ดร. ธนินทร์รัฐ รัตนพงษ์ภักดิ์ โย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต ประธานกรรมการ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรธิดา วิเศษศิลปานนท์ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่ได้สละเวลา เพื่อให้คำปรึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา ปรับปรุงข้อบกพร่องและให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ถึงประเด็นต่างๆ รวมทั้งได้กรุณาตรวจสอบแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวนชื่น อัครกะวณิชชา ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบและแก้ไขเครื่องมือในการวิจัยเพื่อให้การทำวิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบคุณอาจารย์ ดร.อิทธิมาศ มากจ้อย ที่ออกหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณพระคุณคณาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ให้ความรู้และคำแนะนำ ขอขอบพระคุณพระคุณเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือตลอดการศึกษา ขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือ เอกสาร และวิทยานิพนธ์ทุกเล่ม ที่ช่วยให้ทำวิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดีซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์อย่างยิ่ง

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครอบครัวและเพื่อนร่วมหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ให้คำแนะนำและความช่วยเหลือมาโดยตลอดระยะเวลาการเรียนจนกระทั่งการทำวิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ต้นตระกูล ตั้งบริบูรณ์สุข

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
1. ความหมายของธุรกิจ SMEs	12
2. ความหมายของธุรกิจ Startup.....	14
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)	18
4. ข้อมูลกลุ่มธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award	24
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	28

1. ระเบียบวิธีการวิจัย	28
2. ประชากรในการวิจัย	28
3. ขนาดตัวอย่างและกลุ่มตัวอย่าง	28
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
5. การสร้างเครื่องมือการวิจัย	31
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล	32
7. การวิเคราะห์ข้อมูล	33
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	34
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยลักษณะธุรกิจ	34
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs	38
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)	44
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup	51
ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน	59
ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup	64
ส่วนที่ 7 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup	67
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	70
สรุปผลการวิจัย	70
อภิปรายผล	76
ข้อเสนอแนะ	82
รายการอ้างอิง	87
ภาคผนวก	92

ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูล93

ประวัติผู้เขียน105



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 เกณฑ์การแบ่งขนาดธุรกิจ SMEs	14
ตารางที่ 2 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของประเภทธุรกิจ	35
ตารางที่ 3 จำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละของระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ.....	35
ตารางที่ 4 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของรายได้ธุรกิจต่อปี.....	36
ตารางที่ 5 จำนวนความถี่และร้อยละของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร	36
ตารางที่ 6 จำนวนความถี่และร้อยละของพื้นที่ตั้งของธุรกิจ	37
ตารางที่ 7 จำนวนความถี่และร้อยละของช่องทางการขายออนไลน์	37
ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs .	38
ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit).....	39
ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit)	40
ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านการขายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit).....	42
ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ..	44
ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company)	45
ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มนักลงทุน (Investor).....	46
ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization)	47
ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup	51

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวัฒนธรรมและแนวคิด.....	52
ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านรูปแบบธุรกิจ.....	53
ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์.....	54
ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านพื้นที่ในการทำงาน.....	55
ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด.....	56
ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านธุรกิจเริ่มต้น.....	57
ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวงจรชีวิตของธุรกิจ.....	58
ตารางที่ 24 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน.....	59
ตารางที่ 25 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วย LSD ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน จำแนกตามประเภทธุรกิจ.....	60
ตารางที่ 26 ปัจจัยลักษณะของธุรกิจด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน.....	61
ตารางที่ 27 ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านรายได้ธุรกิจต่อปีที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน.....	61
ตารางที่ 28 ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน.....	62
ตารางที่ 29 ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านพื้นที่ตั้งของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน.....	63
ตารางที่ 30 ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านช่องทางการขายออนไลน์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน.....	64

ตารางที่ 31 การวิเคราะห์ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ที่สัมพันธ์กับปัจจัยการเป็น
 ธุรกิจ Startup 65

ตารางที่ 32 การวิเคราะห์ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ที่สัมพันธ์กับการเป็นธุรกิจ
 Startup 68



สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....7



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันนโยบายของรัฐบาลได้ประกาศการปฏิรูป Thailand 4.0 ซึ่งเป็นการปฏิรูปอุตสาหกรรมในยุคปัจจุบัน Thailand 3.0 ที่เป็นอุตสาหกรรมหนักและการส่งออก มีการลงทุนจากต่างประเทศและการลงทุนในต่างประเทศ ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตเพียงร้อยละ 3-4 ต่อปีนับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2537 ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและความไม่สมดุลในการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งในนโยบาย Thailand 4.0 จะใช้การขับเคลื่อนธุรกิจด้วยนวัตกรรมเป็นการทำธุรกิจแบบทำน้อยแต่ได้มากโดยใช้นวัตกรรมเพิ่มมูลค่าของสินค้า (ธนาคารกรุงเทพ, 2559) ในส่วนของรัฐบาลจะเร่งดำเนินการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาให้ทันสมัยมากขึ้นทั้งระเบียบการ ข้อบังคับ วัฒนธรรมองค์กรให้หันมาใช้เทคโนโลยีมากขึ้นให้สอดคล้องกับการปฏิรูป Thailand 4.0 เพื่อรองรับการให้บริการประชาชน (สำนักโฆษก, กลุ่มประชาสัมพันธ์และเผยแพร่, 2561)

ช่วงที่ผ่านมารัฐบาลได้วางแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ฉบับที่ 4 ปีพ.ศ. 2560-2561 ผ่านสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) โดยกำหนดวิสัยทัศน์ว่า “SME ไทยเติบโต แข่งขันได้ในระดับสากล เพื่อเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ” ผลักดันให้ธุรกิจ SMEs เป็นเครื่องมือในการแข่งขันแบบก้าวกระโดดและลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ ด้วยการพัฒนาความสามารถในจากธุรกิจ SMEs รูปแบบเดิมเป็นการประกอบธุรกิจแบบมีอาชีพ (Smart SMEs) ให้พร้อมต่อการทำธุรกิจระดับสากลซึ่งเป็นกลุ่มที่ลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจจากการกระจายรายได้และอัตราการจ้างงาน และยังได้พัฒนาผู้ประกอบการที่สร้างคุณค่าและมูลค่า (High Value Startup) ที่เป็นกลุ่มสำคัญในการสร้างเติบโตของเศรษฐกิจในระยะยาว โดยธุรกิจ SMEs ในประเทศไทยมีอยู่ประมาณ 2.7 ล้านธุรกิจและมีอัตราการจ้างงานประมาณ 10.5 ล้านคน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559) สามารถแบ่งตามเกณฑ์ตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรมเป็น 4 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจการผลิต ธุรกิจบริการ ธุรกิจค้าส่ง และธุรกิจค้าปลีก และแบ่งขนาดของธุรกิจจากมูลค่าสินทรัพย์ถาวรและจำนวนการจ้างแรงงาน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

ธุรกิจ Startup เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่คล้ายกับธุรกิจ SMEs แต่เป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด มีรูปแบบที่สามารถทำซ้ำได้ง่ายทำให้ขยายกิจการได้อย่างต่อเนื่อง นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำธุรกิจและใช้นวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ (สมาร์ท เอสเอ็มอี, 2560)

ธุรกิจ Startup เป็นธุรกิจขนาดที่เล็กมากเริ่มต้นด้วยความคิดสร้างสรรค์ในการที่จะแก้ปัญหาที่มีอยู่ในชีวิตประจำวัน ใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแตกต่างกับธุรกิจ SMEs ที่เป็นธุรกิจแบบดั้งเดิม ซึ่งเริ่มต้นด้วยขนาดใหญ่กว่ามีสินทรัพย์เป็นหลักประกันในการทำธุรกิจสามารถปรับตัวตามสภาพแวดล้อมได้ง่ายแต่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเหมือนกับธุรกิจ Startup (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2561)

ธุรกิจ Startup แม้จะเป็นการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ แต่เป็นกลุ่มธุรกิจที่รัฐบาลให้ความสำคัญและสนับสนุน โดยได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐบาลรวมทั้งสิ้น 14 กระทรวง ซึ่งให้ความช่วยเหลือในทุกด้านตั้งแต่การสนับสนุนด้านภาษี การสนับสนุนเงินทุน กลุ่มครองทรัพย์สินทางปัญญา การพัฒนาสู่สากล การวิจัยและพัฒนา การรับรองคุณภาพและมาตรฐาน ไปจนถึงการให้คำปรึกษาในการทำธุรกิจ (สมาร์ท เอสเอ็มอี, 2561) นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานและองค์กรที่ให้การสนับสนุนผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงได้ง่าย ซึ่งเป็นสื่อที่ประชาชนสัมพันธ์โดยการให้ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจ Startup รวมถึงการสร้างข้อมูลการสร้างข้อมูลส่วนตัวสำหรับธุรกิจ Startup เพื่อประชาสัมพันธ์ผู้ใช้งานและสร้างเครือข่ายในแวดวงธุรกิจ Startup ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นสำหรับเครือข่ายของธุรกิจ Startup ในประเทศไทยมีการเติบโตและมีความแข็งแกร่งมากขึ้น เพราะมีจำนวนธุรกิจ Startup 645 บริษัท จำนวนนักลงทุน 71 บริษัทและผู้สนับสนุน 119 บริษัท ซึ่งเรียกเครือข่ายนี้ว่าระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561) ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยเกิดขึ้นได้ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนที่ให้สนับสนุนและส่งเสริมในการทำธุรกิจ Startup ตั้งแต่ข้อกำหนดทางกฎหมาย การสนับสนุนด้านเงินทุนไปจนถึงการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีในเพื่อส่งเสริมให้เกิดการสร้างนวัตกรรมซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจเติบโตและมั่นคงมากขึ้นลดข้อจำกัดและเพิ่มความสามารถในการทำธุรกิจ Startup

จากจำนวนธุรกิจ Startup นั้นยังไม่สามารถระบุได้แน่ชัดว่าเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ หรือเป็นธุรกิจที่พัฒนามาจากธุรกิจ SMEs แต่จากการประกวดรางวัล SMEs Startup Award ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งเริ่มในปี พ.ศ. 2560 จนถึงปัจจุบัน พ.ศ. 2561 โดยพิจารณาด้วยเกณฑ์การให้คะแนนตามหมวดหมู่และการสัมภาษณ์พบว่าธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award มีจำนวนมากถึง 100 บริษัท และ 104 บริษัท และยังมีกลุ่มธุรกิจที่ได้รับรางวัลสุดยอด SMEs อีกจำนวน 36 บริษัทและ 44 บริษัท (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561) เมื่อเปรียบเทียบจำนวนผู้ได้รับรางวัลกับจำนวนธุรกิจ SMEs ที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในประเทศไทย ถือได้ว่ามีความแตกต่างกันอย่างมากซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจ

Startup แล้วมีจำนวนที่สูงกว่าและมีแนวโน้มการเติบโตที่มากกว่า อาจจะเป็นผลมาจากสถานการณ์ในระยะหลังที่รัฐบาลให้ความสำคัญกับการทำธุรกิจ Startup มากขึ้นมีการออกนโยบายและจัดตั้งหน่วยงานสนับสนุนอาจเป็นผลให้องค์กรเอกชนเข้ามาร่วมในการช่วยสนับสนุนพร้อมกับภาครัฐบาลมากขึ้น

ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยของธุรกิจ Startup เกิดขึ้นจากนโยบายการส่งเสริมธุรกิจ Startup ของรัฐบาลเริ่มมาจากการจัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นของประเทศไทย พ.ศ. 2559-2564 เพื่อเป็นการกระตุ้นและสร้างความตื่นตัวในการทำธุรกิจ Startup ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุดในระบบนิเวศเพราะกลุ่มธุรกิจ Startup เป็นเป้าหมายสำคัญในการส่งเสริมให้เป็นกลุ่มธุรกิจที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ด้วยการเริ่มจัดกิจกรรม การอบรมให้ความรู้ รวมถึงการเอื้อประโยชน์ด้านภาษีให้กับธุรกิจ Startup โดยเป็นความร่วมมือกันของภาครัฐ ภาคเอกชน และมหาวิทยาลัย ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นกลุ่มผู้สนับสนุนให้กับธุรกิจ Startup (ปภาภรณ์ ชุณหะวัณ, 2561) ส่วนในกลุ่มนักลงทุนนั้นถือได้ว่าเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญในการช่วยเหลือธุรกิจ Startup โดยเป็นกลุ่มที่สนับสนุนด้านเงินทุนในการทำธุรกิจ ซึ่งมีทั้งกลุ่มนักลงทุนที่สนใจในไอเดียตั้งแต่เริ่มก่อตั้งทำธุรกิจ และกลุ่มที่สนับสนุนเงินทุนที่ต้องการเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจซึ่งจะต้องมองเห็นแนวโน้มที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จ และยังมีกลุ่มผู้สนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐซึ่งมีทั้งหน่วยงาน ธนาคาร และตลาดหลักทรัพย์ (มันนี่ฮับ, 2559) เมื่อมีความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มธุรกิจ Startup กลุ่มนักลงทุน และกลุ่มผู้สนับสนุนที่มีจำนวนมากขึ้นก็ทำให้ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยมีเครือข่ายที่แข็งแกร่งมากขึ้นซึ่งจะช่วยสนับสนุนให้การทำธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จและสามารถขยายตัวได้มากขึ้น

ประเทศไทยในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จำนวนของธุรกิจ Startup จะเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีปัจจัยที่สนับสนุนในการทำธุรกิจ Startup ที่มีอยู่เป็นจำนวนมากจึงเป็นเหตุผลให้เกิดการแข่งขันในการทำธุรกิจที่รุนแรงขึ้นซึ่งอาจทำให้ธุรกิจเดิมที่ไม่สามารถปรับตัวได้นั้นต้องประสบปัญหาทำให้ธุรกิจเสียหายและอาจเกิดการล้มเลิกกิจการได้ในที่สุด และจากธุรกิจ Startup ที่มีอยู่เป็นจำนวนมากนั้นบางธุรกิจก็เริ่มจากการเป็นธุรกิจ SMEs มาก่อน ดังนั้นการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวและกลายเป็นธุรกิจ Startup ด้วยการใช Business Model Canvas เพื่อวางแผนก่อนเริ่มดำเนินธุรกิจเพราะเป็นแผนธุรกิจที่เหมาะสมกับ Startup เนื่องจากเป็นแผนธุรกิจที่ไม่ซับซ้อนเหมาะสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก โดยจะต้องสร้างคุณค่าที่ต้องการเสนอต่อลูกค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่ทำให้เกิดความพอดี จาก 3 ขั้นตอน คือความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) และการขยายการเติบโตของธุรกิจ

(Business Market Fit) ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นขั้นตอนการเติบโตของธุรกิจ Startup (จำลักษณะ ขุนพลแก้ว, 2558) สำหรับการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs นั้นจะต้องเข้าใจและวางแผนขั้นตอนในการเติบโตของธุรกิจ Startup ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจ SMEs แบบดั้งเดิมพัฒนาเป็นธุรกิจ Startup ได้สำเร็จ

จากเหตุการณ์ในปัจจุบันประเทศไทยได้เริ่มเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงโดยให้ความสำคัญกับธุรกิจ Startup มากขึ้น เห็นได้จากจำนวนของธุรกิจ Startup จำนวนนักลงทุนและเงินลงทุนที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ การร่วมมือกันสนับสนุนธุรกิจ Startup จากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนซึ่งให้ความช่วยเหลือในหลาย ๆ ด้านซึ่งเป็นระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยในการทำธุรกิจ Startup ประกอบกับนโยบายการปฏิรูปอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจ SMEs แบบดั้งเดิมให้เป็นธุรกิจ Smart SMEs และ High Value Startup ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาในด้านการปรับตัวของธุรกิจ SMEs และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยที่ส่งผลต่อการเป็นธุรกิจ Startup ในประเทศไทยเพื่อใช้ศึกษาเป็นแนวทางในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจำแนกปัจจัยลักษณะธุรกิจที่ส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยกับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน
 - 1.1 ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน
 - 1.2 ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน
 - 1.3 รายได้ธุรกิจต่อปีที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน
 - 1.4 มูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน
 - 1.5 พื้นที่ตั้งของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน
 - 1.6 ช่องทางการขายออนไลน์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

2. ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

3. ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยกับการเป็นธุรกิจ Startup ในประเทศไทย โดยในปัจจัยการเตรียมความพร้อมนั้นใช้นิยาม Startup (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560: 12-13) ในปัจจัยด้านระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยนั้นใช้ตามความหมายของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560: 14-16) และการเป็นธุรกิจ Startup ในใช้คุณลักษณะธุรกิจ Startup ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ อ้างถึงใน เอ็มจีอาร์ ออนไลน์, 2561)

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มธุรกิจได้รับรางวัล SMEs Startup Award ในปี พ.ศ. 2560-2561 จำนวน 193 ธุรกิจ และใช้การสุ่มตัวอย่างตามหลัก Yamane เป็นจำนวน 130 ตัวอย่าง

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

3.1 ตัวแปรอิสระ

3.1.1 ตัวแปรด้านลักษณะธุรกิจ ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ รายได้ธุรกิจต่อปี มูลค่าสินทรัพย์ถาวร พื้นที่ตั้งของธุรกิจ และช่องทางการขายออนไลน์

3.1.2 ตัวแปรด้านการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ประกอบด้วย ความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) และการขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit)

3.1.3 ตัวแปรด้านระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ประกอบด้วย กลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) กลุ่มนักลงทุน (Investor) และกลุ่มผู้สนับสนุน (Support Organization)

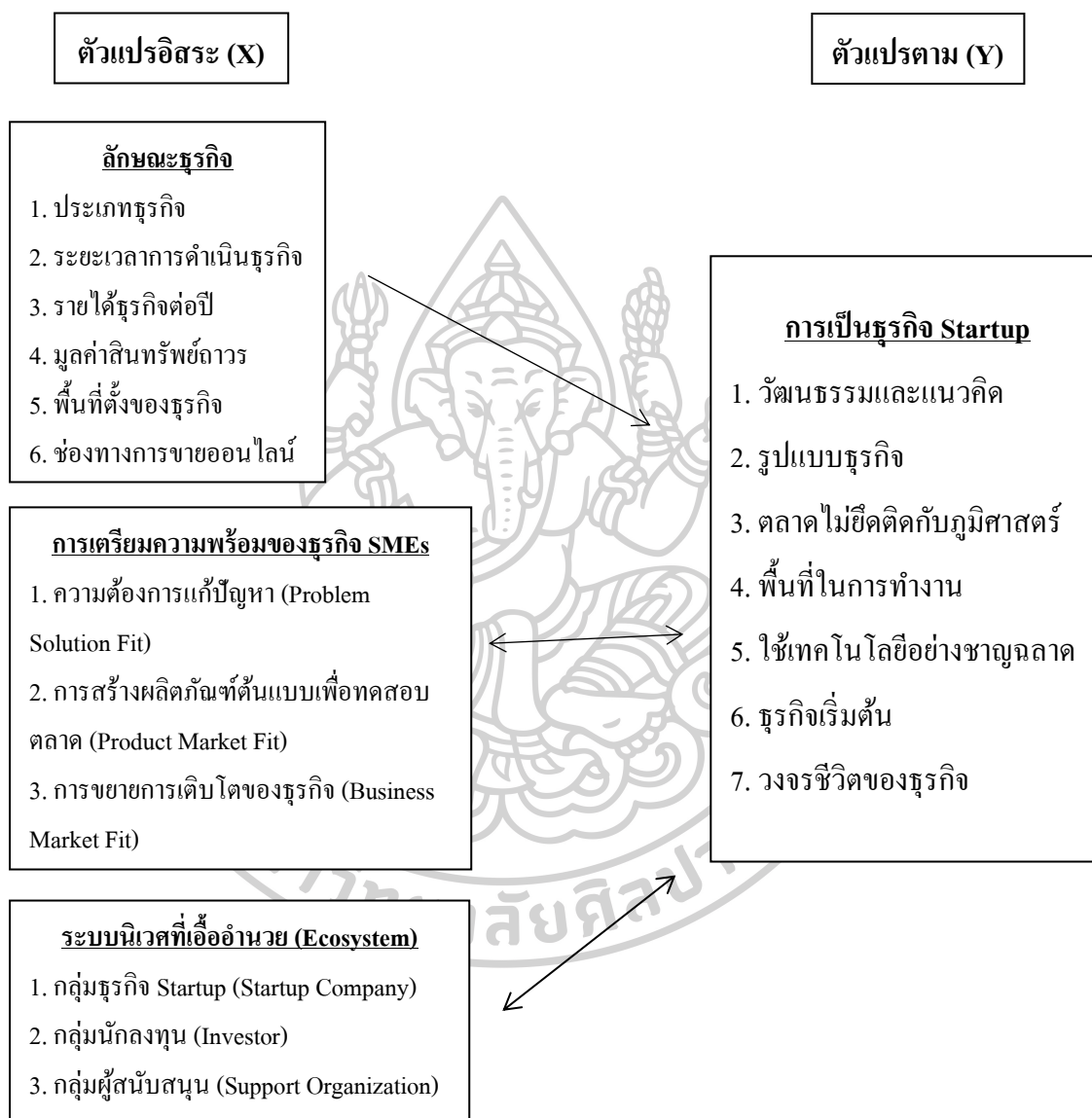
3.2 ตัวแปรตาม

3.2.1 ตัวแปรด้านการเป็นธุรกิจ Startup ประกอบด้วย วัฒนธรรมและแนวคิด รูปแบบธุรกิจ ตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ พื้นที่ในการทำงาน ใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด ธุรกิจเริ่มต้น และวงจรชีวิตของธุรกิจ



กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กำหนดกรอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะธุรกิจที่ส่งผลต่อการปัจจัยเป็นธุรกิจ Startup ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยที่สัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ดังในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยลักษณะของธุรกิจ SMEs ที่ส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ที่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup
3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยที่มีความสัมพันธ์ต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup
4. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่พร้อมจะพัฒนาเป็นธุรกิจ Startup โดยการประยุกต์ใช้แนวทางการทำธุรกิจแบบ Startup เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจในด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างนวัตกรรม การสร้างมูลค่าเพิ่มและการขยายธุรกิจ โดยการศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการเตรียมความพร้อมและระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยในการทำธุรกิจ Startup

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. Thailand 4.0 หมายถึง นโยบายการปฏิรูปอุตสาหกรรมของรัฐบาลที่วางแผนการส่งเสริม SMEs เพื่อกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ เพิ่มสัดส่วนมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมโดยยกระดับ SMEs ให้เป็น Smart SMEs และ High Value Startup เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย
2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประกอบกิจการในธุรกิจการผลิต ธุรกิจบริการ ธุรกิจค้าส่งและธุรกิจค้าปลีก โดยแบ่งขนาดของธุรกิจจากมูลค่าสินทรัพย์ถาวรและจำนวนของพนักงานในองค์กร สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ธุรกิจ SMEs เป็นธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award ในปี พ.ศ. 2560 และ 2561
3. วิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) หมายถึง ธุรกิจที่สามารถเติบโตอย่างรวดเร็วในระยะเวลาสั้น ๆ ซึ่งเป็นการเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยมีรูปแบบการทำธุรกิจที่สามารถขยายกิจการหรือการทำซ้ำได้ง่ายและสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมโดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวช่วยที่สำคัญในการทำธุรกิจ
4. ความแตกต่างระหว่างธุรกิจ SMEs กับ ธุรกิจ Startup
 ธุรกิจ SMEs และ ธุรกิจ Startup เป็นธุรกิจที่เริ่มจากขนาดเล็กเหมือนกันแต่ธุรกิจ SMEs มีหลักทรัพย์เป็นทรัพย์สินและเงินทุนจากของธุรกิจเอง มีการเติบโตของตามรูปแบบของการทำธุรกิจทั่วไป ขายสินค้าหรือบริการในรูปแบบที่มีอยู่แล้วในท้องตลาด และใช้ใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ทั่วไป

เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน ส่วนธุรกิจ Startup มีหลักประกันการทำธุรกิจ คือ ทรัพย์สินทางปัญญา โดยส่วนใหญ่มักจะขาดทุนในช่วงแรกแต่เป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดดโดยมีรูปแบบให้สามารถเกิดการทำซ้ำได้ง่ายเพื่อรองรับในการขยายธุรกิจซึ่งเป็นสิ่งที่นักลงทุนให้ความสนใจ มีสินค้าหรือบริการที่แปลกใหม่ที่เกิดจากการมองเห็นปัญหาที่มีอยู่ในชีวิตประจำวันของลูกค้า มีการใช้เทคโนโลยีที่ล้ำสมัยในการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานเพื่อลดค่าใช้จ่ายรวมถึงลดอัตราการจ้างงานและยังใช้เทคโนโลยีในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการ

5. การเตรียมความพร้อมของธุรกิจ Startup คือขั้นตอนในการเติบโตและพัฒนาการของธุรกิจ Startup ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้

5.1 ความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) คือขั้นตอนในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ซึ่งอาจจะเริ่มจากปัญหาและความต้องการที่มีอยู่ทั่วไปของลูกค้า

5.2 การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) คือขั้นตอนในการทดสอบและปรับปรุงแก้ไขผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

5.3 การขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit) คือขั้นตอนในการขยายธุรกิจเพื่อเร่งการเติบโตด้วยการเพิ่มกำลังการผลิต การหาช่องทางเพื่อเพิ่มรายได้ และการหาแหล่งเงินทุน

6. การเป็นธุรกิจ Startup คือรูปแบบและลักษณะในการทำธุรกิจ Startup ประกอบด้วย 7 คุณลักษณะดังนี้

6.1 สร้างวัฒนธรรมและแนวคิดในการดำเนินธุรกิจโดยเน้นการแก้ปัญหา

6.2 ประสบความสำเร็จด้วยการเติบโตทางธุรกิจอย่างรวดเร็วแต่ดำเนินธุรกิจภายใต้ความเสี่ยงและความไม่แน่นอน

6.3 ตลาดต้องสามารถขยายได้อย่างกว้างขวางโดยไม่ยึดติดกับพื้นที่

6.4 พื้นที่สำนักงานและการทำงานมีความยืดหยุ่น

6.5 ใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ

6.6 เริ่มต้นด้วยความไม่แน่นอน ไม่สามารถกำหนดรายได้และค่าใช้จ่าย แต่ดำเนินธุรกิจด้วยการวางแผนระยะสั้น

6.7 ธุรกิจมีอายุประมาณ 3-5 ปี

7. ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) หมายถึงสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบธุรกิจที่ส่งผลกระทบในการทำธุรกิจซึ่งระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยในประเทศไทยช่วยส่งเสริมในการทำธุรกิจ Startup เพราะมีเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้ทำให้มีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ มีแหล่งเงินทุนซึ่งสามารถเข้าถึงได้จากหลายช่องทางที่ทำให้ธุรกิจ Startup สามารถนำไปขยายกิจการ มีการสนับสนุนจากทั้งหน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชนทั้งในด้านการออกนโยบายที่เอื้ออำนวย การให้คำปรึกษา การอบรม บุคลากร การวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม ตลอดจนการประชาสัมพันธ์และการแข่งขันเพื่อความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับธุรกิจ Startup โดยแบ่งระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยของธุรกิจ Startup ได้เป็น 3 กลุ่มประกอบด้วย

7.1 กลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) คือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ซึ่งเป็นศูนย์กลางของระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยซึ่งเป็นเป้าหมายหลักในการพัฒนาให้เป็นธุรกิจที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นต้นแบบในการทำธุรกิจ Startup ให้กับผู้ประกอบการรายใหม่และยังเป็นที่ดึงดูดความสนใจจากนักลงทุนและผู้สนับสนุนที่จะช่วยให้เครือข่ายของระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยมีความแข็งแกร่งมากขึ้น

7.2 กลุ่มนักลงทุน (Investor) คือกลุ่มผู้ให้เงินทุนในการทำธุรกิจ Startup เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการบริหารจัดการ การเพิ่มกำลังการผลิต การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเพิ่มช่องทางการขาย ไปจนถึงการขยายธุรกิจ โดยคาดหวังผลตอบแทนจากความสำเร็จในอนาคตของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย

7.2.1 กลุ่มนักลงทุนบุคคล (Angel) บุคคลทั่วไปที่มีความรู้ หรือสนใจในธุรกิจโดยสนับสนุนด้วยการใช้เงินทุนส่วนตัว

7.2.2 กลุ่มนักลงทุนสถาบัน (Venture Capital) สนับสนุนเงินทุนให้กับธุรกิจที่คาดว่าจะเติบโต โดยแลกเปลี่ยนกับผลตอบแทนจากธุรกิจ Startup

7.2.3 การระดมทุนจากสาธารณะ (Crowd funding) การขอการสนับสนุนด้านเงินทุนจากประชาชนทั่วไปโดยอาจจะแลกเปลี่ยนด้วยผลตอบแทนให้กับผู้ร่วมลงทุน

7.3 กลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) คือกลุ่มผู้สนับสนุนและส่งเสริมในการทำธุรกิจ Startup ไม่ว่าจะเป็นการช่วยเหลือจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ด้วยการออกนโยบายส่งเสริมธุรกิจ Startup การจัดตั้งหน่วยงานสนับสนุน การจัดอบรมเพื่อให้ความรู้ การจัดตั้งสมาคมเพื่อเป็นตัวแทนในการดูแลผู้ประกอบการธุรกิจ Startup และช่วยสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ไปจนถึงการประชาสัมพันธ์เพื่อแจ้งข่าวสาร ซึ่งประกอบด้วย

7.3.1 หน่วยงานหรือองค์กรที่สนับสนุนธุรกิจ (Accelerators) หน่วยงานหรือองค์กรที่สนับสนุนธุรกิจ Startup ทั้งในด้านกฎหมาย การเงิน การตลาดรวมถึงคำแนะนำให้กับธุรกิจที่มีศักยภาพที่จะเติบโตในอนาคต

7.3.2 รัฐบาล (Government) หน่วยงานและนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความช่วยเหลือและเอื้อประโยชน์ต่อการทำธุรกิจ Startup

7.3.3 สมาคมส่งเสริม (Association) การรวมกลุ่มของธุรกิจ Startup โดยสร้างเครือข่ายทางธุรกิจด้วยการจัดตั้งตัวแทนและการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มธุรกิจ Startup

7.3.4 หน่วยงานสนับสนุนด้านองค์ความรู้ (Academy) สนับสนุนโดยให้การอบรม การให้ความรู้ การให้คำแนะนำและการพัฒนาความสามารถที่เป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจ Startup

7.3.5 สถานที่ทำงาน (Co-working Space) สถานที่ทำงานของธุรกิจ Startup เป็นทั้งแหล่งรวมตัวและสังคมของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ Startup เกิดการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจและการแลกเปลี่ยนแนวความคิดในการทำธุรกิจ

7.3.6 กิจกรรม (Event) การจัดอบรมสัมมนา การอบรมพัฒนาความรู้ การถ่ายทอดความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ ที่สนับสนุนในการทำธุรกิจ Startup

7.3.7 สื่อ (Media) ตัวกลางการประกาศประชาสัมพันธ์ การแจ้งข้อมูลและข่าวสารการเคลื่อนไหวของธุรกิจ Startup ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยกับการเป็นธุรกิจ Startup ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับดังนี้

1. ความหมายของธุรกิจ SMEs
2. ความหมายของธุรกิจ Startup
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)
4. ข้อมูลกลุ่มธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความหมายของธุรกิจ SMEs

กรมสรรพากร (2561) วิชาหักเงินกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นธุรกิจที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในประเทศโดยส่วนมากจะประกอบธุรกิจในรูปแบบของบุคคลธรรมดามากกว่า การประกอบการแบบนิติบุคคล ซึ่งการประกอบธุรกิจ SMEs กำหนดขนาดจากอัตราการจ้างงานและสินทรัพย์ตามกฎประมวลรัษฎากร สำหรับกรมสรรพากรนั้นใช้คำนิยามตามประมวลรัษฎากร และช่วยสนับสนุนธุรกิจในการลดอัตราภาษีเงินได้ การหักค่าเสียหรือ และค่าเสื่อมราคาในอัตราเร่ง

ธุรกิจ SMEs หรือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นธุรกิจที่ช่วยในการขับเคลื่อนประเทศไทยเนื่องจากเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงและปรับตัวได้ง่ายกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้มีการประกอบการจำนวนมากครอบคลุมพื้นที่กว้างขวางจึงเกิดการกระจายตัวของธุรกิจจึงสามารถรองรับการจ้างงานจากภาคการเกษตรเมื่ออยู่นอกฤดูกาลเพาะปลูกซึ่งช่วยลดปัญหาการกระจุกของแรงงานที่เข้ามาอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล (ฉัฐพงษ์ ชุมแสง, 2547)

การแบ่งประเภทของธุรกิจ SMEs

ธุรกิจผลิตสินค้า หมายถึง การแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่โดยการใช้เครื่องจักรหรือเคมีภัณฑ์ซึ่งครอบคลุมในอุตสาหกรรมทุกประเภท

ธุรกิจบริการ หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการในด้านการศึกษา สุขภาพ ความบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ ขนส่ง ก่อสร้าง ซ่อมแซม การให้เช่า สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักอาศัย อาหารและเครื่องดื่ม ถือเป็นธุรกิจบริการทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นการให้บริการต่อธุรกิจ คริวเรือนหรือส่วนบุคคล

ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการด้านการค้าทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วย

ธุรกิจค้าส่ง หมายถึง การขายสินค้าเก่าและใหม่ให้กับคู่ค้าโดยขายให้กับธุรกิจการผลิต ธุรกิจการค้าส่งด้วยกัน ธุรกิจค้าปลีกและผู้บริโภคโดยตรง

ธุรกิจค้าปลีก หมายถึง การขายสินค้าโดยไม่ผ่านการแปรรูปสินค้าทั้งในรูปแบบการขาย โดยการเป็นตัวแทนหรือนายหน้า สหกรณ์ และการขายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรง (กฎกระทรวงกำหนดการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2545 อ้างถึงใน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560)

จากความหมายของธุรกิจ SMEs คือ ธุรกิจที่มีอยู่เป็นจำนวนมากในประเทศไทย เพราะจัดตั้งได้ง่าย ลงทุนไม่สูง ปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้ง่าย เป็นกลุ่มธุรกิจที่สำคัญในการกระจายรายได้ไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ในประเทศ ลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และยังคงปัญหาความหนาแน่นในเขตพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล ประกอบด้วยธุรกิจการผลิต ธุรกิจการค้าส่งและค้าปลีก และธุรกิจบริการ

การแบ่งขนาดของธุรกิจ SMEs

สำหรับธุรกิจ SMEs นั้นยังไม่มีข้อกำหนดที่เป็นมาตรฐานที่สามารถใช้ได้สากลแต่จะใช้การแบ่งตามความเหมาะสมของการทำธุรกิจในแต่ละประเทศ โดยสำนักงานโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) ได้กำหนดเกณฑ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากจำนวนการจ้างแรงงานโดยต้องมีการจ้างงานไม่เกิน 200 คน ส่วนในทวีปยุโรปได้กำหนดเกณฑ์จากการจ้างงานไม่เกิน 250 คน และยอดขายไม่เกิน 50 ล้านยูโรต่อปี ในประเทศสมาชิกกลุ่มอาเซียนก็มีการกำหนดเกณฑ์แตกต่างออกไปในแต่ละประเทศ เช่น ประเทศสิงคโปร์กำหนดเกณฑ์จากการจ้างงานจ้างแรงงานไม่เกิน 200 คน และสินทรัพย์ไม่เกิน 100 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ ประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซียกำหนดเกณฑ์จาก จำนวนการจ้างแรงงาน ยอดขาย และสินทรัพย์หรือสาขาที่ประกอบกิจการ ประเทศฟิลิปปินส์แบ่งจากจำนวนการจ้างแรงงานและมูลค่าสินทรัพย์ของกิจการ โดยแบ่งเป็นขนาดไมโคร ขนาดเล็ก และขนาดกลาง ประเทศเวียดนามได้กำหนดเกณฑ์จากจำนวนการจ้างแรงงาน ทุนจดทะเบียนและสาขาประกอบกิจการ และประเทศไทยได้กำหนดเกณฑ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามจำนวนการจ้างแรงงาน มูลค่าสินทรัพย์ถาวร และสาขาการ

ประกอบการ ซึ่งเห็นได้ว่าการกำหนดเกณฑ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักจะแบ่งเกณฑ์ตามจำนวนการจ้างแรงงาน ยอดขายต่อปี สินทรัพย์ และทุนจดทะเบียน ซึ่งขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของข้อกฎหมายและลักษณะการทำธุรกิจในแต่ละประเทศ (ธนาคารกรุงไทย, ฝ่ายวิจัยความเสี่ยงธุรกิจ, 2560)

ในประเทศไทยแบ่งขนาดธุรกิจ SMEs จากประเภทธุรกิจ ทุนการจดทะเบียนและจำนวนการจ้างแรงงาน ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 เกณฑ์การแบ่งขนาดธุรกิจ SMEs

ประเภทธุรกิจ	วิสาหกิจขนาดย่อม		วิสาหกิจขนาดกลาง	
	มูลค่าสินทรัพย์ถาวร	จำนวนแรงงาน	มูลค่าสินทรัพย์ถาวร	จำนวนแรงงาน
ธุรกิจผลิต	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 คน	เกิน 50 ล้านบาท แต่ไม่ถึง 200 ล้านบาท	51-200 คน
ธุรกิจบริการ	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 คน	เกิน 50 ล้านบาท แต่ไม่ถึง 200 ล้านบาท	51-200 คน
ธุรกิจค้าส่ง	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	ไม่เกิน 25 คน	เกิน 50 ล้านบาท แต่ไม่ถึง 100 ล้านบาท	26-50 คน
ธุรกิจค้าปลีก	ไม่เกิน 30 ล้านบาท	ไม่เกิน 15 คน	เกิน 30 ล้านบาท แต่ไม่ถึง 60 ล้านบาท	16-30 คน

การแบ่งเกณฑ์นั้นใช้ตามกฎกระทรวงกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 (2545) ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 119, ตอนที่ 93 ก (20 กันยายน 2545): 17

จากเกณฑ์ในการแบ่งขนาดของธุรกิจ SMEs สรุปได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีขนาดเล็กและขนาดกลางซึ่งแบ่งได้ตามเกณฑ์ของมูลค่าสินทรัพย์ถาวรและจำนวนการจ้างแรงงานจาก 4 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ กลุ่มธุรกิจการผลิต กลุ่มธุรกิจบริการ กลุ่มธุรกิจค้าส่ง และกลุ่มธุรกิจค้าปลีก

2. ความหมายของธุรกิจ Startup

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2559: 8-9) ธุรกิจ Startup คือ การเริ่มต้นธุรกิจจากขนาดเล็กสู่การเติบโตอย่างก้าวกระโดดอย่างรวดเร็ว มีรูปแบบธุรกิจที่ทำซ้ำได้ง่ายเพื่อการขยาย

กิจการอย่างต่อเนื่อง ใช้นวัตกรรมในรูปแบบธุรกิจทำให้มีโอกาสในการเติบโตสูงและใช้เทคโนโลยีช่วยในการขยายตลาด

รุ่งโรจน์ สงสระบุญ (2558) ธุรกิจ Startup คือธุรกิจที่เติบโตได้อย่างรวดเร็วโดยประมาณมีอัตราการเติบโตไม่น้อยกว่า 1000% ต่อปีจึงจะถือได้ว่าธุรกิจมีการเจริญเติบโตและมีโอกาสที่จะล้มเหลวได้ในอนาคต ซึ่งแตกต่างจากการทำธุรกิจแบบเดิมที่มีอัตราการเจริญเติบโตอยู่ที่ 30%-50% ต่อปี การทำธุรกิจ Startup นั้นไม่จำเป็นต้องทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีเท่านั้นแต่สามารถเป็นไปได้ในทุกธุรกิจที่สามารถผ่านข้อจำกัดการรองรับรูปแบบของการเจริญเติบโตได้ เช่น ข้อจำกัดด้านสถานที่ ด้านเงินทุน รวมทั้งด้านกำลังการผลิต

ธรณิศวรร สุขสวัสดิ์ (2559: 3-4) ธุรกิจ Startup เป็นธุรกิจที่เริ่มต้นได้ง่าย ลงทุนไม่สูง ใช้เทคโนโลยีเป็นหลักสำคัญ เพื่อสร้างนวัตกรรมให้กับธุรกิจโดยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในรูปแบบใหม่ ๆ ได้ตรงจุด และยังมีรูปแบบการทำธุรกิจที่สามารถทำซ้ำได้ง่ายและขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง จึงทำให้เป็นธุรกิจที่มีมูลค่าเพิ่มสูงเนื่องจากการเติบโตอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจสตาร์ทอัพยังสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าสามารถช่วยให้ชีวิตและความเป็นอยู่ดีขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญในการทำธุรกิจในรูปแบบเดิม ปัจจุบันธุรกิจ Startup ได้มีการขยายตัวและเติบโตไปยังประเทศต่าง ๆ มากขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นรัฐบาลในหลาย ๆ ประเทศจึงให้ความสำคัญและสนับสนุนการทำธุรกิจสตาร์ทอัพมากขึ้น รวมถึงรัฐบาลของประเทศไทยที่ได้ร่วมมือกับภาคเอกชนในการส่งเสริมการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย

นิยามของธุรกิจ Startup นั้นยังไม่มีนิยามที่กำหนดอย่างแน่ชัดขึ้นอยู่กับปัจจัยและเงื่อนไขของแต่ละประเทศซึ่งมีความหมายโดยรวมดังนี้ ธุรกิจ Startup คือธุรกิจขนาดเล็กที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมก่อให้เกิดการเติบโตอย่างก้าวกระโดดซึ่งสร้างผลลัพธ์ที่มีอิทธิพลต่อสังคม มีระยะเวลาของธุรกิจก่อตั้งมาไม่เกิน 5 ปีและมีผลประกอบการน้อยกว่า 1,070,000,000 ดอลลาร์สหรัฐในปีล่าสุด แต่เงื่อนไขด้านระยะเวลาและผลประกอบการนั้นจำเป็นต้องพิจารณาร่วมกับปัจจัยด้านอื่นซึ่งมีข้อกำหนดที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ สำหรับในประเทศไทยได้พิจารณาตามหลักเกณฑ์ดังนี้

- 1 ลักษณะของธุรกิจ
- 2 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ
- 3 ผลประกอบการของธุรกิจ

(สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2561: 7-8)

จากความหมายของธุรกิจ Startup สรุปได้ว่า Startup เป็นธุรกิจที่เริ่มต้นจากขนาดเล็กหรือธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นไม่สูงเช่นเดียวกับธุรกิจ SMEs แต่มีแนวทางการทำธุรกิจด้วยการเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยต้องมีอัตราการเจริญเติบโตสูงถึง 1000% ต่อปี มีรูปแบบการทำธุรกิจที่สามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องด้วยการสร้างแบบแผนให้สามารถนำไปทำซ้ำได้ง่ายเพื่อต่อการขยายกิจการและสามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง ใช้เทคโนโลยีในการขับเคลื่อนธุรกิจโดยนำมาช่วยในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจซึ่งในแต่ละประเทศอาจมีนิยามของธุรกิจ Startup ที่แตกต่างกันออกไป ส่วนในประเทศไทยนั้น ได้มีเกณฑ์การพิจารณาเพิ่มเติมในด้านลักษณะของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจและผลประกอบการของธุรกิจเพื่อกำหนดความหมายที่ชัดเจนขึ้น

การเตรียมความพร้อมสู่การเป็นธุรกิจ Startup

ธุรกิจ Startup การเริ่มต้นธุรกิจจากขนาดเล็กสู่การเติบโตอย่างก้าวกระโดดอย่างรวดเร็ว มีรูปแบบธุรกิจที่ทำซ้ำได้ง่ายเพื่อการขยายกิจการอย่างต่อเนื่องและใช้เทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจที่สำคัญ โดยสร้างผลิตภัณฑ์โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาชีวิตประจำวันหรือสิ่งที่ยังเป็นช่องว่างที่ยังไม่มีใครทำมาก่อนซึ่งการทำธุรกิจ Startup นั้นอาจดูเหมือนเป็นธุรกิจที่เติบโตและประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็วแต่จำนวนธุรกิจ Startup ที่ประสบความสำเร็จนั้นมีประมาณ 10% เท่านั้น ดังนั้นการทำธุรกิจจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจถึงการเติบโตและพัฒนาการของธุรกิจ Startup โดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

1 ความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) คือ ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างผลิตภัณฑ์ โดยส่วนมากมักจะเกิดจากปัญหาหรือความต้องการที่มีอยู่ทั่วไปของผู้บริโภค

2 การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) คือ การทำผลิตภัณฑ์ให้ติดตลาดด้วยการนำไปทดสอบตลาดแล้วนำผลที่ได้มาแก้ไขและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

3 การขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit) คือ การขยายธุรกิจเพื่อเร่งการเติบโตจากการเพิ่มกำลังการผลิต การเพิ่มช่องทางในการหารายได้ ไปจนถึงการหาแหล่งเงินทุนจากภายนอก (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560: 12-13)

จากการขั้นตอนการเติบโตของลักษณะของธุรกิจ Startup ผู้วิจัยได้นำมาสร้างกรอบแนวคิดแปรอิสระ (X) ในด้านการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ความ

ต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) และ การขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit)

รูปแบบและลักษณะของธุรกิจ Startup

ธุรกิจ Startup มีรูปแบบในการทำธุรกิจแบบหนึ่งโดยกำหนดว่าจะต้องมีรูปแบบที่สามารถทำซ้ำได้ง่ายเพื่อขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง สร้างมูลค่าเพิ่มและเติบโตได้อย่างก้าวกระโดดโดยไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก ซึ่งในส่วนมากจะเป็นธุรกิจที่เกิดใหม่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ รูปแบบการทำธุรกิจ Startup นั้นจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีประกอบการทำธุรกิจโดยใช้ความสามารถของเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน ที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็วจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น Google, Facebook, Instagram ในต่างประเทศ และ Wongnai ในประเทศไทย ปัจจุบันประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจสตาร์ทอัพมากขึ้น โดยมองเห็นว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งรัฐบาลคาดว่าจะก่อให้เกิดการขับเคลื่อนธุรกิจได้อย่างรวดเร็วจึงให้การสนับสนุนร่วมกับภาคเอกชนทั้งในการให้คำปรึกษาในการทำธุรกิจ ด้านเงินทุน และจัดตั้งหน่วยงานรัฐบาลเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้กับธุรกิจสตาร์ทอัพ (กรมประชาสัมพันธ์, 2559: 1-6) และยังได้กำหนดคุณสมบัติของธุรกิจ Startup เช่นเดียวกับ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติได้กำหนดคุณลักษณะธุรกิจ Startup 7 ประการ ดังนี้

- 1 สร้างนวัตกรรมและแนวคิดในการดำเนินธุรกิจ โดยเน้นการหาแนวทางการแก้ไขปัญหาและต่อยอดสิ่งใหม่ ๆ
 - 2 รูปแบบธุรกิจมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอน แต่ประสบความสำเร็จด้วยการเติบโตอย่างรวดเร็ว
 - 3 ตลาดไม่ขึ้นอยู่กับพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ต้องสามารถขยายตลาดได้อย่างกว้างขวาง
 - 4 พื้นที่สำนักงานและการทำงานมีความหลากหลายและยืดหยุ่นสามารถทำงานได้หลากหลายในพื้นที่ที่จำกัด
 - 5 ใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาดเพื่อสร้างนวัตกรรมและต่อยอดแนวความคิด
 - 6 ธุรกิจเริ่มต้นด้วยความไม่แน่นอน ไม่สามารถกำหนดรายได้และค่าใช้จ่ายได้อย่างแน่นอน แต่ใช้วิธีการวางแผนในการหารายได้ในแต่ละช่วงเวลา
 - 7 วจธุรกิจมีอายุ 3-5 ปี
- (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ อ้างถึงใน เอ็มจีอาร์ ออนไลน์, 2561)

จากรูปแบบและลักษณะของธุรกิจ Startup สรุปได้ว่า ธุรกิจ Startup เป็นการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เน้นการเติบโตของอย่างรวดเร็ว ด้วยการใช้แบบแผนในการทำธุรกิจที่มีความกระชับและชัดเจน สามารถนำแบบแผนไปใช้ต่อได้ง่าย ซึ่งเรียกว่าการทำซ้ำเพื่อที่จะขยายกิจการได้อย่างต่อเนื่อง ลดข้อจำกัดด้านพื้นที่ ใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจทั้งในด้านการจัดการ การผลิต รวมไปถึงการขายซึ่งนำมาใช้สนับสนุนแนวคิดและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในการสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม อย่างไรก็ตามธุรกิจ Startup เป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูง เพราะเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างสินค้าและบริการที่แปลกใหม่จึงทำให้ไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าผลิตภัณฑ์ที่สร้างมาจะตอบสนองความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภคมากเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ จากรูปแบบและลักษณะของธุรกิจ Startup นั้นผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดตัวแปรตาม (Y) ในด้านการเป็นธุรกิจ Startup ประกอบด้วยวัฒนธรรมและแนวคิด รูปแบบธุรกิจ ตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ พื้นที่ในการทำงาน ใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด ธุรกิจเริ่มต้น วงจรชีวิตของธุรกิจ

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)

ความหมายของระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย

ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยต่อธุรกิจ (Ecosystem) คือเครือข่ายความร่วมมือในการทำธุรกิจเพื่อสร้างการเติบโตในวงกว้างของธุรกิจ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรม ในปัจจุบันธุรกิจชั้นนำได้ให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายมากขึ้น เช่น Google ร่วมสร้างเครือข่ายกับบริษัทฮาร์ดแวร์ ผู้ผลิตซอฟต์แวร์ และนักพัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ ส่วน Apple สร้างเครือข่ายด้วยการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งานผลิตภัณฑ์ด้วยการเชื่อมโยงข้อมูลการใช้งานในทุกผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าใช้งานไว้ด้วยกันซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: 2561)

วิเลิศ ภูริวัชร, สุชาติ ไตรภพสกุล และชาคริต พิษญากร (2559) สิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัวที่ส่งผลให้เกิดแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งมาจากของตัวแปรในด้านผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและบทบาทที่ไปเชื่อมโยงกับปัจจัยทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านนโยบาย ด้านการเงิน ด้านวัฒนธรรม ด้านการสนับสนุน ด้านทรัพยากรมนุษย์ และด้านการตลาดในการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการ โดยอาจมีปัจจัยเพิ่มเติมจากสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เกิดขึ้นอยู่ในขณะนั้น

จิรัฐ เจนพิ่งพร (2561) สิ่งแวดล้อมทุกอย่างเกี่ยวกับธุรกิจ Startup ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในขั้นตอนแรกเริ่มและการเจริญเติบโตของธุรกิจ ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ แรงงานที่มีทักษะ

ประสบการณ์ของเมืองที่มีธุรกิจ Startup การเข้าถึงตลาด การระดมทุน และสมรรถนะภายในประเทศ

จากการศึกษาความหมายของระบบนิเวศที่อำนวยความสะดวกธุรกิจนั้นพบว่า ได้มีการให้ความหมายที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับบริบทที่ต้องการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาความหมายของระบบนิเวศในด้านการสร้างเครือข่ายธุรกิจ การเป็นผู้ประกอบการและการทำธุรกิจ Startup แต่ความหมายในภาพรวมของระบบนิเวศที่อำนวยความสะดวก คือ สภาพแวดล้อม หรือสถานการณ์ที่เชื่อมโยงกันก่อให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจจากภายนอก

ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ในประเทศไทย

การให้ความสนับสนุนธุรกิจ Startup ในแต่ละภาคส่วนนั้น มีนโยบายและการสนับสนุนที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับความสามารถและความเชี่ยวชาญในหน่วยงาน หรือองค์กรนั้น

ภาครัฐบาล สนับสนุนและดูแลเกี่ยวกับกฎหมาย นโยบายส่งเสริม ข้อบังคับในการทำธุรกิจ ซึ่งมีหลายหน่วยงานที่ให้บริการและอำนวยความสะดวก

สถาบันการเงินและผู้ร่วมลงทุน สนับสนุนด้านเงินทุนเพื่อนำไปใช้ในการขยายธุรกิจ โดยมีทั้งรูปแบบการให้โดยหวังผลตอบแทนในอนาคตและไม่หวังผลตอบแทนในอนาคต

สถาบันการศึกษา สนับสนุนการศึกษาเพื่อความรู้ ทักษะความสามารถ ปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการและการเป็นผู้นำในนวัตกรรมเพื่อผลิตบุคลากร สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างทรัพย์สินทางปัญญา

หน่วยงานอิสระที่สนับสนุนธุรกิจ Startup หน่วยงานดูแลบ่มเพาะพัฒนา (Incubation) ซึ่งมุ่งเน้นส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในธุรกิจ Startup ตั้งแต่เริ่มทำธุรกิจและหน่วยงานช่วยดูแลการเติบโตสู่ตลาดสากล (Acceleration) ซึ่งมุ่งเน้นการส่งเสริมให้ธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ภาคเอกชน สนับสนุนการให้คำปรึกษาในการทำธุรกิจ ประชาสัมพันธ์ และร่วมลงทุน รวมถึงการช่วยสร้างเครือข่ายสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ Startup

(สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ 2561: 14-16)

ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) คือ สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Startup ที่เชื่อมโยงกันเป็นห่วงโซ่อุปทานที่ช่วยเพิ่มศักยภาพของการประกอบธุรกิจ โดยมีกลุ่มหลักๆ ได้แก่ กลุ่มธุรกิจ Startup, กลุ่มนักลงทุนใน (Investor), กลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization)

กลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) เป็นศูนย์กลางของ Ecosystem ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ทำให้เกิด Startup รายใหม่

กลุ่มนักลงทุน (Investor) ช่วยให้เงินทุนในการขยายกิจการของธุรกิจ Startup

นักลงทุนบุคคล (Angel) ใช้เงินลงทุนส่วนตัวโดยส่วนใหญ่มักจะเป็นเจ้าของธุรกิจ และเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสนใจในธุรกิจที่เลือกลงทุน

นักลงทุนสถาบัน (Venture Capital) ลงทุนในธุรกิจที่คาดว่าจะเจริญเติบโตโดยแลกเปลี่ยนกับการถือหุ้นในธุรกิจ

การระดมทุนจากสาธารณะ (Crowd Funding) การระดมทุนจากการช่วยเหลือของประชาชนที่ให้ความสนใจโดยธุรกิจอาจแลกเปลี่ยนผลตอบแทนแก่ประชาชนหรือไม่ให้ก็ได้

กลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) กลุ่มองค์กรหรือหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือ

หน่วยงานหรือองค์กรที่สนับสนุนธุรกิจ Startup (Accelerators) สนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจ Startup ที่มีศักยภาพเพื่อลดข้อจำกัดในการทำธุรกิจสำหรับ Startup

รัฐบาล (Government) หน่วยงานภาครัฐที่ช่วยเหลือในการทำธุรกิจ Startup ในด้านต่าง ๆ ไปจนถึงการออกนโยบายที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ Startup

สมาคมส่งเสริม Startup (Association) ตัวแทนของธุรกิจ Startup ในประเทศเป็นการรวมกลุ่มธุรกิจ Startup เพื่อสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็ง

หน่วยงานสนับสนุนด้านความรู้ (Academy) ให้ความรู้ ความเข้าใจ และสร้างเสริมทักษะในการทำธุรกิจ Startup

สถานที่ทำงาน (Coworking Space) สร้างชุมชนของกลุ่มคนที่ทำธุรกิจ Startup โดยใช้พื้นที่ทำงานร่วมกันเกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์

กิจกรรม (Event) กิจกรรมที่ช่วยเสริมสร้างและพัฒนาการทำธุรกิจ Startup

สื่อ (Media) การให้ความรู้ การประชาสัมพันธ์ รวมถึงการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Startup ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

(ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2560: 14-16)

แนวทางการส่งเสริมระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)

1 การส่งเสริมองค์ความรู้ (Knowledge) ได้แก่ การจัดกิจกรรมเสริมสร้างความเป็นผู้ประกอบการ ความรู้และทักษะเชิงเทคนิค และการสร้างสรรค์ออกแบบ

2 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ได้แก่ การจัดเตรียมและปรับปรุงพื้นที่ในการพัฒนานวัตกรรม จัดกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี

3 การจัดตั้งหน่วยงานดำเนินการและวางแผน (Structure)

4 การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเริ่มต้น (Network)

5 การพัฒนาย่านวิสาหกิจเริ่มต้นเป็นแพลตฟอร์มกลาง (Startup District)

(คณะทำงานขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2560: 3-4)

แนวทางการพัฒนาธุรกิจ SMEs เป็นธุรกิจ Startup

นโยบาย Thailand 4.0 เป็นการปฏิรูปอุตสาหกรรมในประเทศไทยจากเดิมที่เป็นอุตสาหกรรม 3.0 ที่เป็นอุตสาหกรรมหนักซึ่งทำให้ประเทศไทยติดอยู่ในกับดักรายได้ปานกลาง ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางรายได้และยังไม่เกิดการพัฒนามากนัก ดังนั้นนโยบาย Thailand 4.0 นั้นเป็นการแก้ปัญหาด้วยการทำอุตสาหกรรมด้วยการสร้างมูลค่าด้วยนวัตกรรมโดยใช้ทักษะขั้นสูงเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมและลดความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง 4 องค์ประกอบสำคัญ คือ

1 เปลี่ยนการเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ โดยเป็นเกษตรกรแบบผู้ประกอบการมีเพิ่มรายได้ด้วยการใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ

2 เปลี่ยนธุรกิจ SMEs แบบเดิม ที่ต้องได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลเป็น Smart Enterprises และ High Value Startup ที่มีศักยภาพสูงใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อนธุรกิจ

3 เปลี่ยนการให้บริการแบบเดิมที่สร้างมูลค่าต่ำไปสู่การให้บริการมูลค่าแบบมูลค่าสูง

4 เปลี่ยนแปลงแรงงานที่มีทักษะต่ำให้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะในระดับสูง

(กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559: 3-4)

นโยบาย Thailand 4.0 เป็นแนวทางการปฏิรูปอุตสาหกรรมของรัฐบาลซึ่งได้ให้ความสำคัญกับการทำธุรกิจโดยใช้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทำให้มีรายได้ที่สูงขึ้น

จากการศึกษาระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ในประเทศไทยพบว่ามีหลายหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือในการทำธุรกิจ Startup ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ทั้งในด้านการให้คำปรึกษา

การสนับสนุนเงินทุน การจัดอบรม การประชาสัมพันธ์รวมถึงการแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Startup ถือเป็นแนวโน้มที่ดีสำหรับผู้ที่ทำธุรกิจ Startup เพราะจะเห็นได้ว่าประเทศไทยได้ให้ความสนใจและเห็นความสำคัญของธุรกิจ Startup มากขึ้น และจากการสรุปข้อมูลเกี่ยวกับระบบนิเวศในประเทศไทยนั้นสามารถสรุปได้ว่าระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยประกอบด้วยระบบนิเวศทั้ง 3 คือ กลุ่มธุรกิจ Startup กลุ่มนักลงทุน และกลุ่มผู้สนับสนุน ซึ่งได้ให้ความหมายได้ครอบคลุมระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยมากที่สุด

การวิเคราะห์บริบททางสังคมของการเป็นธุรกิจ Startup จากระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยโดยใช้ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PEST Analysis)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PEST Analysis)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PEST Analysis) คือ การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกองค์กรที่ไม่สามารถควบคุมได้เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มการตลาดและกำหนดทิศทางของธุรกิจ

P-Political: ปัจจัยด้านการเมือง

การเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมืองและนโยบายที่มาจากรัฐบาล เช่น กฎหมาย นโยบายสนับสนุน ข้อกำหนด ความมั่นคงทางการเมือง

E-Economic: ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจที่มาจากทั้งในประเทศและนอกประเทศ เช่น การขยายตัวของเศรษฐกิจ วิกฤติเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ยและภาษี การจ้างแรงงาน อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา

S-Social: ปัจจัยด้านสังคม

การเปลี่ยนแปลงของสังคม วัฒนธรรม ที่มีผลต่อความสัมพันธ์ของกลุ่มคน เช่น ประเพณีและวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม ค่านิยม อัตราการเกิดของประชากร การย้ายถิ่นฐาน

T-Technology: ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

การเปลี่ยนของเทคโนโลยีที่นำเข้ามาช่วยดำเนินการในธุรกิจทั้งในด้านการใช้สื่อออนไลน์ การติดต่อสื่อสาร การคมนาคม และการสร้างนวัตกรรม

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กรทั้ง 4 ด้าน จะแสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ภายนอกที่องค์กรจะต้องพบเจอเพื่อนำมาวิเคราะห์หาความแนวโน้มของธุรกิจทั้งในส่วนที่เป็นโอกาสและสิ่งที่เป็นอุปสรรค (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ศูนย์เศรษฐศาสตร์ประยุกต์ 2557: 7-8)

การวิเคราะห์ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยของประเทศไทยด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PEST Analysis)

P – Political: ปัจจัยด้านการเมือง

รัฐบาลไทยได้ให้การสนับสนุนการทำธุรกิจมากขึ้น โดยการออกนโยบายส่งเสริมการโดยการสร้างแผนพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจ Startup รวมถึงการจัดตั้งหน่วยงานที่เข้ามาดูแลและช่วยเหลือธุรกิจ Startup

E – Economic: ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ธุรกิจ Startup สามารถระดมทุนในการทำธุรกิจได้หลายช่องทางทั้งจากสถาบันการเงินและนักลงทุน ซึ่งมีรูปแบบการให้กู้ยืมหรือการร่วมลงทุนที่แตกต่างกันออกไปโดยการช่วยเหลือแบบคาดหวังผลตอบแทนและการไม่คาดหวังผลตอบแทนเช่นเดียวกับการที่ธุรกิจระดมทุนจากประชาชนซึ่งสามารถให้ผลตอบแทน หรือไม่ให้ผลตอบแทนกับผู้ร่วมลงทุนก็ได้

S – Social: ปัจจัยด้านสังคม

การมีจำนวนธุรกิจ Startup ที่เพิ่มมากขึ้นจึงเกิดเครือข่ายหรือเกิดชุมชน ซึ่งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และแพร่กระจายสู่กลุ่มคนที่สนใจทำให้ธุรกิจ Startup เกิดขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะความสามารถ การปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการและการเป็นผู้นำนวัตกรรมที่ได้จากสถาบันการศึกษาก็เป็นเหตุผลให้ผู้คนมีความสนใจในธุรกิจ Startup มากขึ้น

T – Technology: ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

เทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ขับเคลื่อนธุรกิจ Startup ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วนั้นเหมาะสมกับรูปแบบทำธุรกิจ Startup ที่ต้องปรับตัวให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอหรือแม้แต่การทำธุรกิจ SMEs แบบดั้งเดิมก็เป็นรูปแบบการทำธุรกิจที่ปรับตัวได้ง่ายอยู่แล้ว แต่ยังคงจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อเทคโนโลยีในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

การวิเคราะห์ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยในประเทศไทยด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PEST Analysis) แล้วทำให้มองเห็นแนวโน้มและความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งโดยภาพรวมแล้วถือว่าเป็นโอกาสที่ดีในการทำธุรกิจ Startup ทั้งในด้านกลุ่มธุรกิจ Startup ที่เป็นศูนย์กลางของระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย กลุ่มนักลงทุนที่ให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนและการร่วมลงทุนในการทำธุรกิจ และกลุ่มผู้สนับสนุนที่ให้ความช่วยเหลือและดูแลในการทำธุรกิจ จากการวิเคราะห์ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยของประเทศไทยด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PEST Analysis) ผู้วิจัยได้นำมาสร้างตัวกรอบแนวคิดตัวแปร (X) ในด้านระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) กลุ่มนักลงทุน (Investor) และกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) และยังนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามในด้านระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยต่อธุรกิจซึ่งทำให้ได้แนวคำถามที่ชัดเจนมากขึ้น

4. ข้อมูลกลุ่มธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคัดเลือกจากธุรกิจ SMEs ที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award ปี 2560-2561

ปัจจุบันรางวัล SMEs Startup Award ได้มีการมอบรางวัลมาแล้ว 2 ปี ได้แก่ พ.ศ. 2560 และ พ.ศ. 2561

คุณสมบัติของผู้สมัครการประกวด SMEs Startup Award

1 เป็นผู้ดำเนินธุรกิจที่มีการจดทะเบียนพาณิชย์ หรือลงทะเบียนธุรกิจ E-commerce กับ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า หรือเป็นนิติบุคคล หรือเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริม-การเกษตร

2 ต้องมีการดำเนินธุรกิจก่อนวันรับสมัครเข้าร่วมประกวดไม่เกิน 3 ปี และดำเนินการโดยถูกต้องตามกฎหมาย

3 ต้องเป็นธุรกิจเอกชน หรือธุรกิจในเครือ ที่ดำเนินธุรกิจในประเทศไทย โดยต้องมีผู้ถือหุ้นเป็นผู้มีสัญชาติไทยไม่น้อยกว่า 51%

4 ผู้บริหารหลักของกิจการ ต้องเป็นผู้มีสัญชาติไทย

5 ต้องไม่เป็นบุคคลล้มละลาย หรืออยู่ในระหว่างการพิจารณาคดีของศาล

6 ต้องไม่เคยได้รับรางวัลสุดยอด SME Start up มาก่อน (สำหรับผู้เข้าประกวด

ปีที่ 2)

เกณฑ์การให้คะแนนตัดสิน แบ่งเป็น 7 หมวด รวม 200 คะแนน ดังนี้

- 1 บทบาทของผู้บริหารในการนำองค์กร 40 คะแนน
- 2 การวางแผนการดำเนินธุรกิจ 40 คะแนน
- 3 การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด 40 คะแนน
- 4 การวัด วิเคราะห์ และจัดการความรู้ 10 คะแนน
- 5 การบริหารทรัพยากรบุคคล 10 คะแนน
- 6 การจัดการกระบวนการ 40 คะแนน
- 7 ผลลัพธ์ทางธุรกิจ 20 คะแนน

สิทธิประโยชน์ของผู้ที่ได้รับรางวัล

สิทธิพิเศษที่ได้รับจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ สิทธิในการเข้าร่วมอบรมที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย สิทธิในการเข้าร่วมกิจกรรมด้านช่องทางการตลาด การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การจับคู่ธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากผู้ประสบความสำเร็จ ได้รับการประชาสัมพันธ์และเข้าร่วมเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ นอกจากนี้ยังได้รับสิทธิพิเศษจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยสามารถเข้าร่วมกิจกรรมอบรมในการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และการเตรียมความพร้อมให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ โดยใช้ตลาดทุนเป็นเครื่องมือ และยังได้รับสิทธิจากสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ

(สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561)

จากรางวัล SMEs Startup Award ในปี พ.ศ. 2560-2561 นั้น ผู้วิจัยได้นำธุรกิจที่ได้รับรางวัลมาศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยโดยมองเห็นว่าธุรกิจที่ได้รับรางวัลได้ผ่านเกณฑ์การตัดสินจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแล้วว่าเป็นธุรกิจ SMEs ที่มีศักยภาพเหมาะสมในการเป็นธุรกิจ Startup ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 193 ธุรกิจ และนำมาคำนวณหาตัวอย่างจากสูตร Yamane เป็นจำนวน 130 ตัวอย่าง

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุพเนตร แสนเสนา, ธิดาทิพย์ บุตรแสง และกุลยา พัฒนากุล (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ Startup โดยใช้การรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ วารสารและบทความจากอินเทอร์เน็ตที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจ Startup ภายในปี พ.ศ. 2556-2560 จากผลที่ได้พบว่าการประสบความสำเร็จของธุรกิจ Startup เกิดจาก 5 ปัจจัย ได้แก่ ระยะเวลา ด้านทีมงาน

แนวคิดใหม่ ๆ แผนธุรกิจและเงินทุน แต่สิ่งสำคัญนอกเหนือจากปัจจัยทั้ง 5 แล้ว ธุรกิจ Startup จะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

ชัยวัฒน์ ไบไม้ (2560) ศึกษาวิจัยเรื่องสตาร์ทอัพ: นิยามความสำคัญ และแนวทางการทำวิจัย โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมในด้านการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งพบว่าการมีนวัตกรรมส่งผลต่อธุรกิจ Startup ในระยะยาว ซึ่งองค์ประกอบของนวัตกรรมประกอบด้วย ความใหม่ ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ สำหรับธุรกิจ Startup นั้นอาจก่อตั้งด้วยบริษัทหลายรูปแบบซึ่งความแตกต่างนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไปในเรื่องทรัพยากรและความสามารถขององค์กรที่มีผลต่อการอยู่รอดของธุรกิจ Startup แต่ละรูปแบบเพื่อเป็นการต่อยอดการวิจัยในอนาคต

กฤษฎา มะแ และกฤษฎา ผิงใจ (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย โดยใช้การวิจัยเชิงเอกสาร พบว่าปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในประเทศไทย ขึ้นอยู่กับลักษณะการดำเนินการและกลุ่มเป้าหมาย โดยมี Business Model เป็นส่วนสำคัญ เมื่อจำแนกตามลักษณะการดำเนินการพบว่า ธุรกิจแบบ E-Commerce มีปัจจัยด้านเวลาเป็นส่วนสำคัญ การทำธุรกิจแบบ User-Generated Content มีปัจจัยด้านทีมเป็นส่วนสำคัญ และธุรกิจบริการมีปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์เป็นส่วนสำคัญ

วิไล พึ่งผล และนรินทร์ สังข์รักษา (2561) ศึกษาวิจัยเรื่องถอดรหัสการประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของไทยยุค 4.0 ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง 11 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการ Startup 3 คน หัวหน้างาน 3 คน ลูกค้า 2 คน ที่ปรึกษาโครงการช่วย SMEs 1 คน เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 1 คน และเจ้าหน้าที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา 1 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup มีแนวทางการทำธุรกิจโดยจะต้องเป็นผู้นำนวัตกรรมด้วยการสร้างความโดดเด่นและแตกต่าง นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการเพิ่มกำลังการผลิตและลดต้นทุน ใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมในการขยายฐานลูกค้าและสร้างความน่าเชื่อถือ และต้องสร้างพันธมิตรทางธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่วนในด้านการช่วยเหลือจากรัฐบาลนั้นควรได้รับความสำคัญและการสนับสนุนมากขึ้นทั้งในด้านนโยบายจากภาครัฐ การสนับสนุนเงินทุน การส่งเสริมในการเพิ่มทักษะและความรู้ รวมไปถึงการให้คำปรึกษา และในด้านการดำเนินธุรกิจนั้นจะต้องผูกขาดสินค้าด้วยการจดสิทธิบัตร ต้องสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้าและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และผลิตภัณฑ์ต้องสามารถตอบสนองความต้องการที่เป็นปัญหาของลูกค้า

เขมกร ไชยประสิทธิ์ และอรพิน สันติธีรากุล (2560) ศึกษาและวิจัยการพัฒนาคือเป็นผู้ประกอบการระหว่างประเทศไทยกับหมู่เกาะ Azores ประเทศโปรตุเกส โดยทำการวิจัยเชิงคุณภาพจากข้อมูลและสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรที่ทำงานในด้านการพัฒนาผู้ประกอบการของประเทศไทยและผู้บริหาร โปรตุเกส โดยใช้ตัวแบบในการพัฒนาผู้ประกอบการ 5 ด้านของ Dabson ผลการวิจัยพบว่า ทั้งประเทศไทยและหมู่เกาะ Azores มีลักษณะเดียวกันในปัจจุบันด้านการศึกษาผู้ประกอบการของสถาบันการศึกษาและการให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคต่อผู้ประกอบการ การเข้าถึงเงินทุน ในหมู่เกาะ Azores มีจุดแข็งในด้านการสร้างเครือข่าย ซึ่งแตกต่างจากประเทศไทยซึ่งขาดการสร้างเครือข่ายและวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ

Qian Ye (2018) ได้ศึกษาผลกระทบระหว่างผู้ประกอบการที่มีความชำนาญและทรัพยากรต่อธุรกิจ Startup ที่เกิดใหม่ ด้วยการสำรวจข้อมูลที่รวบรวมจากบริษัทวิจัย Kauffman ภายในปี 2005-2012 ผลปรากฏว่าทรัพยากรทางการเงินส่งผลต่อโอกาสในการทำไรมากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ในระยะเริ่ม เช่นเดียวกับทีมงานที่มีความชำนาญในอุตสาหกรรมและทรัพยากรซึ่งมีผลต่อการสร้างกำไรให้ธุรกิจ

Tripathi, Nimaya.et al. (2018) ได้ศึกษาและนิยามระบบนิเวศของธุรกิจ Startup โดยหาข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมจากทั้งในหนังสือ วารสารและสื่อการศึกษาอื่น ๆ เป็นจำนวน 63 บทความ จากการทบทวนวรรณกรรมสรุปได้ว่า ระบบนิเวศของธุรกิจ ประกอบด้วย องค์ประกอบ 8 ด้าน ดังนี้ การเงิน, ประชากรศาสตร์, ภาตลาด, การศึกษา, ทุนมนุษย์, เทคโนโลยี, ผู้ประกอบการ และปัจจัยสนับสนุนอื่น ๆ

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้การศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวข้องกับธุรกิจ Startup และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดและแนวทางในการทำวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยกับการเป็นธุรกิจ Startup เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล การศึกษาค้นคว้าเอกสารและทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ระเบียบวิธีวิจัย
2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย
3. ขนาดตัวอย่างและกลุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การสร้างเครื่องมือการวิจัย
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยกับการเป็นธุรกิจ Startup เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ (Statistics)

2. ประชากรในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในปี พ.ศ. 2560-2561 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจ SMEs ที่มีศักยภาพและมีการพัฒนาเป็นธุรกิจ Startup โดยมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 193 บริษัท

3. ขนาดตัวอย่างและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือ ธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award โดยใช้สูตรการคำนวณตามหลัก Yamane (Yamane, 1970) เนื่องจากมีจำนวนประชากรที่ชัดเจน กำหนดค่าความ

เชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 จากสูตรสามารถคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

n หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N หมายถึง จำนวนประชากร

e หมายถึง ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้

เกิดขึ้น

การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% นั่นคือยอมรับให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกกลุ่มตัวอย่างได้ 0.05 โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{193}{1 + 193(0.05^2)}$$

n = 130.63 หรือ 130 ตัวอย่าง

จากการคำนวณตามสูตรของ Yamane ต้องทำการเก็บแบบสอบถามทั้งหมด 130 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างทำขึ้นเนื่องจากผู้วิจัยคาดว่า อาจจะไม่สามารถเก็บข้อมูลแบบสอบถามได้ครบทุกบริษัทและจะนำแบบสอบถามบางส่วนไปทดสอบความเชื่อมั่นตามหลักครอนบาคจำนวน 30 ตัวอย่าง สำหรับแบบสอบถามผู้วิจัยจะส่งให้กับตัวแทนบริษัทหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายโดยมีตำแหน่งระดับผู้จัดการขึ้นไป เนื่องจากเป็นข้อมูลของบริษัท ซึ่งเป็นข้อมูลในเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการบริหารจัดการของบริษัท

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ ผู้ศึกษาได้จัดทำแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ทั้ง 4 ส่วน ดังนี้

4.1 โครงสร้างเนื้อหาแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ลักษณะธุรกิจ ประกอบด้วย ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ รายได้ธุรกิจ ต่อปี มูลค่าสินทรัพย์ถาวร พื้นที่ตั้งของธุรกิจ และช่องทางการขายออนไลน์ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ประกอบด้วย ความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) และการขยายการตลาดของธุรกิจ (Business Market Fit) จำนวน 16 ข้อ

ส่วนที่ 3 ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ประกอบด้วย กลุ่มธุรกิจ Startup กลุ่มนักลงทุน และกลุ่มผู้สนับสนุน จำนวน 22 ข้อ

ส่วนที่ 4 การเป็นธุรกิจ Startup ประกอบด้วย วัฒนธรรมและแนวคิด รูปแบบธุรกิจ ตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ พื้นที่ในการทำงาน ใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด ธุรกิจเริ่มต้น และวงจรชีวิตของธุรกิจ จำนวน 26 ข้อ

ในส่วนที่ 2, 3 และ 4 เป็นคำถามเชิงบวกโดยวัดระดับความคิดเห็น ด้วย Likert Scale 5 ระดับ ดังนี้คือ

คะแนนตัวเลือก	ระดับความคิดเห็น
5 คะแนน	เห็นด้วยมากที่สุด
4 คะแนน	เห็นด้วยมาก
3 คะแนน	เห็นด้วยปานกลาง
2 คะแนน	เห็นด้วยน้อย
1 คะแนน	เห็นด้วยน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนนแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้การแปลความหมายของคำถามจากค่าเฉลี่ยตามแนวคิดของ ประสพชัย พสุนนท์ (2553) โดยมีเกณฑ์การแปลผลดังนี้

ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย
ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยน้อยที่สุด

จากผลที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ของระดับคะแนนเฉลี่ยที่ส่งผลต่อปัจจัยในการเตรียมความพร้อม ปัจจัยด้านระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยและปัจจัยด้านความสำเร็จของธุรกิจของธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award ในปี พ.ศ. 2560 และ 2561 ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์ต่อไป

5. การสร้างเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนดังนี้

5.1 ศึกษารายละเอียดในการค้นคว้าเพื่อกำหนดแนวทางและขอบเขตในการออกแบบสอบถามจากการค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่องปัจจัยด้านการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ปัจจัยด้านระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยและการเป็นธุรกิจ Startup

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย ด้านลักษณะข้อมูลของบริษัท ได้แก่ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ รายได้ของธุรกิจ ทุนจดทะเบียนของธุรกิจ รูปแบบการจดทะเบียนของธุรกิจ ช่องทางการขาย ด้านการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ได้แก่ การมีนวัตกรรมในรูปแบบธุรกิจและการดำเนินงาน การทำซ้ำและขยายตลาดอย่างต่อเนื่อง การเติบโตอย่างก้าวกระโดด และด้านระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย ได้แก่ กลุ่มธุรกิจ Startup กลุ่มนักลงทุน กลุ่มผู้สนับสนุน

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ ด้านการเป็น Startup ได้แก่ วัฒนธรรมและแนวคิด รูปแบบธุรกิจ ตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ พื้นที่ในการทำงาน ใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด ธุรกิจเริ่มต้น และวงจรชีวิตของธุรกิจ

5.2 สร้างแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามแบ่งเป็น 4 ส่วน จำนวนทั้งหมด 70 ข้อ

5.3 นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถามเบื้องต้นในด้านความครอบคลุมของวัตถุประสงค์ ขอบเขตการศึกษา และการใช้คำถามที่ตรงประเด็น แล้วนำมาแก้ไข ปรับปรุงให้เหมาะสม มีความเที่ยงตรงเพื่อพัฒนาแบบสอบถามให้สมบูรณ์มากขึ้น ตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไข ปรับปรุงแล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ด้วยการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- 1 คะแนน หมายถึง แน่ใจว่าคำถามวัดได้เที่ยงตรงตามวัตถุประสงค์
- 0 คะแนน หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามวัดได้เที่ยงตรงตามวัตถุประสงค์
- 1 คะแนน หมายถึง แน่ใจว่าคำถามวัดได้ไม่เที่ยงตรงตามวัตถุประสงค์

นำแบบสอบถามที่ได้รับการประเมินความเที่ยงตรงจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence)

$$IOC = \frac{R}{N}$$

- IOC คือ ดัชนีความสอดคล้อง โดยกำหนด IOC มีค่าเท่ากับ หรือมากกว่า 0.50
- R คือ ค่าคะแนนรายข้อตามคุณลักษณะของผู้ตรวจสอบหรือผู้เชี่ยวชาญ
- N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

5.4 นำแบบสอบถามไปทดสอบเพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแก้ไขไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มที่ตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามหลักของครอนบาค (Cronbach, 1951) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ 0.947

5.5 ข้อมูลที่ได้จากการแก้ไข ปรับปรุงแบบสอบถามและการนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

5.6 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาต่อไป

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

6.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้การเก็บรวบรวมจากการแจกแบบสอบถาม จำนวน 130 ชุด เป็นแบบสอบถามแบบตอบด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นนำไปแจกให้กับธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award ในปี พ.ศ. 2560-2561 แล้วรวบรวมคืนทั้งหมด 130 ชุด ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด

6.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อศึกษาเรื่องการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยและการเป็นธุรกิจ Startup จากหนังสือ งานวิจัย บทความ และค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ต เพื่อสนับสนุนข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้มีผลการศึกษาที่สมบูรณ์มากขึ้น

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

7.1 วิเคราะห์ปัจจัยลักษณะธุรกิจ ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Average) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้พรรณนาลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

7.2 วิเคราะห์ปัจจัยลักษณะธุรกิจที่ส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้วยสถิติเชิงอนุมานสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หรือการทดสอบค่า F (F-test) การทดสอบค่า T (T-Test) และการทดสอบความแตกต่างรายคู่ LSD (Least Significant Difference)

7.3 วิเคราะห์ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ที่สัมพันธ์กับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ Startup และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ที่สัมพันธ์ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ Startup ด้วยสถิติเชิงอนุมานสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะวิเคราะห์จากตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สามารถวิเคราะห์ตามเกณฑ์ได้ดังนี้ (Hinkle D. E. 1998, p.118)

ค่า 0.90 - 1.00 มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

ค่า 0.70 - 0.90 มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

ค่า 0.50 - 0.70 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ค่า 0.30 - 0.50 มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

ค่า 0.00 - 0.30 มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

เครื่องหมาย +,- หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะบ่งบอกถึงทิศทางของความสัมพันธ์

ค่า r มีเครื่องหมาย + หมายถึง มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน หากตัวแปรหนึ่งมีค่าสูงอีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงไปด้วย

ค่า r มีเครื่องหมาย - หมายถึง มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางตรงข้าม หากตัวแปรหนึ่งมีค่าสูงอีกตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าต่ำ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยกับการเป็นธุรกิจ Startup เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปี พ.ศ. 2560-2561 จำนวนทั้งสิ้น 130 ตัวอย่าง โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 7 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยลักษณะธุรกิจ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

ส่วนที่ 7 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยลักษณะธุรกิจ

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยลักษณะธุรกิจ ได้แก่ ด้านประเภทธุรกิจ ด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ด้านรายได้ธุรกิจต่อปี ด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ด้านพื้นที่ตั้งของธุรกิจ และด้านช่องทางการขายออนไลน์ โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ซึ่งแสดงรายละเอียดตามตารางที่ 2-7 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจการผลิต	82	63.1
ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง	11	8.5
ธุรกิจบริการ	37	28.4
รวม	130	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ประเภทธุรกิจเป็นธุรกิจการผลิตมีจำนวนมากที่สุดมีจำนวน 82 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 63.1 รองลงมาคือธุรกิจบริการ จำนวน 37 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 28.4 และธุรกิจการค้าปลีกและค้าส่งจำนวน 11 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนค่าความถี่และค่าร้อยละของระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2 ปี	8	6.1
2- 4 ปี	89	68.5
4-6 ปี	23	17.7
6-8 ปี	7	5.4
มากกว่า 8 ปี	3	2.3
รวม	130	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 2-4 ปี มีจำนวนมากที่สุด 89 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาคือระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 4-6 ปี จำนวน 23 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 17.7 ระยะเวลาดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 2 ปี จำนวน 8 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 6.1 ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 6-8 ปี จำนวน 7 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.4 และระยะเวลาดำเนินธุรกิจมากกว่า 8 ปี จำนวน 3 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนความถี่และค่าร้อยละของรายได้ธุรกิจต่อปี

รายได้ธุรกิจต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ล้านบาท/ปี	109	83.9
21-40 ล้านบาท/ปี	15	11.5
41-60 ล้านบาท/ปี	6	4.6
รวม	130	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า รายได้ธุรกิจต่อปีน้อยกว่า 20 ล้านบาท/ปี มีจำนวนมากที่สุด 109 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 83.9 รองลงมารายได้ธุรกิจต่อปี 21-40 ล้านบาท/ปี จำนวน 15 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.5 และรายได้ธุรกิจต่อปี 41-60 ล้านบาท/ปี มีจำนวน 6 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 4.6

ตารางที่ 5 จำนวนความถี่และร้อยละของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร

มูลค่าสินทรัพย์ถาวร	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 ล้านบาท	94	72.3
11-20 ล้านบาท	25	19.2
21-30 ล้านบาท	7	5.4
31-40 ล้านบาท	4	3.1
รวม	130	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่ามูลค่าสินทรัพย์ถาวรน้อยกว่า 10 ล้านบาท มีจำนวนมากที่สุด 94 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 72.3 รองลงมามูลค่าสินทรัพย์ถาวร 11-20 ล้านบาท จำนวน 25 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.2 มูลค่าสินทรัพย์ถาวร 11-20 ล้านบาท จำนวน 25 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 19.2 มูลค่าสินทรัพย์ถาวร 21-30 ล้านบาท จำนวน 7 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.4 และมูลค่าสินทรัพย์ถาวร 31-40 ล้านบาท จำนวน 4 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนความถี่และร้อยละของพื้นที่ตั้งของธุรกิจ

พื้นที่ตั้งของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	34	26.2
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	14	10.7
ภาคตะวันออก	14	10.7
ภาคกลาง	56	43.1
ภาคตะวันตก	4	3.1
ภาคใต้	8	6.2
รวม	130	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าพื้นที่ตั้งของธุรกิจอยู่ในภาคกลางมีจำนวนมากที่สุด 56 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 43.1 รองลงมาพื้นที่ตั้งของธุรกิจอยู่ในภาคเหนือ จำนวน 34 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.2 พื้นที่ตั้งของธุรกิจอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันออกมีจำนวนเท่ากัน 14 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.7 พื้นที่ตั้งของธุรกิจอยู่ในภาคใต้ จำนวน 8 จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 6.2 และพื้นที่ตั้งของธุรกิจอยู่ในภาคตะวันตก จำนวน 4 จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนความถี่และร้อยละของช่องทางการขายออนไลน์

ช่องทางการขายออนไลน์	จำนวน	ร้อยละ
1 ช่องทาง	53	40.8
มากกว่า 1 ช่องทาง	77	59.2
รวม	130	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าธุรกิจใช้ช่องทางการขายออนไลน์ 1 ช่องทางมีจำนวน 53 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 40.8 และใช้ช่องทางการขายออนไลน์ มากกว่า 1 ช่องทาง จำนวน 77 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 59.2

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ได้แก่ ด้านความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) และด้านการขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit) โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งแสดงรายละเอียดตามตารางที่ 8-11 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs

การเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit)	3.91	0.52	มาก
การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit)	3.91	0.54	มาก
การขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit)	3.90	0.46	มาก
รวม	3.91	0.42	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่าระดับความคิดเห็นปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$, S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$, S.D. = 0.54) รองลงมา คือ ด้านความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$, S.D. = 0.52) และด้านการขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$, S.D. = 0.46) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit)

ความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit)	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
บริษัทต้องศึกษาตลาดและกลุ่มลูกค้าก่อนเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสินค้าและบริการ	33 (25.4)	52 (40.0)	45 (34.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.91	0.77	มาก
บริษัทต้องศึกษาจำนวนความต้องการของกลุ่มลูกค้าก่อนเริ่มผลิตสินค้าและบริการ	27 (20.8)	63 (48.5)	37 (28.5)	3 (2.3)	0 (0.0)	3.88	0.76	มาก
ธุรกิจ Startup จะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการใช้นวัตกรรมในสินค้าและบริการ	30 (23.1)	59 (45.4)	41 (31.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.92	0.74	มาก
ธุรกิจ Startup จะต้องมียุทธศาสตร์สินค้าและบริการที่แปลกใหม่หรือโดดเด่นกว่าสินค้าและบริการที่มีอยู่ทั่วไป	31 (23.8)	56 (43.1)	43 (33.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.91	0.75	มาก
ธุรกิจ Startup จะต้องสร้างการรับรู้เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงความแตกต่างของสินค้าและบริการ	39 (30.0)	60 (46.2)	31 (23.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.94	0.73	มาก
รวม						3.91	0.52	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องธุรกิจ Startup จะต้องสร้างการรับรู้เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงความแตกต่างของสินค้าและบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.73) รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจ Startup จะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการใช้นวัตกรรมในสินค้าและบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.74) เรื่องบริษัทต้องศึกษาตลาดและกลุ่มลูกค้าก่อน เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสินค้าและบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.77) เรื่องธุรกิจ Startup จะต้องมียุทธศาสตร์และนวัตกรรมที่แปลกใหม่หรือโดดเด่นกว่าสินค้าและบริการที่มีอยู่ทั่วไปอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.75) และเรื่องบริษัทต้องศึกษาจำนวนความต้องการของกลุ่มลูกค้าก่อนเริ่มผลิตสินค้าและบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit)

การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit)	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การนำเสนอสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอช่วยสร้างการรับรู้ในสินค้าและบริการให้กับลูกค้า	28 (21.5)	62 (47.7)	40 (30.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.91	0.72	มาก
การวัดผลและการประเมินผลจากสินค้าและบริการจากผู้บริโภคช่วยในการนำไปเป็นแนวทางปรับปรุงและแก้ไขสินค้าและบริการ	29 (22.3)	59 (45.4)	42 (32.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.90	0.74	มาก
ธุรกิจ Startup จะเน้นมุ่งตอบสนองกลุ่มลูกค้าหลักก่อน เพื่อเจาะจงในการสร้างสินค้าและบริการ	26 (20.0)	60 (46.2)	44 (33.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.86	0.72	มาก

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) (ต่อ)

การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit)	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การปรับปรุงและแก้ไขสินค้าและบริการเพื่อสร้างนวัตกรรมช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ	35 (26.9)	56 (43.1)	39 (30.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.97	0.76	มาก
สินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมสร้างสามารถสร้างผลตอบแทนได้สูง	32 (24.6)	57 (43.8)	41 (31.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.93	0.75	มาก
รวม						3.91	0.54	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องการปรับปรุงและแก้ไขสินค้าและบริการเพื่อสร้างนวัตกรรมช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.76) รองลงมา คือ เรื่องสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมสร้างสามารถสร้างผลตอบแทนได้สูงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.75) เรื่องการนำเสนอสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอช่วยสร้างการรับรู้ในสินค้าและบริการให้กับลูกค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.72) เรื่องการวัดผลและการประเมินผลจากสินค้าและบริการจากผู้บริโภคช่วยในการนำไปเป็นแนวทางปรับปรุงและแก้ไขสินค้าและบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.74) และเรื่องธุรกิจ Startup จะเน้นมุ่งตอบสนองกลุ่มลูกค้าหลักก่อนเพื่อเจาะจงในการสร้างสินค้าและบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านการขยายการตลาดของธุรกิจ (Business Market Fit)

การขยายการตลาด ของธุรกิจ (Business Market Fit)	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ธุรกิจ Startup มีรูปแบบ การทำธุรกิจที่ชัดเจน สามารถช่วยในการ วางแผนและควบคุมการ เติบโตของธุรกิจ	30 (23.1)	59 (45.4)	41 (31.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.92	0.74	มาก
ธุรกิจ Startup มีรูปแบบ การทำงานที่ง่ายต่อการ บริหารทำให้สามารถขยาย ธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง	26 (20.0)	64 (49.2)	39 (30.0)	1 (0.8)	0 (0.0)	3.88	0.72	มาก
ธุรกิจ Startup ใช้ เทคโนโลยีในการบริหาร จัดการ การผลิต และการ ขายช่วยในการขยายธุรกิจ ให้เติบโต	36 (27.7)	49 (37.7)	39 (30.0)	6 (4.6)	0 (0.0)	3.88	0.87	มาก
ธุรกิจ Startup หาช่องทาง การขายใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อหารายได้เพิ่มจากการ ขายสินค้าและบริการที่มี อยู่	29 (22.3)	59 (45.4)	42 (32.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.90	0.74	มาก
ธุรกิจ Startup จำเป็นต้องมี คู่ค้าและพันธมิตรทาง ธุรกิจในการสร้างเครือข่าย เพื่อช่วยเหลือในการขยาย ธุรกิจ	28 (21.5)	62 (47.7)	40 (30.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.91	0.72	มาก

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านการขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit) (ต่อ)

การขยายการเติบโต ของธุรกิจ (Business Market Fit)	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ธุรกิจ Startup ของท่าน สามารถจัดหาแหล่งเงินทุน ได้ตามแผน/โครงการใน การผลิต	32 (24.6)	58 (44.6)	37 (28.5)	1 (0.8)	2 (1.5)	3.90	0.83	มาก
รวม						3.90	0.46	มาก

จากตารางที่ 11 พบว่า ระดับความคิดเห็นของของปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านการขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องธุรกิจ Startup มีรูปแบบการทำธุรกิจที่ชัดเจนสามารถช่วยในการวางแผนและควบคุมการเติบโตของธุรกิจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.74) รองลงมาคือ เรื่องธุรกิจ Startup จำเป็นต้องมีคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจในการสร้างเครือข่ายเพื่อช่วยเหลือในการขยายธุรกิจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.72) เรื่องธุรกิจ Startup ของท่าน สามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ตามแผน/โครงการในการผลิตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.83) เรื่องธุรกิจ Startup หาช่องทางการขายใหม่ๆอยู่เสมอเพื่อหารายได้เพิ่มจากการขายสินค้าและบริการที่มีอยู่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.74) เรื่องธุรกิจ Startup ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ การผลิต และการขายช่วยในการขยายธุรกิจให้เติบโตอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.87) และเรื่องธุรกิจ Startup มีรูปแบบการทำงานที่ง่ายต่อการบริหารทำให้สามารถขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ได้แก่ ด้านกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) ด้านกลุ่มนักลงทุน (Investor) และด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งแสดงรายละเอียดตามตารางที่ 12-15 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)

ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
กลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company)	3.81	0.75	มาก
กลุ่มนักลงทุน (Investor)	3.88	0.47	มาก
กลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization)	3.84	0.55	มาก
รวม	3.84	0.50	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่าระดับความคิดเห็นด้านระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านกลุ่มนักลงทุน (Investor) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.47) รองลงมา คือ ด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.50) และด้านกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company)

กลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company)	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
เครือข่ายธุรกิจ Startup มี ส่วนช่วยส่งเสริมในการ ดำเนินธุรกิจ	36 (27.7)	59 (45.4)	28 (21.5)	4 (3.1)	3 (2.3)	3.93	0.91	มาก
การช่วยเหลือกันระหว่าง ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup มีส่วนช่วยในการดำเนิน ธุรกิจ	27 (20.8)	54 (41.5)	42 (32.3)	5 (3.8)	2 (1.5)	3.76	0.88	มาก
การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ Startup มีส่วนช่วยในการ ดำเนินธุรกิจ	21 (16.2)	63 (48.5)	39 (30.0)	6 (4.6)	1 (0.8)	3.75	0.81	มาก
รวม						3.81	0.75	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องเครือข่ายธุรกิจ Startup มีส่วนช่วยส่งเสริมในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.91) รองลงมา คือ เรื่องการช่วยเหลือกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ Startup มีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.88) และเรื่องการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ Startup มีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มนักลงทุน (Investor)

กลุ่มนักลงทุน (Investor)	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
โอกาสในการจัดหาเงินทุน ของธุรกิจ Startup จากกลุ่ม นักลงทุนขึ้นอยู่กับเกณฑ์ การพิจารณาของกลุ่มนัก ลงทุน	26 (20.0)	57 (43.8)	43 (33.1)	1 (0.8)	3 (2.3)	3.78	0.85	มาก
อัตราภาษีที่เอื้อประโยชน์ ต่อธุรกิจ Startup สามารถ ดึงดูดความสนใจจากนัก ลงทุน	25 (19.2)	67 (51.5)	34 (26.2)	3 (2.3)	1 (0.8)	3.86	0.78	มาก
อัตราผลตอบแทนที่คาดหวัง ที่เหมาะสมกับความเสี่ยง ของนักลงทุนทำให้นัก ลงทุนเกิดความสนใจ	27 (20.8)	64 (49.2)	36 (27.7)	3 (2.3)	0 (0.0)	3.88	0.75	มาก
อัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมของ ธนาคารมีผลต่อการ ตัดสินใจกู้ยืมของธุรกิจ Startup	35 (26.9)	57 (43.8)	38 (29.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.98	0.75	มาก
ธุรกิจ Startup เป็น สิ่งที่ น่าสนใจในการร่วมระดม ทุนจากบุคคลทั่วไป	25 (19.2)	59 (45.4)	41 (31.5)	4 (3.1)	1 (0.8)	3.79	0.81	มาก
ธุรกิจ Startup ต้องมีอัตรา ผลตอบแทนที่เหมาะสม ให้กับผู้ร่วมระดมทุน	32 (24.6)	61 (46.9)	37 (28.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.96	0.73	มาก
รวม						3.88	0.47	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มนักลงทุน (Investor) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องอัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมของธนาคารมีผลต่อการตัดสินใจผู้เยี่ยมชมของธุรกิจ Startup อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.75) รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจ Startup ต้องมีอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสมให้กับผู้ร่วมระดมทุนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.73) เรื่องอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังที่เหมาะสมกับความเสี่ยงของนักลงทุนทำให้นักลงทุนเกิดความสนใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.75) เรื่องอัตราภาษีที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ Startup สามารถดึงดูดความสนใจจากนักลงทุนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.78) เรื่องธุรกิจ Startup เป็นสิ่งที่น่าสนใจในการร่วมระดมทุนจากบุคคลทั่วไปอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.81) และเรื่องโอกาสในการจัดหาเงินทุนของธุรกิจ Startup จากกลุ่มนักลงทุนขึ้นอยู่กับเกณฑ์การพิจารณาของกลุ่มนักลงทุนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization)

กลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization)	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
กฎหมาย หรือ นโยบายที่เอื้ออำนวยในการทำธุรกิจ Startup ทำให้มีผู้สนับสนุนกลุ่มธุรกิจ Startup มากขึ้น	27 (20.8)	62 (47.7)	34 (26.2)	6 (4.6)	1 (0.8)	3.83	0.84	มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการจากหน่วยงานสนับสนุนช่วยอำนวยความสะดวกให้ธุรกิจ Startup สามารถดำเนินธุรกิจได้รวดเร็วขึ้น	26 (20.0)	65 (50.0)	35 (26.9)	4 (3.1)	0 (0.0)	3.87	0.76	มาก

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) (ต่อ)

กลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization)	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
จำนวนหน่วยงานที่ให้ความ ช่วยเหลือ ธุรกิจ Startup สามารถทำให้เกิดการ ขยายตัวกลุ่มธุรกิจ Startup	27 (20.8)	59 (45.4)	38 (29.2)	3 (2.3)	3 (2.3)	3.80	0.88	มาก
สมาคมส่งเสริมธุรกิจ Startup มีส่วนร่วมสนับสนุน ในการพัฒนาธุรกิจ	24 (18.5)	56 (43.1)	44 (33.8)	4 (3.1)	2 (1.5)	3.74	0.85	มาก
สมาคมส่งเสริมธุรกิจ Startup ช่วยสร้างเครือข่าย และพันธมิตรให้กับธุรกิจ	25 (19.2)	61 (46.9)	35 (26.9)	6 (4.6)	3 (2.3)	3.76	0.90	มาก
สมาคมส่งเสริมธุรกิจ Startup ช่วยเสริมสร้างความ เข้มแข็งให้กับกลุ่มธุรกิจ Startup	26 (20.0)	57 (43.8)	41 (31.5)	4 (3.1)	2 (1.5)	3.78	0.86	มาก
สถาบันการศึกษาที่ สนับสนุนด้านการศึกษา และพัฒนาบุคลากรในการ ทำธุรกิจ Startup มีส่วนช่วย เสริมสร้างความรู้และ ความสามารถให้กับ บุคลากร	32 (24.6)	59 (45.4)	36 (27.7)	3 (2.3)	0 (0.0)	3.92	0.78	มาก

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) (ต่อ)

กลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization)	ระดับความคิดเห็น					\bar{x}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
สถาบันการศึกษาที่ให้ความช่วยเหลือด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมช่วยให้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ในกลุ่มธุรกิจ Startup	30 (23.1)	65 (50.0)	31 (23.8)	3 (2.3)	1 (0.8)	3.92	0.79	มาก
แหล่งรวมตัวของผู้ประกอบการ Startup ช่วยสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจ	26 (20.0)	62 (47.7)	38 (29.2)	1 (0.8)	3 (2.3)	3.82	0.84	มาก
แหล่งรวมตัวของผู้ประกอบการ Startup ทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน	28 (21.5)	66 (50.8)	33 (25.4)	0 (0.0)	3 (2.3)	3.89	0.82	มาก
แหล่งรวมตัวของผู้ประกอบการ Startup มีการแบ่งปันองค์ความรู้และแนวความคิดกันภายในกลุ่มผู้ประกอบการด้วยกัน	31 (23.8)	59 (45.4)	37 (28.5)	0 (0.0)	1 (0.8)	3.88	0.85	มาก
การจัดกิจกรรมอบรมและพัฒนาความรู้ ทักษะให้ผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอ ช่วยเพิ่มจำนวนบุคลากรให้มีประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ Startup มากขึ้น	37 (28.5)	52 (40.0)	36 (27.7)	4 (3.1)	1 (0.8)	3.92	0.87	มาก

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) (ต่อ)

กลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization)	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
การประชาสัมพันธ์และแจ้ง ข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ สามารถสร้างโอกาสในการ ดำเนิน ธุรกิจ ให้กับ ธุรกิจ Startup	26 (20.0)	58 (44.6)	40 (30.8)	6 (4.6)	0 (0.0)	3.80	0.81	มาก
รวม						3.84	0.55	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องการจัดกิจกรรมอบรมและพัฒนาความรู้ ทักษะให้ผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอช่วยเพิ่มจำนวนบุคคลากรให้มีประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ Startup มากขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.87) รองลงมา คือ เรื่องสถาบันการศึกษาที่ให้ความช่วยเหลือด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมช่วยทำให้เกิดนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ในกลุ่มธุรกิจ Startup อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.79) เรื่องสถาบันการศึกษาที่สนับสนุนด้านการศึกษาและพัฒนาบุคลากรในการทำธุรกิจ Startup มีส่วนช่วยเสริมสร้างความรู้และความสามารถให้กับบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.78) เรื่องแหล่งรวมตัวของผู้ประกอบการ Startup ทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.82) เรื่องแหล่งรวมตัวของผู้ประกอบการ Startup มีการแบ่งปันองค์ความรู้และแนวความคิดกันภายในกลุ่มผู้ประกอบการด้วยกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.85) เรื่องความรวดเร็วในการให้บริการจากหน่วยงานสนับสนุนช่วยอำนวยความสะดวกให้ธุรกิจ Startup สามารถดำเนินธุรกิจได้รวดเร็วขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.76) เรื่องกฎหมายหรือนโยบายที่เอื้ออำนวยในการทำธุรกิจ Startup ทำให้มีผู้สนับสนุนกลุ่มธุรกิจ Startup มากขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.84) เรื่องแหล่งรวมตัวของผู้ประกอบการ Startup ช่วยสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.84) เรื่องจำนวนหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือธุรกิจ Startup สามารถทำให้เกิดการขยายตัวกลุ่มธุรกิจ Startup อยู่ในระดับมาก

(\bar{X} = 3.80, S.D. = 0.88) เรื่องการประชาสัมพันธ์และแจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอสามารถสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจให้กับธุรกิจ Startup อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.80, S.D. = 0.81) เรื่องสมาคมส่งเสริมธุรกิจ Startup ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มธุรกิจ Startup อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.78, S.D. = 0.86) เรื่องสมาคมส่งเสริมธุรกิจ Startup ช่วยสร้างเครือข่ายและพันธมิตรให้กับธุรกิจอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.76, S.D. = 0.90) และเรื่องสมาคมส่งเสริมธุรกิจ Startup มีส่วนร่วมสนับสนุนในการพัฒนาธุรกิจอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.74, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมและแนวคิด ด้านรูปแบบธุรกิจ ด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ ด้านพื้นที่ในการทำงาน ด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด ด้านธุรกิจเริ่มต้น และด้านวงจรชีวิตของธุรกิจโดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งแสดงรายละเอียดตามตารางที่ 16-22 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

การเป็นธุรกิจ Startup	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
วัฒนธรรมและแนวคิด	3.87	0.56	มาก
รูปแบบธุรกิจ	3.88	0.51	มาก
ตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์	3.91	0.49	มาก
พื้นที่ในการทำงาน	3.76	0.57	มาก
ใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด	3.88	0.52	มาก
ธุรกิจเริ่มต้น	3.84	0.56	มาก
วงจรชีวิตของธุรกิจ	3.78	0.60	มาก
รวม	3.84	0.30	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.84, S.D. = 0.30) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.91, S.D. = 0.49) รองลงมา คือ ด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาดอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.88, S.D. = 0.52) ด้านรูปแบบธุรกิจอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.88, S.D. = 0.51) ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.87, S.D. = 0.56) ด้านธุรกิจเริ่มต้นอยู่ในระดับ

มาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.56) ด้านวงจรชีวิตของธุรกิจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.60) และด้านพื้นที่ในการทำงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.57) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวัฒนธรรมและแนวคิด

วัฒนธรรมและแนวคิด	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ธุรกิจ Startup มีรูปแบบการทำธุรกิจที่แปลกใหม่ด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	25 (19.2)	64 (49.2)	37 (28.5)	2 (1.5)	2 (1.5)	3.83	0.81	มาก
ธุรกิจ Startup มีสินค้าและบริการที่แปลกใหม่จากการสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม	23 (17.7)	59 (45.4)	44 (33.8)	2 (1.5)	2 (1.5)	3.76	0.82	มาก
ธุรกิจ Startup ต้องสามารถมองเห็นปัญหาและแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วเพื่อการดำเนินธุรกิจที่ต่อเนื่อง	32 (24.6)	57 (43.8)	41 (31.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.93	0.75	มาก
ธุรกิจ Startup ต้องเรียนรู้วิธีการแก้ปัญหาใหม่ๆ เพราะธุรกิจ Startup ต้องมีการปรับตัวอยู่เสมอ	34 (26.2)	58 (44.6)	38 (29.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.97	0.75	มาก
รวม						3.87	0.56	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องธุรกิจ Startup ต้องเรียนรู้วิธีการแก้ปัญหาใหม่ๆ เพราะธุรกิจ Startup ต้องมีการปรับตัวอยู่เสมออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.75) รองลงมาคือเรื่องธุรกิจ Startup ต้องสามารถมองเห็นปัญหาและ

แก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วเพื่อการดำเนินธุรกิจที่ต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.75) เรื่องธุรกิจ Startup มีรูปแบบการทำธุรกิจที่แปลกใหม่ด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.81) และเรื่องธุรกิจ Startup มีสินค้าและบริการที่แปลกใหม่ จากการสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านรูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ธุรกิจ Startup เป็นธุรกิจที่ ดำเนินการอยู่ภายใต้ความ เสี่ยงและความไม่แน่นอน เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่	27 (20.8)	56 (43.1)	47 (36.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.85	0.74	มาก
สินค้าและบริการของธุรกิจ Startup มีโอกาสทำกำไรสูง จากการสร้างนวัตกรรมด้วย การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ สินค้าและบริการ	32 (24.6)	61 (46.9)	37 (28.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.96	0.73	มาก
ธุรกิจ Startup สามารถเติบโต ได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว เพราะเป็นธุรกิจที่ใช้ เทคโนโลยีในการบริหาร จัดการ การผลิต รวมถึงการ ขาย	24 (18.5)	64 (49.2)	38 (29.2)	4 (3.1)	0 (0.0)	3.83	0.76	มาก
รวม						3.88	0.51	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านรูปแบบธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องสินค้าและบริการของธุรกิจ Startup มีโอกาสทำกำไรสูงจากการสร้างนวัตกรรมด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.73) รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจ Startup เป็น

ธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ภายใต้ความเสี่ยงและความไม่แน่นอนเนื่องจากเป็นธุรกิจที่เกิดใหม่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.74) และเรื่องธุรกิจ Startup สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็วเพราะเป็นธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ การผลิต รวมถึงการขายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์

ตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ธุรกิจมีช่องทางการขายหลายช่องทางเพื่อลดข้อจำกัดด้านพื้นที่	29 (22.3)	56 (43.1)	45 (34.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.88	0.75	มาก
ธุรกิจไม่เน้นการขายผ่านหน้าร้านเพื่อลดข้อจำกัดด้านพื้นที่	35 (26.9)	57 (43.8)	36 (27.7)	0 (0.0)	2 (1.5)	3.95	0.83	มาก
ธุรกิจที่ไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่สามารถหาลูกค้าได้ครอบคลุมหลายพื้นที่	26 (20.0)	62 (47.7)	38 (29.2)	4 (3.1)	0 (0.0)	3.85	0.77	มาก
ธุรกิจที่ไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ทำให้สามารถขายสินค้าและบริการได้อย่างต่อเนื่อง	33 (25.4)	60 (46.2)	37 (28.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.97	0.74	มาก
รวม						3.91	0.49	มาก

จากตารางที่ 19 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องธุรกิจที่ไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ทำให้สามารถขายสินค้าและบริการได้อย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.74) รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจไม่เน้นการขายผ่านหน้าร้านเพื่อลดข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.83) เรื่องธุรกิจมีช่องทางการขายหลายช่องทางเพื่อลดข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.75) และเรื่องธุรกิจที่ไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่สามารถหาลูกค้าได้ครอบคลุมหลายพื้นที่ที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านพื้นที่ในการทำงาน

พื้นที่ในการทำงาน	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
มีการจัดสรรพื้นที่ทำงานและลักษณะการทำงานช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างยืดหยุ่น	30 (23.1)	62 (47.7)	38 (29.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.94	0.72	มาก
การให้พนักงานทำงานนอกสำนักงานช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านอาคารสำนักงาน	23 (17.7)	59 (45.4)	39 (30.0)	5 (3.8)	4 (3.1)	3.71	0.91	มาก
บริการ Co-Working Space ช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านอาคารสำนักงาน	21 (16.2)	60 (46.2)	43 (33.1)	4 (3.1)	2 (1.5)	3.72	0.83	มาก
บริการ Co-Working Space ช่วยให้เกิดการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ด้วยกัน	22 (16.9)	58 (44.6)	40 (30.8)	7 (5.4)	3 (2.3)	3.68	0.90	มาก
รวม						3.76	0.57	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านพื้นที่ในการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องมีการจัดสรรพื้นที่ทำงานและลักษณะการทำงานช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างยืดหยุ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.72) รองลงมา คือ เรื่องบริการ Co-Working Space ช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านอาคารสำนักงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.83) เรื่องการให้พนักงานทำงานนอกสำนักงานช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านอาคารสำนักงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.91) และเรื่องบริการ Co-Working Space ช่วยให้เกิดการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ด้วยกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด

ใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การใช้เทคโนโลยีสามารถช่วยในการพัฒนาสินค้าและบริการได้มากขึ้น	35 (26.9)	55 (42.3)	40 (30.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.96	0.76	มาก
นวัตกรรมของสินค้าและบริการสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	30 (23.1)	61 (46.9)	39 (30.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.93	0.73	มาก
เทคโนโลยีช่วยให้ต้นทุนในการผลิตและการดำเนินงานลดลง	25 (19.2)	56 (43.1)	44 (33.8)	3 (2.3)	2 (1.5)	3.76	0.84	มาก
เทคโนโลยีช่วยให้สามารถลดการใช้ทรัพยากรลงด้วยการผลิตน้อยลงแต่สามารถสร้างรายได้สูงขึ้น	26 (20.0)	63 (48.5)	38 (29.2)	0 (0.0)	3 (2.3)	3.84	0.82	มาก
รวม						3.88	0.52	มาก

จากตารางที่ 21 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องการใช้เทคโนโลยีสามารถช่วยในการพัฒนาสินค้าและบริการได้มากขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.76) รองลงมา คือ เรื่องนวัตกรรมของสินค้าและบริการสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.73) เรื่องเทคโนโลยีช่วยให้สามารถลดการใช้ทรัพยากรลงด้วยการผลิตน้อยลงแต่สามารถสร้างรายได้สูงขึ้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.82) และเรื่องเทคโนโลยีช่วยให้ต้นทุนในการผลิตและการดำเนินงานลดลงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านธุรกิจเริ่มต้น

ธุรกิจเริ่มต้น	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ธุรกิจ Startup มีแผนในระยะ สั้นและปรับเปลี่ยนได้ในแต่ ละช่วงเวลาเพื่อที่จะใช้ในการ หารายได้ในช่วงเวลานั้น ๆ	34 (26.2)	56 (43.1)	40 (30.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.95	0.76	มาก
ธุรกิจสามารถประมาณการ รายได้ได้อย่างชัดเจน ภายใ ความไม่แน่นอนตั้งแต่ระยะ เริ่มต้น	27 (20.8)	58 (44.6)	39 (30.0)	5 (3.8)	1 (0.8)	3.81	0.84	มาก
ธุรกิจสามารถประมาณการ ค่าใช้จ่ายได้อย่างชัดเจน ภายใความไม่แน่นอนตั้งแต่ ระยะเริ่มต้น	31 (23.8)	55 (42.3)	37 (28.5)	4 (3.1)	3 (2.3)	3.82	0.91	มาก
ธุรกิจสามารถประมาณการ แรงงานได้อย่างชัดเจน ภายใ ความไม่แน่นอนตั้งแต่ระยะ เริ่มต้น	24 (18.5)	62 (47.7)	38 (29.2)	4 (3.1)	2 (1.5)	3.78	0.84	มาก
รวม						3.84	0.56	มาก

จากตารางที่ 22 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านธุรกิจเริ่มต้นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเรื่องธุรกิจ Startup มีแผนในระยะสั้นและปรับเปลี่ยนได้ในแต่ละช่วงเวลาเพื่อที่จะใช้ในการหารายได้ในช่วงเวลานั้น ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.76) รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจสามารถประมาณการค่าใช้จ่ายได้อย่างชัดเจน ภายใความไม่แน่นอนตั้งแต่ระยะเริ่มต้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.91) เรื่องธุรกิจสามารถประมาณการรายได้ได้อย่างชัดเจน ภายใความไม่แน่นอนตั้งแต่ระยะเริ่มต้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.84) และเรื่องธุรกิจสามารถประมาณการแรงงาน

ได้อย่างชัดเจน ภายใต้อาการไม่แน่นอนตั้งแต่ระยะเริ่มต้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.84) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวงจรชีวิตของธุรกิจ

วงจรชีวิตของธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ธุรกิจเริ่มเกิดคู่แข่งเมื่อเข้าสู่ปีที่ 3 เนื่องจากมีสินค้าและบริการที่ใกล้เคียงกันเข้ามาแข่งขัน	28 (21.5)	60 (46.2)	38 (29.2)	4 (3.1)	0 (0.0)	3.86	0.79	มาก
ธุรกิจจะมียอดขายน้อยลงเมื่อเข้าสู่ปีที่ 3 เนื่องจากส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง	25 (19.2)	59 (45.4)	39 (30.0)	2 (1.5)	5 (3.8)	3.75	0.92	มาก
ธุรกิจจะมีอัตราการเติบโตน้อยลงเมื่อเข้าสู่ปีที่ 3 เนื่องจากส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง	26 (20.0)	55 (42.3)	40 (30.8)	5 (3.8)	4 (3.1)	3.72	0.93	มาก
รวม						3.78	0.60	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวงจรชีวิตของธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เรื่องธุรกิจเริ่มเกิดคู่แข่งเมื่อเข้าสู่ปีที่ 3 เนื่องจากมีสินค้าและบริการที่ใกล้เคียงกันเข้ามาแข่งขันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.79) รองลงมาคือเรื่องธุรกิจจะมียอดขายน้อยลงเมื่อเข้าสู่ปีที่ 3 เนื่องจากส่วนแบ่งทางการตลาดลดลงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.92) และเรื่องธุรกิจจะมีอัตราการเติบโตน้อยลงเมื่อเข้าสู่ปีที่ 3 เนื่องจากส่วนแบ่งทางการตลาดลดลงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = 0.93) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยลักษณะธุรกิจที่ส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หรือการทดสอบค่า F (F-test) การทดสอบค่า T (T-Test) และการทดสอบความแตกต่างรายคู่ LSD (Least Significant Difference) ได้แก่ ด้านประเภทธุรกิจ ด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ด้านรายได้ธุรกิจต่อปี ด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ด้านพื้นที่ตั้งของธุรกิจ (F-Test) และด้านช่องทางการขายออนไลน์ (T-Test) ซึ่งแสดงรายละเอียดตามตารางที่ 24-30 ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยด้านการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน ได้แก่ ด้านประเภทธุรกิจ ด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ด้านรายได้ธุรกิจต่อปี ด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ด้านพื้นที่ตั้งของธุรกิจ และด้านช่องทางการขายออนไลน์

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

H_0 = ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อการปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup แตกต่างกัน

ตารางที่ 24 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

การเป็นธุรกิจ Startup	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ประเภทธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.832	2	0.916	11.72	0.000**
	ภายในกลุ่ม	9.924	127	0.78		
	รวม	11.756	129			

*มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 และ **มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 24 พบว่าการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า (F-test) ค่า Sig. = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) คือปัจจัยลักษณะธุรกิจ

ด้านประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงต้องทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วย LSD (Least Significant Difference)

ตารางที่ 25 ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วย LSD ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ	ธุรกิจการผลิต	ธุรกิจการค้าปลีกและค้าส่ง	ธุรกิจบริการ
ธุรกิจการผลิต			
ธุรกิจการค้าปลีกและค้าส่ง	0.000**		
ธุรกิจบริการ	0.045*	0.000**	

*มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 และ **มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 25 พบว่าผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วย LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเป็นธุรกิจ Startup แตกต่างกันในระหว่างคู่ธุรกิจการผลิตกับธุรกิจการค้าปลีกและค้าส่งมีค่า 0.000 ระหว่างคู่ธุรกิจการผลิตกับธุรกิจบริการมีค่า 0.045 และระหว่างคู่ธุรกิจการค้าปลีกและค้าส่งกับธุรกิจบริการมีค่า 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

H_0 = ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup แตกต่างกันใน

ตารางที่ 26 ปัจจัยลักษณะของธุรกิจด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

การเป็นธุรกิจ Startup	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	0.76	4	0.19	0.202	0.937
	ภายในกลุ่ม	11.680	125	0.93		
	รวม	11.756	129			

*มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 และ **มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 26 พบว่าการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า (F-test) ค่า Sig. = 0.937 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) คือ ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านรายได้ธุรกิจต่อปีที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

H_0 = ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านรายได้ธุรกิจต่อปีที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านรายได้ธุรกิจต่อปีที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup แตกต่างกัน

ตารางที่ 27 ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านรายได้ธุรกิจต่อปีที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

การเป็นธุรกิจ Startup	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
รายได้ธุรกิจต่อปี	ระหว่างกลุ่ม	0.526	2	0.263	2.973	0.055
	ภายในกลุ่ม	11.230	127	0.88		
	รวม	11.756	129			

*มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 และ **มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 27 พบว่าการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า (F-test) ค่า Sig. = 0.055 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) คือ ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านรายได้ธุรกิจต่อปีที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

H_0 = ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup แตกต่างกัน

ตารางที่ 28 ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

การเป็นธุรกิจ Startup	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
มูลค่าสินทรัพย์ถาวร	ระหว่างกลุ่ม	0.629	3	0.210	2.375	0.073
	ภายในกลุ่ม	11.127	126	0.088		
	รวม	11.756	129			

*มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 และ **มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 28 พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้วยค่า (F-test) ค่า Sig. = 0.073 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) คือปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านพื้นที่ตั้งของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

H_0 = ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านพื้นที่ตั้งของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านพื้นที่ตั้งของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup แตกต่างกัน

ตารางที่ 29 ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านพื้นที่ตั้งของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

การเป็นธุรกิจ Startup	แ ห ล่ ง ค ว า ม แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
พื้นที่ตั้งของธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	0.367	5	0.073	0.800	0.552
	ภายในกลุ่ม	11.388	124	0.092		
	รวม	11.756	129			

*มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 และ **มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 29 พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้วยค่า (F-test) ค่า Sig. = 0.552 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) คือปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านพื้นที่ตั้งของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านช่องทางการขายออนไลน์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

H_0 = ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านช่องทางการขายออนไลน์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านช่องทางการขายออนไลน์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup แตกต่างกัน

ตารางที่ 30 ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านช่องทางการขายออนไลน์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

การเป็นธุรกิจ Startup	1 ช่องทาง		มากกว่า 1 ช่องทาง		T	Sig. (2-tailed)
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ช่องทางการขายออนไลน์	3.80	0.25	3.87	0.33	-1.297	0.197

*มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 และ **มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 30 พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้วยค่าที (T-test) ค่า Sig. = 0.197 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) คือ ปัจจัยลักษณะธุรกิจด้านช่องทางการขายออนไลน์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) และด้านการขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit) ที่สัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวัฒนธรรมและแนวคิด ด้านรูปแบบธุรกิจ ด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ ด้านพื้นที่ในการทำงาน ด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด ด้านธุรกิจเริ่มต้น และด้านวงจรชีวิตของธุรกิจโดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

H_0 = ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

H_1 = ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

ตารางที่ 31 การวิเคราะห์ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ที่สัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

ตัวแปร	ความต้องการ แก้ปัญหา (Problem Solution Fit)	การสร้าง ผลิตภัณฑ์ ต้นแบบเพื่อ ทดสอบตลาด (Product Market Fit)	การขาย การเติบโต ของธุรกิจ (Business Market Fit)	การเตรียม ความพร้อม ของธุรกิจ SMEs
วัฒนธรรมและแนวคิด	0.526** (0.00)	0.512** (0.00)	0.384** (0.00)	0.579** (0.00)
รูปแบบธุรกิจ	0.286** (0.01)	0.300** (0.01)	0.210* (0.017)	0.325** (0.00)
ตลาดไม่ยึดติดกับ ภูมิศาสตร์	0.511** (0.00)	0.383** (0.00)	0.374** (0.00)	0.514** (0.00)
พื้นที่ในการทำงาน	0.025 (0.775)	0.069 (0.437)	0.168 (0.055)	0.102 (0.248)
ใช้เทคโนโลยีอย่างชาญ ฉลาด	0.437** (0.00)	0.396** (0.00)	0.227** (0.010)	0.435** (0.00)
ธุรกิจเริ่มต้น	0.113 (0.202)	0.057 (0.517)	0.116 (0.188)	0.114 (0.196)
วงจรชีวิตของธุรกิจ	-0.32 (0.715)	-0.76 (0.388)	0.008 (0.928)	-0.043 (0.625)
การเป็นธุรกิจ Startup	0.463** (0.00)	0.407** (0.00)	0.374** (0.00)	0.504** (0.00)

*มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 และ **มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 31 พบว่า ในภาพรวมปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ในเชิงบวกอยู่ในระดับปานกลางมีค่า $r = 0.504$ เมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดในเชิงบวกอยู่ในระดับปานกลางมีค่า $r = 0.579$ มีความสัมพันธ์กับด้านรูปแบบธุรกิจเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำมีค่า $r = 0.325$ มีความสัมพันธ์กับด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ในเชิงบวกอยู่ในระดับปานกลางมีค่า $r = 0.514$ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านพื้นที่ในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาดในเชิงบวกอยู่ในระดับปานกลางมีค่า $r = 0.435$ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านธุรกิจเริ่มต้น และไม่มีความสัมพันธ์กับด้านวงจรชีวิตของธุรกิจ

ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำมีค่า $r = 0.463$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดอยู่ในระดับปานกลางมีค่า $r = 0.526$ มีความสัมพันธ์กับด้านรูปแบบธุรกิจอยู่ในระดับต่ำมากมีค่า $r = 0.286$ มีความสัมพันธ์กับตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์อยู่ในระดับปานกลางมีค่า $r = 0.511$ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านพื้นที่การทำงาน มีความสัมพันธ์กับด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาดอยู่ในระดับต่ำมีค่า $r = 0.437$ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านธุรกิจเริ่มต้น และไม่มีความสัมพันธ์กับด้านวงจรชีวิตของธุรกิจ

ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำมีค่า $r = 0.407$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดในเชิงบวกอยู่ในระดับปานกลางมีค่า $r = 0.512$ มีความสัมพันธ์กับด้านรูปแบบธุรกิจเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำมากมีค่า $r = 0.300$ มีความสัมพันธ์กับด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำมีค่า $r = 0.383$ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านพื้นที่ในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาดในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำมีค่า $r = 0.396$ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านธุรกิจเริ่มต้น และไม่มีความสัมพันธ์กับด้านวงจรชีวิตของธุรกิจ

ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านการขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำมีค่า $r = 0.374$

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านการขยายการตลาดของธุรกิจ (Business Market Fit) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำมีค่า $r = 0.384$ มีความสัมพันธ์กับด้านรูปแบบธุรกิจในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำมากมีค่า $r = 0.210$ มีความสัมพันธ์กับด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำมีค่า $r = 0.374$ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านพื้นที่ในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาดในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำมีค่า $r = 0.396$ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านธุรกิจเริ่มต้น ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านวงจรชีวิตของธุรกิจ

ส่วนที่ 7 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านความกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) ด้านกลุ่มนักลงทุน (Investor) และด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) ที่สัมพันธ์กับการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวัฒนธรรมและแนวคิด ด้านรูปแบบธุรกิจ ด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ ด้านพื้นที่ในการทำงาน ด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด ด้านธุรกิจเริ่มต้น และด้านวงจรชีวิตของธุรกิจ โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

H_0 = ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

H_1 = ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

ตารางที่ 32 การวิเคราะห์ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ที่สัมพันธ์กับการเป็นธุรกิจ Startup

ตัวแปร	กลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company)	กลุ่มนักลงทุน (Investor)	กลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization)	ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)
วัฒนธรรมและแนวคิด	0.313** (0.00)	0.214* (0.014)	0.174* (0.48)	0.291** (0.01)
รูปแบบธุรกิจ	0.102 (0.248)	0.129 (0.144)	0.072 (0.417)	0.119 (0.177)
ตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์	0.096 (0.276)	0.138 (0.118)	0.164 (0.062)	0.153 (0.081)
พื้นที่ในการทำงาน	0.045 (0.609)	0.110 (0.214)	0.255** (0.003)	0.152 (0.83)
ใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด	0.074 (0.405)	0.131 (0.138)	0.042 (0.637)	0.094 (0.286)
ธุรกิจเริ่มต้น	-0.024 (0.782)	0.239** (0.006)	0.102 (0.250)	0.095 (0.282)
วงจรชีวิตของธุรกิจ	-0.004 (0.968)	0.186* (0.034)	0.102 (0.250)	0.095 (0.282)
การเป็นธุรกิจ Startup	0.153 (0.083)	0.298** (0.001)	0.300** (0.001)	0.284** (0.001)

*มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.05 และ **มีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 32 พบว่า ในภาพรวมปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำมากมีค่า $r = 0.284$ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำมากมีค่า $r = 0.291$ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านรูปแบบธุรกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านตลาดไม่ยึดติดภูมิศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านเทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด

ความสัมพันธ์กับด้านพื้นที่ในการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านธุรกิจเริ่มต้น และไม่มีความสัมพันธ์กับด้านวงจรชีวิตของธุรกิจ

ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดอยู่ในระดับต่ำมีค่า $r = 0.313$ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านรูปแบบธุรกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านพื้นที่การทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านธุรกิจเริ่มต้น และไม่มีความสัมพันธ์กับด้านวงจรชีวิตของธุรกิจ

ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มนักลงทุน (Investor) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup อยู่ในระดับต่ำมากมีค่า $r = 0.298$ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มนักลงทุน (Investor) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดอยู่ในระดับต่ำมากมีค่า $r = 0.214$ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านรูปแบบธุรกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านพื้นที่การทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด มีความสัมพันธ์กับด้านธุรกิจเริ่มต้นอยู่ในระดับต่ำมากมีค่า $r = 0.239$ และไม่มีความสัมพันธ์กับด้านวงจรชีวิตของธุรกิจ

ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup อยู่ในระดับต่ำมากมีค่า $r = 0.300$ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดอยู่ในระดับต่ำมากมีค่า $r = 0.174$ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านรูปแบบธุรกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ มีความสัมพันธ์กับด้านพื้นที่การทำงานอยู่ในระดับต่ำมากมีค่า $r = 0.255$ ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านธุรกิจเริ่มต้น และไม่มีความสัมพันธ์กับด้านวงจรชีวิตของธุรกิจ

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยกับการเป็นธุรกิจ Startup มีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award ในปี พ.ศ. 2560-2561 จำนวน 130 ตัวอย่าง ได้สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและมีข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะธุรกิจ

จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลส่วนใหญ่ด้านประเภทธุรกิจเป็นธุรกิจการผลิตจำนวน 82 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 63.1 ด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ 2-4 ปี จำนวน 89 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 68.5 ด้านรายได้ธุรกิจต่อปีน้อยกว่า 20 ล้านบาท/ปี จำนวน 109 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 83.9 ด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวรน้อยกว่า 10 ล้านบาท จำนวน 94 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 72.3 ด้านพื้นที่ตั้งของธุรกิจอยู่ในภาคกลาง จำนวน 56 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 43.1 และด้านช่องทางการขายออนไลน์มากกว่า 1 ช่องทาง จำนวน 77 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 59.2

2. ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) มากที่สุด รองลงมาคือด้านความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) และด้านการขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit) มีจำนวนน้อยที่สุดตามลำดับ ซึ่งในแต่ละด้านอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

2.1 ความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในเรื่องธุรกิจ Startup จะต้องสร้างการรับรู้เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงความแตกต่างของสินค้าและบริการมากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจ Startup จะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการใช้นวัตกรรมในสินค้าและบริการ เรื่องบริษัทต้องศึกษาตลาดและกลุ่มลูกค้าก่อนเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสินค้าและบริการ เรื่องธุรกิจ Startup จะต้องมียุทธศาสตร์และสินค้าและบริการที่แปลกใหม่หรือโดดเด่นกว่าสินค้าและบริการที่มีอยู่ทั่วไป และเรื่องบริษัทต้องศึกษาจำนวนความต้องการของกลุ่มลูกค้าก่อนเริ่มผลิตสินค้าและบริการน้อยที่สุดตามลำดับ

2.2 ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในเรื่องการปรับปรุงและแก้ไขสินค้าและบริการเพื่อสร้างนวัตกรรมช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการมากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมสร้างสามารถสร้างผลตอบแทนได้สูง เรื่องการนำเสนอสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอช่วยสร้างการรับรู้ในสินค้าและบริการให้กับลูกค้า เรื่องการวัดผลและการประเมินผลจากสินค้าและบริการจากผู้บริโภคช่วยในการนำไปเป็นแนวทางปรับปรุงและแก้ไขสินค้าและบริการและเรื่องธุรกิจ Startup จะเน้นมุ่งตอบสนองกลุ่มลูกค้าหลักก่อนเพื่อเจาะจงในการสร้างสินค้าและบริการน้อยที่สุดตามลำดับ

2.3 ด้านการขายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นในเรื่องธุรกิจ Startup มีรูปแบบการทำธุรกิจที่ชัดเจนสามารถช่วยในการวางแผนและควบคุมการเติบโตของธุรกิจมากที่สุด รองลงมา คือเรื่องธุรกิจ Startup จำเป็นต้องมีลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจในการสร้างเครือข่ายเพื่อช่วยเหลือในการขายธุรกิจ เรื่องธุรกิจ Startup ของท่าน สามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ตามแผน/โครงการในการผลิต เรื่องธุรกิจ Startup หาช่องทางการขายใหม่ๆ อยู่เสมอเพื่อหารายได้เพิ่มจากการขายสินค้าและบริการที่มีอยู่ เรื่องธุรกิจ Startup ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ การผลิต และการขายช่วยในการขายธุรกิจให้เติบโตอยู่ และเรื่องธุรกิจ Startup มีรูปแบบการทำงานที่ง่ายต่อการบริหารทำให้สามารถขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องน้อยที่สุดตามลำดับ

3. ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นด้านกลุ่มนักลงทุน (Investor) มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) และด้านกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) มีจำนวนน้อยที่สุดตามลำดับ ซึ่งในแต่ละด้านอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

3.1 ด้านกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเรื่องเครือข่ายธุรกิจ Startup มีส่วนช่วยส่งเสริมในการดำเนินธุรกิจมากที่สุด รองลงมาคือเรื่องการช่วยเหลือกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ Startup มีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจ และเรื่องการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ Startup มีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจน้อยที่สุดตามลำดับ

3.2 ด้านกลุ่มนักลงทุน (Investor) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเรื่องอัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมของธนาคารมีผลต่อการตัดสินใจกู้ยืมของธุรกิจ Startup มากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจ Startup ต้องมีอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสมให้กับผู้ร่วมระดมทุน เรื่องอัตราผลตอบแทนที่คาดหวังที่เหมาะสมกับความเสี่ยงของนักลงทุน ทำให้นักลงทุนเกิดความสนใจ เรื่องอัตราภาษีที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ Startup สามารถดึงดูดความสนใจจากนักลงทุน เรื่องธุรกิจ Startup เป็นสิ่งที่น่าสนใจในการร่วมระดมทุนจากบุคคลทั่วไป และเรื่องโอกาสในการจัดหาเงินทุนของธุรกิจ Startup จากกลุ่มนักลงทุนขึ้นอยู่กับเกณฑ์การพิจารณาของกลุ่มนักลงทุนน้อยที่สุด ตามลำดับ

3.3 ด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเรื่องการจัดกิจกรรมอบรมและพัฒนาความรู้ ทักษะให้ผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอช่วยเพิ่มจำนวนบุคคลากรให้มีประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ Startup มากขึ้นมากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องสถาบันการศึกษาที่ให้ความช่วยเหลือด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมช่วยให้เกิดนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ในกลุ่มธุรกิจ Startup เรื่องสถาบันการศึกษาที่สนับสนุนด้านการศึกษาและพัฒนาบุคคลากรในการทำธุรกิจ Startup มีส่วนช่วยเสริมสร้างความรู้และความสามารถให้กับบุคคลากร เรื่องแหล่งรวมตัวของผู้ประกอบการ Startup ทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน เรื่องแหล่งรวมตัวของผู้ประกอบการ Startup มีการแบ่งปันองค์ความรู้และแนวความคิดกันภายในกลุ่มผู้ประกอบการด้วยกัน เรื่องความรวดเร็วในการให้บริการจากหน่วยงานสนับสนุนช่วยอำนวยความสะดวกให้ธุรกิจ Startup สามารถดำเนินธุรกิจได้รวดเร็วขึ้น เรื่องกฎหมายหรือนโยบายที่เอื้ออำนวยในการทำธุรกิจ Startup ทำให้มีผู้สนับสนุนกลุ่มธุรกิจ Startup มากขึ้น เรื่องแหล่งรวมตัวของผู้ประกอบการ Startup ช่วยสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจ เรื่องจำนวนหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือธุรกิจ Startup สามารถทำให้เกิดการขยายตัวกลุ่มธุรกิจ Startup เรื่องการประชาสัมพันธ์และแจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอสามารถสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจให้กับธุรกิจ Startup เรื่องสมาคมส่งเสริมธุรกิจ Startup ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มธุรกิจ Startup เรื่องสมาคมส่งเสริมธุรกิจ Startup ช่วยสร้างเครือข่ายและพันธมิตรให้กับธุรกิจอยู่ในระดับมาก และเรื่องสมาคมส่งเสริมธุรกิจ Startup มีส่วนร่วมสนับสนุนในการพัฒนาธุรกิจน้อยที่สุดตามลำดับ

4. ปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์มากที่สุด รองลงมาคือด้านใช้เทคโนโลยีอย่าง

ชาวนวัตกรรม ด้านรูปแบบธุรกิจ ด้านวัฒนธรรมและแนวคิด ด้านธุรกิจเริ่มต้น ด้านวงจรชีวิตของธุรกิจ และด้านพื้นที่ในการทำงานน้อยที่สุดตามลำดับ ซึ่งในแต่ละด้านอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

4.1 ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเรื่องธุรกิจ Startup ต้องเรียนรู้วิธีการแก้ปัญหาใหม่ ๆ เพราะธุรกิจ Startup ต้องมีการปรับตัวอยู่เสมอมากที่สุด รองลงมาคือเรื่องธุรกิจ Startup ต้องสามารถมองเห็นปัญหาและแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วเพื่อการดำเนินธุรกิจที่ต่อเนื่อง เรื่องธุรกิจ Startup มีรูปแบบการทำธุรกิจที่แปลกใหม่ด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม และเรื่องธุรกิจ Startup มีสินค้าและบริการที่แปลกใหม่จากการสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มน้อยที่สุดตามลำดับ

4.2 ด้านรูปแบบธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเรื่องสินค้าและบริการของธุรกิจ Startup มีโอกาสทำกำไรสูงจากการสร้างนวัตกรรมด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการมากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจ Startup เป็นธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ภายใต้ความเสี่ยงและความไม่แน่นอนเนื่องจากเป็นธุรกิจที่เกิดใหม่ และเรื่องธุรกิจ Startup สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็วเพราะเป็นธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ การผลิต รวมถึงการขายน้อยที่สุดตามลำดับ

4.3 ด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเรื่องธุรกิจที่ไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ที่สามารถขายสินค้าและบริการได้อย่างต่อเนื่องมากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจไม่เน้นการขายผ่านหน้าร้านเพื่อลดข้อจำกัดด้านพื้นที่ เรื่องธุรกิจมีช่องทางการขายหลายช่องทางเพื่อลดข้อจำกัดด้านพื้นที่ และเรื่องธุรกิจที่ไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่สามารถหาลูกค้าได้ครอบคลุมหลายพื้นที่น้อยที่สุดตามลำดับ

4.4 ด้านพื้นที่ในการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเรื่องมีการจัดสรรพื้นที่ทำงานและลักษณะการทำงานช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างยืดหยุ่นมากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องบริการ Co-Working Space ช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านอาคารสำนักงาน เรื่องการให้พนักงานทำงานนอกสำนักงานช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านอาคารสำนักงาน และเรื่องบริการ Co-Working Space ช่วยให้เกิดการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ด้วยกันน้อยที่สุดตามลำดับ

4.5 ด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาวนวัตกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเรื่องการใช้เทคโนโลยีสามารถช่วยในการพัฒนา

สินค้าและบริการ ได้มากที่สุด รองลงมาคือเรื่องนวัตกรรมของสินค้าและบริการสามารถตอบสนอง ได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า เรื่องเทคโนโลยีช่วยให้สามารถลดการใช้ทรัพยากรลงด้วยการ ผลิตน้อยลง แต่สามารถสร้างรายได้สูงขึ้น และเรื่องเทคโนโลยีช่วยให้ต้นทุนในการผลิตและการ ดำเนินงานลดลงน้อยที่สุดตามลำดับ

4.6 ด้านธุรกิจเริ่มต้นในภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเรื่องธุรกิจ Startup มีแผนในระยะสั้นและปรับเปลี่ยนได้ในแต่ละ ช่วงเวลาเพื่อที่จะใช้ในการหารายได้ในช่วงเวลานั้น ๆ มากที่สุด รองลงมาคือเรื่องธุรกิจสามารถ ประมาณการค่าใช้จ่ายได้อย่างชัดเจน ภายใต้งานไม่แน่นอนตั้งแต่ระยะเริ่มต้น เรื่องธุรกิจสามารถ ประมาณการรายได้ได้อย่างชัดเจน ภายใต้งานไม่แน่นอนตั้งแต่ระยะเริ่มต้น และเรื่องธุรกิจ สามารถประมาณการแรงงานได้อย่างชัดเจน ภายใต้งานไม่แน่นอนตั้งแต่ระยะเริ่มต้นน้อยที่สุด ตามลำดับ

4.7 ด้านวงจรชีวิตของธุรกิจในภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเรื่องธุรกิจเริ่มเกิดคู่แข่งเมื่อเข้าสู่ปีที่ 3 เนื่องจากมีสินค้าและ บริการที่ใกล้เคียงกันเข้ามาแข่งขันมากที่สุด รองลงมา คือ เรื่องธุรกิจจะมียอดขายน้อยลงเมื่อเข้าสู่ปี ที่ 3 เนื่องจากส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง และเรื่องธุรกิจจะมีอัตราการเติบโตน้อยลงเมื่อเข้าสู่ปีที่ 3 เนื่องจากส่วนแบ่งทางการตลาดลดลงน้อยที่สุดตามลำดับ

5. การทดสอบสมมติฐานปัจจัยลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน ได้แก่ ด้านประเภทธุรกิจ ด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ด้านรายได้ธุรกิจต่อปี ด้านมูลค่า สินทรัพย์ถาวร ด้านพื้นที่ตั้งของธุรกิจ และด้านช่องทางการขายออนไลน์

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า (F-Test) พบว่า ด้านประเภทธุรกิจ (Sig. = 0.000) ที่ แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup แตกต่างกัน จึงต้องทดสอบความแตกต่างรายคู่ ด้วย LSD (Least Significant Difference) ผลการทดสอบความแตกต่างรายคู่พบว่า ประเภทธุรกิจที่ แตกต่างกันส่งผลต่อการเป็นธุรกิจ Startup แตกต่างกันคือระหว่างคู่ธุรกิจการผลิตกับธุรกิจการค้า ปลีกและค้าส่ง (Sig. = 0.000) ระหว่างคู่ธุรกิจการผลิตกับธุรกิจบริการมีค่า (Sig. = 0.045) และ ระหว่างคู่ธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งกับธุรกิจบริการมีค่า (Sig. = 0.000) แต่ในด้านระยะเวลาการดำเนิน ธุรกิจ (Sig. = 0.0937) ด้านรายได้ธุรกิจต่อปี (Sig. = 0.055) ด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวร (Sig. = 0.073)

ด้านพื้นที่ตั้งธุรกิจ (Sig. = 0.552) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน และผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า (T-Test) พบว่าด้านช่องทางการขายออนไลน์ (Sig. = 0.197) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน

6. การทดสอบสมมติฐานปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

ผลการทดสอบพบว่า ในภาพรวมปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ในเชิงบวกอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดมากที่สุด รองลงมาด้านตลาดไม่ยึดติดภูมิศาสตร์ ด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด และด้านตลาดไม่ยึดติดภูมิศาสตร์น้อยที่สุดตามลำดับ ซึ่งในปัจจัยแต่ละด้านอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

6.1 ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup อยู่ในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup เป็นรายด้านพบว่า ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดมีค่ามากที่สุด รองลงมาด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ ด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด และด้านรูปแบบธุรกิจมีค่าน้อยที่สุดตามลำดับ

6.2 ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup อยู่ในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาการเป็นธุรกิจ Startup เป็นรายด้านพบว่า ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดมีค่ามากที่สุด รองลงมาด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด ด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ และรูปแบบธุรกิจน้อยมีค่าที่สุดตามลำดับ

6.3 ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ด้านการขายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup เป็นรายด้านพบว่า ด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาดมีค่ามากที่สุด รองลงมาด้านวัฒนธรรมและแนวคิด ด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ และรูปแบบธุรกิจน้อยมีค่าที่สุดตามลำดับ

7. การทดสอบสมมติฐานปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

ผลการทดสอบพบว่าปัจจัยพบว่า ในภาพรวมปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดมากที่สุด ซึ่งในปัจจัยแต่ละด้านอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

7.1 ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup เมื่อพิจารณาปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup เป็นรายด้านพบว่า ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดมีค่ามากที่สุด

7.2 ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มนักลงทุน (Investor) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup อยู่ในระดับต่ำมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup เป็นรายด้านพบว่า ด้านธุรกิจเริ่มต้นมีค่ามากที่สุด และด้านวัฒนธรรมและแนวคิดมีค่าน้อยที่สุดตามลำดับ

7.3 ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup อยู่ในระดับต่ำมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup เป็นรายด้านพบว่า ด้านพื้นที่การทำงานมีค่ามากที่สุด และด้านกับวัฒนธรรมและแนวคิดมีค่าน้อยที่สุดตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยกับการเป็นธุรกิจ Startup ในประเทศไทยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะธุรกิจจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award ในปี พ.ศ. 2560-2561 ข้อมูลส่วนใหญ่ในด้านประเภทธุรกิจเป็นธุรกิจการผลิตเพราะว่าธุรกิจ Startup มักจะริเริ่มในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบแปลกใหม่นำมาผลิตด้วยการสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิรญาณ์ เฉลยบุญ (2559) ศึกษาเรื่องการจัดการปัญหาธุรกิจและคุณภาพรายงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออก ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นธุรกิจการผลิต ด้าน

ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจมีระยะเวลาดำเนินการ 2-4 ปี ด้านรายได้ธุรกิจต่อปีมีรายได้ไม่น้อยกว่า 20 ล้านบาท/ปี ด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวรมีมูลค่าของสินทรัพย์ไม่น้อยกว่า 10 ล้านบาท เพราะว่ากลุ่มตัวอย่างธุรกิจ Startup ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระยะแรก ซึ่งเป็นช่วงที่ธุรกิจกำลังขยายการเติบโต ดังนั้นธุรกิจจึงมีรายได้และขนาดของมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่ไม่สูงมาก ซึ่งด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งอรุณ กระจ่างสินธุ์, ระพีพรรณ พิริยะกุล และนภาพร ชันชนภา (2559) ศึกษาเรื่องผลการดำเนินงานของธุรกิจและสมรรถนะของผู้ประกอบการกับขอบข่ายการแข่งขันและศักยภาพองค์กร ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 2-5 ปี ด้านรายได้ธุรกิจต่อปี สอดคล้องงานวิจัยของ วรธรรม ทองรักษ์ (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือของงบการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในมุมมองนักวิเคราะห์หุ้นเชื่อ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 1-50 ล้านบาท และด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวร สอดคล้องกับงานวิจัยของ อโณทัย งามวิชัยกิจ และณัฐศิษฐ์ ใจสอาด (2560) ศึกษาเรื่องการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ภายหลังจากเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวร 1 – 5 ล้านบาท ด้านพื้นที่ตั้งของธุรกิจมีพื้นที่ตั้งอยู่ในภาคกลางอาจเนื่องมาจากจังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางในการทำธุรกิจ Startup ในประเทศโดยมีภาครัฐให้การสนับสนุนในการจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จเพื่อดูแลและอำนวยความสะดวกให้กับเครือข่ายของธุรกิจ Startup ทั้งหมด และยังได้จัดพื้นที่ทำกิจกรรมเพื่อแสดงให้เห็นว่ากรุงเทพมหานครเป็นเมืองแห่ง Startup ที่ดีที่สุดในเอเชีย ซึ่งในปัจจุบันกรุงเทพมหานครเป็นได้ถูกจัดเป็นเมืองที่ดีที่สุดสำหรับธุรกิจ Startup อันดับที่ 1 ในเอเชียและเป็นอันดับที่ 7 ของโลก (ไอ เอ็น เอ็น นิวส์, 2562) และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สุพัตรา คำแหง (2560) ศึกษาเรื่องความสำเร็จในการบริหารการตลาดสมัยใหม่ของผู้ประกอบการใหม่สู่ประเทศไทย 4.0 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครมากที่สุดและในเขตปริมณฑลรองลงมา ในด้านช่องทางการขายออนไลน์มากกว่า 1 ช่องทาง เพราะว่าธุรกิจ Startup เน้นการขายผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก ดังนั้นการมีช่องทางการขายออนไลน์ที่หลากหลายก็ทำให้กลุ่มลูกค้าสามารถเข้าถึงได้มากขึ้น สอดคล้องงานวิจัยของ กฤษติญา มูลศรี (2562) ศึกษาเรื่องนวัตกรรมและการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างดำเนินการตลาดดิจิทัลของธุรกิจช่องทาง Facebook มากที่สุด รองลงมาช่องทาง Line และช่องทาง Website น้อยที่สุด

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award ในปี พ.ศ. 2560-2561 มีระดับความคิดเห็นในส่วน

ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) อยู่ในระดับมาก ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit) อยู่ในระดับมาก และด้านการขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit) อยู่ในระดับมาก เพราะว่าการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs นั้นต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยส่วนใหญ่จะเป็นความต้องการในการแก้ปัญหาที่มีอยู่ทั่วไปหรือในชีวิตประจำวันที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด หลังจากมีแนวคิดในการสร้างผลิตภัณฑ์แล้วจะต้องสร้างต้นแบบเพื่อนำไปทดสอบกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแล้วนำมาวิจัยและพัฒนา เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และเมื่อขายผลิตภัณฑ์ได้แล้วธุรกิจจะต้องขยายให้เติบโตให้ได้มากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิด Stage Of Startup ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2560: 12-13) ได้สรุปไว้ว่าการพัฒนาธุรกิจ Startup ขั้นตอนแรกต้องเริ่มคือช่วงเริ่มต้นต้องสร้างผลิตภัณฑ์ที่จะต้องสามารถแก้ปัญหาบางอย่างของลูกค้าได้ ขั้นที่สองจะต้องสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อนำไปทดสอบตลาดก่อนการขายจริงเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ และขั้นที่สามเมื่อสินค้าติดตลาดธุรกิจจะต้องเร่งการเติบโตทั้งจากการเพิ่มกำลังการผลิต การหารายได้ในรูปแบบใหม่ ๆ ไปจนถึงการหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติม

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award ในปี พ.ศ. 2560-2561 มีระดับความคิดเห็นในส่วนปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) มีระดับความคิดเห็นในส่วนปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นด้านกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) อยู่ในระดับมาก ด้านกลุ่มนักลงทุน (Investor) อยู่ในระดับมาก และด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization) อยู่ในระดับมาก เพราะวาระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยนั้นมีกลุ่มธุรกิจ Startup ที่เป็นศูนย์กลางของระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย ซึ่งมีแนวโน้มที่เติบโตมากขึ้นและยังเป็นแนวทางให้เกิดธุรกิจรายใหม่เพิ่มขึ้น กลุ่มนักลงทุนเป็นกลุ่มที่ช่วยในด้านเงินทุนเพื่อให้ธุรกิจ Startup นำไปใช้ในการขยายธุรกิจ และกลุ่มผู้สนับสนุนที่คอยช่วยเหลือให้กับกลุ่มธุรกิจ Startup ไม่ว่าจะเป็นการออกนโยบายเพื่อสนับสนุนในการทำธุรกิจ การพัฒนาองค์ความรู้ การสร้างเครือข่าย การจัดกิจกรรม ไปจนถึงการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับแนวคิดระบบนิเวศของสตาร์ทอัพไทยของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2560: 14-16) ได้สรุปไว้ว่า Startup Ecosystem คือ สภาพแวดล้อมที่สำคัญซึ่งมีส่วนช่วยให้การทำธุรกิจ Startup ให้มีคุณภาพมากขึ้นเกิดการเชื่อมโยงความสัมพันธ์กัน

เกิดเป็นห่วงโซ่คุณค่าโดยประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) กลุ่มนักลงทุน (Investor) และกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization)

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup จากกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award ในปี พ.ศ. 2560-2561 มีระดับความคิดเห็นในส่วนปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup มีระดับความคิดเห็นในส่วนปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็น ด้านวัฒนธรรมและแนวคิดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านรูปแบบธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านพื้นที่ในการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านธุรกิจเริ่มต้นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และด้านวงจรชีวิตของธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพราะว่าธุรกิจ Startup จะต้องสร้างแนวคิดและวัฒนธรรมองค์กรให้มีการปรับตัวอยู่เสมอเพื่อให้ทันต่อการแก้ปัญหาที่จะเกิดขึ้นเพราะธุรกิจ Startup เป็นธุรกิจเกิดใหม่ทำให้มีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนสูง แต่มีจุดแข็งคือการเติบโตที่รวดเร็ว ธุรกิจ Startup จำเป็นต้องลดข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์เพื่อการขยายธุรกิจที่ต่อเนื่องจึงไม่จำเป็นที่จะต้องมีหน้าร้านจำนวนมากโดยจะใช้การขายผ่านช่องทางออนไลน์ และยังต้องทำให้พื้นที่ในการทำงานสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างยืดหยุ่นและหลากหลายในพื้นที่ที่จำกัด ธุรกิจ Startup มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการพัฒนาความคิดในการสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มที่จะช่วยให้สามารถสร้างอัตราผลตอบแทนที่สูงและธุรกิจ Startup ควรจะมีแผนการทำงานที่ยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์เพราะเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงและยังเป็นธุรกิจที่มีอายุอยู่ที่ประมาณ 3-5 ปีเท่านั้น สอดคล้องกับแนวคิด 7 คุณลักษณะของธุรกิจ Startup ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สำนักงานนวัตกรรม-แห่งชาติ อ้างถึงใน เอ็มจีอาร์ ออนไลน์, 2561) ได้สรุปไว้ว่า ธุรกิจ Startup จะต้องวัฒนธรรมและแนวคิดในการดำเนินงานและแก้ปัญหา รูปแบบธุรกิจที่มีความเสี่ยงและไม่แน่นอนต่อความสำเร็จ ตลาดไม่ยึดติดภูมิศาสตร์ต้องสามารถขยายตลาดได้กว้าง พื้นที่สามารถทำงานได้หลากหลาย ใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาดนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจเริ่มต้นต้องมีแผนการให้เหมาะสมกับสถานการณ์แต่ละช่วง และวงจรชีวิตธุรกิจมีอายุ 3-5 ปี

5. ผลการวิเคราะห์จากการทดสอบสมมติฐาน 3 ข้อ มีดังนี้

5.1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน พบว่าในด้านประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ต่างกัน อาจเกิดจากลักษณะการดำเนินงาน ขั้นตอนการทำงานและรูปแบบในการทำงานของ

ธุรกิจที่ไม่เหมือนกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา สุคันธศิริกุล (2554) ศึกษาเรื่องผลกระทบของธุรกิจแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าประเภทกิจการที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีธุรกิจแห่งนวัตกรรมแตกต่างกัน ด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่าธุรกิจ Startup มีระยะเวลาการดำเนินงานของธุรกิจที่ใกล้เคียงกันและบางธุรกิจ Startup มีวงจรที่ธุรกิจที่สั้นอาจไม่สามารถรับมือกับการแข่งขันได้ทำให้ต้องเลิกกิจการก่อนที่จะประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริญา ตั้งนฤมิตร (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจ SMEs ที่มีอายุกิจการแตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จไม่แตกต่างกัน ด้านรายได้ธุรกิจต่อปีและด้านมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่ารูปแบบธุรกิจของ Startup ส่วนใหญ่จะขาดทุนในช่วงแรกและยังจำเป็นต้องลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ซึ่งรวมถึงมูลค่าของทรัพย์สินด้วยแต่ที่ธุรกิจ Startup ยังสามารถดำเนินการได้เพราะมีผู้สนับสนุนให้เงินทุนในการทำธุรกิจที่หวังจะให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จในอนาคต ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของสุธีรา อะทะวงษา (2557) ศึกษาเรื่องคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจ SMEs ทั้งกลุ่มธุรกิจที่เติบโตและกลุ่มธุรกิจที่ไม่เติบโตจะมีลักษณะของสถานประกอบการในด้านยอดขายและสินทรัพย์รวมแตกต่างกัน ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจของ SMEs แบบดั้งเดิมที่ต้องใช้เงินทุนของตัวเองเป็นหลักในการดำเนินธุรกิจและมีการขยายธุรกิจตามโครงสร้างการเติบโตของธุรกิจ ด้านพื้นที่ตั้งของธุรกิจที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นผลมาจากธุรกิจ Startup ไม่จำเป็นต้องมีทำเลที่ตั้งเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันแต่ทำการตลาดในรูปแบบออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อายุส ยูวรี (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจแบบ Start-up ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกฎหมายแรงงานและภูมิประเทศส่งผลต่อการเริ่มทำธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน และด้านช่องทางการขายออนไลน์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่าแต่ละธุรกิจมีความชำนาญในช่องทางออนไลน์ที่ขายอยู่และสามารถดำเนินธุรกิจได้อยู่แล้วจึงยังไม่มีความต้องการที่จะเปลี่ยนหรือเพิ่มช่องทางการขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาศักดิ์ ข่ายกระโทก, สิริมา บุรณ์กุล และกนกกาญจน์ ศรีสุรินทร์ (2560) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างสั่งซื้อสินค้าในช่องทางออนไลน์จากทั้งช่องทาง Social Media ช่องทาง E-Commerce และช่องทาง Website ของธุรกิจ

5.2 ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ที่สัมพันธ์กับการเป็นธุรกิจ Startup ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ในเชิงบวกอยู่ในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากธุรกิจ Startup เป็นการทำธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เน้นการสร้างสรรค่นวัตกรรมในผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินธุรกิจและต้องลดข้อจำกัดต่าง ๆ ในการทำธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจ SMEs แบบดั้งเดิมที่ขายผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่มีอยู่ตามท้องตลาดและยังมีการเติบโตช้าเมื่อเทียบกับการเป็นธุรกิจ Startup ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว นั่นอาจทำให้ธุรกิจ SMEs ปรับตัวไม่ทัน เพราะต้องพัฒนาในหลายด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยี รวมถึงเงินทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพมาศ ช้วนุกูล, สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ และสมชาย หาญหิรัญ (2560) ศึกษาเรื่องการปฏิรูปนโยบายอุตสาหกรรมในประเทศไทย: สิ่งที่เป็นอยู่กับสิ่งที่ควรจะเป็น ผลการศึกษาพบว่า นโยบายที่ทำให้อุตสาหกรรมสามารถแข่งขันและพึ่งตนเองได้นั้นจะต้องสร้างความได้เปรียบด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยพัฒนาองค์ความรู้ การใช้เทคโนโลยีรวมไปถึงการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างมาตรฐานของผลิตภัณฑ์แล้วนำไปต่อยอดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่อไป

5.3 ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) ที่สัมพันธ์กับการเป็นธุรกิจ Startup ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup ในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำมาก อาจเนื่องมาจากกลุ่มธุรกิจ Startup ยังเป็นที่รู้จักไม่มากในประเทศไทย ด้านกลุ่มผู้สนับสนุนยังมีไม่มากพอทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนรวมไปถึงสถาบันการศึกษาซึ่งมีจำนวนหน่วยงานไม่เพียงพอต่อการเข้าถึงของกลุ่มธุรกิจ Startup และบุคลากรที่มีองค์ความรู้ในการทำธุรกิจ Startup ยังมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับความต้องการของกลุ่มธุรกิจ Startup ด้านนักลงทุนอาจจะยังมองเห็นว่าการทำธุรกิจ Startup เป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงการลงทุนอาจไม่คุ้มเท่ากับผลตอบแทนที่จะได้รับซึ่งจะเห็นได้ว่าถึงแม้ธุรกิจ Startup จะมีแนวโน้มที่เติบโตและแข็งแกร่งขึ้นเรื่อย ๆ แต่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนและมีทรัพยากรที่มากพอจะขยายธุรกิจได้ในวงกว้าง สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิเลิศ ภูริวัชร, สุชาติ ไตรภพสกุล และชาคริต พิษณางกูร (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคม ความเป็นผู้ประกอบการ : กรณีศึกษาประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุนการสร้างสังคมผู้ประกอบการของประเทศไทยมีความพร้อมน้อยที่สุดกับประเทศในกลุ่มเอเชียทั้ง 8 ประเทศ ได้แก่ ประเทศเวียดนาม ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลีใต้และประเทศไต้หวัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการเตรียมความพร้อมการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยที่ส่งผลต่อการเป็นธุรกิจ Startup สามารถใช้เป็นประโยชน์ ในการนำประยุกต์และเป็นแนวทางการทำธุรกิจ Startup เพื่อสร้างกลยุทธ์ในการบริหารจัดการทั้งในด้านการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การสร้างนวัตกรรม การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ การใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพและการขยายการเติบโตของธุรกิจได้ดังนี้

1. ปัจจัยการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs

1.1 ด้านความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit)

จากการศึกษาพบว่า ด้านความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าธุรกิจ Startup ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างผลิตภัณฑ์ด้วยการมองหาสิ่งที่เป็นปัญหา หรือความต้องการของลูกค้าซึ่งเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นทั่วไปในชีวิตประจำวัน ดังนั้นธุรกิจควรศึกษาความต้องการของตลาด โดยมองไปที่สิ่งที่จะสามารถแก้ปัญหาของลูกค้าได้แล้วนำมาเป็นแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์โดยจะต้องสร้างความโดดเด่นให้กับสินค้าและต้องสร้างการรับรู้เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความแตกต่างจากทั้งความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาดและความแตกต่างระหว่างการผลิตที่มีผลิตภัณฑ์และไม่มีผลิตภัณฑ์

1.2 ด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit)

ธุรกิจ Startup ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ธุรกิจจะต้องปรับปรุง แก้ไขและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมเพื่อมูลค่าเพิ่ม ดังนั้นธุรกิจควรศึกษาความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอแล้วนำผลที่ได้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ตรงกับความต้องการควบคู่กับการนำนวัตกรรมเข้ามาช่วยในเรื่องการเพิ่มมูลค่าของสินค้า

1.3 ด้านการขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit)

จากการศึกษาพบว่าด้านการขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าธุรกิจจำเป็นต้องมีแบบแผนการทำธุรกิจที่ชัดเจนเพื่อนำการวางแผนและควบคุมในการขยายธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจควรให้ความสำคัญในการวางแผนขยายตัวของธุรกิจ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การเพิ่มกำลังการผลิต การขยายฐานลูกค้า การหาช่องทางสร้างรายได้รูปแบบใหม่ ไปจนถึงการวางแผนหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติมเพื่อให้พร้อมต่อการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

2. ปัจจัยระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)

2.1 ด้านกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company)

จากการศึกษาพบว่า ด้านกลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด โดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ระหว่างกลุ่มธุรกิจ Startup ด้วยกันมีการช่วยส่งเสริมและสนับสนุนกันภายในกลุ่มแต่อาจเป็นไปได้ว่ากลุ่มธุรกิจ Startup ยังไม่เห็นความสำคัญของผู้ประกอบการด้วยกันจึงทำให้กลุ่มธุรกิจ Startup ยังไม่เติบโตเท่าที่ควร ดังนั้นควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มธุรกิจ Startup ด้วยกัน โดยส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมหรือโครงการเพื่อให้ได้มีการพบปะกัน เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ และสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งการรวมตัวกันของกลุ่ม Startup เป็นการช่วยส่งเสริมสร้างเครือข่ายที่แข็งแกร่งภายในกลุ่มและยังเป็นการดึงดูดผู้ที่สนใจในการทำธุรกิจและผู้ที่จะให้การสนับสนุนธุรกิจ Startup

2.2 ด้านกลุ่มนักลงทุน (Investor)

จากการศึกษาพบว่า ด้านกลุ่มนักลงทุน (Investor) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การดึงดูดจากนักลงทุนนั้นจะต้องมีความเหมาะสมระหว่างความเสี่ยงจากการลงทุนกับผลตอบแทนทางธุรกิจที่นักลงทุนจะได้รับ ดังนั้นธุรกิจควรสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน โดยต้องแสดงให้เห็นถึงแนวทางในการทำธุรกิจที่ชัดเจน มีผลิตภัณฑ์สามารถสร้างผลกำไร และยังมีจำนวนลูกค้าเพียงพอที่จะขยายฐานลูกค้าได้ เพื่อประกอบการตัดสินใจของนักลงทุนในการเปรียบเทียบกับความเสี่ยงจากการลงทุน

2.3 ด้านกลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization)

ธุรกิจ Startup ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ากฎหมายและนโยบายช่วยเป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจ Startup มีสถาบันการศึกษามีส่วนพัฒนาทักษะความรู้และความสามารถ และมีสมาคมธุรกิจ Startup เป็นส่วนช่วยส่งเสริมความแข็งแกร่งให้กับเครือข่ายธุรกิจ Startup ดังนั้นธุรกิจ Startup ควรเข้าร่วมโครงการเพื่อเพิ่มศักยภาพและยังเป็นการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจจากทั้งภาครัฐและเอกชน ควรเข้าร่วมกิจกรรมของสมาคมเพื่อรับฟังข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์หรือปัญหาที่จะเกิดขึ้น และควรมีการรวมตัวกันเพื่อให้มีการแสดงความคิดเห็นและข้อแลกเปลี่ยนทางความคิด

3. ปัจจัยการเป็นธุรกิจ Startup

3.1 ด้านวัฒนธรรมและแนวคิด

ธุรกิจ Startup ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การทำธุรกิจ Startup ต้องมีความคิดที่แปลกใหม่ ด้วยการสร้างสรรค์นวัตกรรมและยังต้องสามารถเรียนรู้วิธีการรับมือสำหรับแก้ปัญหาในรูปแบบ

ใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นอยู่เสมอ ดังนั้นธุรกิจควรมีแนวทางและกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้น เพราะการมีแบบแผนที่ชัดเจนจะช่วยให้ทราบว่าธุรกิจควรจะดำเนินการไปในทิศทางใดเมื่อเกิดปัญหา และยังต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้พนักงานมีความตื่นตัวและปรับตัวอยู่เสมอเพื่อรับมือกับปัญหารูปแบบใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

3.2 ด้านรูปแบบธุรกิจ

ธุรกิจ Startup ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ธุรกิจ Startup เป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงและความไม่แน่นอน โดยจะต้องสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าด้วยการสร้างนวัตกรรมและยังต้องสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นธุรกิจควรสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจ มีความแตกต่างกับที่มีอยู่ในท้องตลาดเพื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในรูปแบบที่แปลกใหม่ และต้องใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำธุรกิจทั้งในด้านการบริหาร การขาย และการผลิต

3.3 ด้านตลาด ไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์

จากการศึกษาพบว่า ด้านตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเพราะโดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าธุรกิจ Startup จะต้องมีการขายหลายช่องทาง ไม่เน้นการขายผ่านหน้าร้าน เพื่อลดข้อจำกัดด้านพื้นที่และการขายที่ต่อเนื่องซึ่งต้องการลดข้อจำกัดทางด้านพื้นที่เป็นอุปสรรคที่ชัดเจนในการขยายธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจจะต้องเน้นการขายผ่านช่องทาง Online ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ในการขายสินค้าและยังสามารถขายสินค้าได้ตลอดเวลาและธุรกิจควรมีการสร้างสำนักงานในพื้นที่ที่จำเป็นเพื่อเป็นสถานที่ติดต่อในการทำธุรกิจและอำนวยความสะดวกในการให้บริการและรองรับการเติบโตของธุรกิจ

3.4 ด้านพื้นที่ในการทำงาน

จากการศึกษาพบว่า ด้านพื้นที่ในการทำงานมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดโดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการทำงานนอกสำนักงาน ช่วยลดค่าใช้จ่ายได้และยังช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้ยืดหยุ่นขึ้น ดังนั้นควรสนับสนุนให้มีการทำงานให้พนักงานทำงานนอกสำนักงานมากขึ้น เพราะพนักงานสามารถทำงานได้ตลอดเวลาและยังเป็นการให้อิสระในการทำงานแก่พนักงาน ซึ่งอาจทำให้มีเวลาในการทำงานได้มากขึ้นลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางของพนักงานและยังเป็นการลดค่าใช้จ่ายให้กับธุรกิจด้วย ส่วนการใช้บริการ CO-Working Space นั้นนอกจากจะช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านอาคารสำนักงานแล้วยังเป็นสถานที่รวมตัวของพนักงานจากหลายๆบริษัทซึ่งอาจทำให้มีโอกาสได้สร้างเครือข่ายธุรกิจจากการได้พบปะกลุ่มคนที่หลากหลาย

3.5 ด้านใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด

ธุรกิจ Startup ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการใช้เทคโนโลยีมีความสำคัญในการช่วยพัฒนา และช่วยสร้างนวัตกรรมให้กับผลิตภัณฑ์ ลดค่าใช้จ่ายและลดทรัพยากรแต่สามารถสร้างรายได้มากขึ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การใช้เทคโนโลยีมีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างมากถือได้ว่าเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ ธุรกิจควรให้ความสำคัญและเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อนำมาพัฒนาต่อยอดให้เหมาะสมกับการใช้งานให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุดทั้งในด้านการบริหาร การผลิต การวิจัยและพัฒนา ไปจนถึงการขาย

3.6 ด้านธุรกิจเริ่มต้น

ธุรกิจ Startup ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการใช้เทคโนโลยี Startup เป็นสิ่งที่เกิดใหม่ ทำให้มีความไม่แน่นอนสูงทั้งในด้านรายได้ ค่าใช้จ่าย ไปจนถึงจำนวนการจ้างงานและยังเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูง ดังนั้นธุรกิจ Startup ควรพิจารณาแผนการดำเนินงานที่ยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนได้ง่าย เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์แต่ละช่วงเพื่อลดความเสี่ยงของธุรกิจที่จะเกิดขึ้น

3.7 ด้านวงจรชีวิตของธุรกิจ

ธุรกิจ Startup ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการใช้เทคโนโลยี Startup ดำเนินไปไ้ระยะหนึ่งจะเกิดคู่แข่งที่เข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด ดังนั้นธุรกิจ Startup ควรมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลาให้ทันกับการแข่งขันทั้งในด้านการเพิ่มหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างช่องทางในการหารายได้รูปแบบใหม่ การขยายกลุ่มลูกค้า รวมทั้งในการจดสิทธิบัตรเพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบจากคู่แข่ง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่องการเตรียมความพร้อมการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และปัจจัยด้านระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยที่ส่งผลต่อการเป็นธุรกิจ Startup มีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะปัจจัยด้านการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs ปัจจัยด้านระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem) และปัจจัยด้านการเป็นธุรกิจ Startup เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับการทำธุรกิจ Startup

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับได้รับรางวัล SMEs Startup Award ในปี พ.ศ. 2560-2561 เท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างอื่น เพื่อ

เพิ่มขอบเขตของตัวอย่างที่หลากหลายในการศึกษาให้มากขึ้น และนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมในการพัฒนาธุรกิจ SMEs ให้เป็นธุรกิจ Startup ต่อไป

3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือถึงแม้จะครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยแต่อาจจะมีข้อมูลบางส่วนที่นอกเหนือจากแบบสอบถาม ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประเด็นในส่วนของปัจจัยสนับสนุนหรือปัจจัยอุปสรรคที่เกิดขึ้นในทางปฏิบัติด้วยการสัมภาษณ์เพื่ออธิบายเหตุและผลให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากขึ้น



รายการอ้างอิง

- Cronbach, L. J. (1951). **Coefficient alpha and the internal structure of tests**. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Hinkle, D. E., William, W., & Stephan G.J. (1998). **Applied Statistics for the Behavior Sciences** 4th ed. New York: Houghton Mifflin.
- Qian Ye. (2018). "New Born Startups Performance: Influences of Resources and Entrepreneurial Team Experience " **International Business Research**, 2, 11: 1-15.
- Tripathi, Nirnaya.et al. (2018). "Insight into Startup Ecosystem through Exploration of Multi-Vocal Literature" **Information and Software Technology** 60,100 (August): 1-24.
- Yamane , T. (1970). **Statistics : An Introductory Analysis**. 2d ed. ToKyo: John Weatherhill, Inc.
- กฎกระทรวงกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2545 (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 119 ตอนที่ 93 ก หน้า 17 วันที่ 20 กันยายน 2545)
- กรมประชาสัมพันธ์. (2559). "จดหมายข่าวรัฐบาลเพื่อประชาชน ปีที่ 2 ฉบับที่ 27 พ.ศ. 2559."
- กรมสรรพากร. (2561). **ลักษณะของ SMEs**. เข้าถึงเมื่อ 6 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.rd.go.th/publish/38056.0.html>
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). "ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ในระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579)" ตุลาคม.
- กฤษฎิญา มูลศรี. (2562). "นวัตกรรมและการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย" **MFU Connexion**, 8,2: 36-62.
- กฤษฎยา มะแอ และกฤษฎณา ผิงใจ. (2561). "ปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย". **วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ** 28, 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม), 143-158.
- กลุ่มประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ สำนักโฆษก. (2561). **ผลการประชุมคณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปเพื่อรองรับการปรับเปลี่ยนตามนโยบาย Thailand 4.0**. เข้าถึงเมื่อ 18 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaigov.go.th/news/contents/details/11859>
- กาญจนา สุคันธศิริกุล. (2554). "ผลกระทบของธุรกิจแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย". (SUT2-205-52-12-78). สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- เขมกร ไชยประสิทธิ์ และ อรพิน สันติธีรารกุล. (2560). "การเปรียบเทียบตัวแบบพัฒนาผู้ประกอบการ

- ระหว่างประเทศไทยกับหมู่เกาะ AZORES ประเทศโปรตุเกส". **ปัญญาวิวัฒน์ 9**, ฉบับพิเศษ (กรกฎาคม): 6-16.
- คณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาทกิจเริ่มต้น (Startup) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2560: 3-4.
- จำลักษณ์ ขุนพลแก้ว. (2558). **ออกแบบคุณค่าอย่างไร ตรงใจลูกค้า**. เข้าถึงเมื่อ 26 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.ftpi.or.th/2015/3325>
- จิรัฐ เจนพิงพร. (2560). **ปัจจุบันและอนาคตของสตาร์ทอัพ: ตอนที่ 1 ระบบนิเวศนำอยู่นั้นสำคัญไฉน**. เข้าถึงเมื่อ 16 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก www.bot.or.th
- ชัยวัฒน์ โบไม้. (2560). "สตาร์ทอัพ: นิยามความสำคัญ และแนวทางการทำวิจัย". **วารสารนักบริหารธุรกิจ 37, 2** (กรกฎาคม-ธันวาคม): 10-21.
- ณัฐพงษ์ หุมแสง. (2547). **นิยาม SMEs**. เข้าถึงเมื่อ 16 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.nectec.or.th/schoolnet/library/create-web/10000/technology/10000-13119.html>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2560). **Set Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ**. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2561). **Startup Ecosystem**. เข้าถึงเมื่อ 18 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://new.set.or.th/>
- ธนาคารกรุงเทพ. (2559). **รู้จักกับ Thailand 4.0 แบบเข้าใจง่าย อ่านรอบเดียว เล่าได้เป็นห้องเป็นฉาก!!!!**. เข้าถึงเมื่อ 23 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbanksme.com/article/10053>
- ธนาคารกรุงไทย. (2560). "สารวิจัยธุรกิจ ฉบับที่ 21 มีนาคม 2560" มีนาคม.
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2561). **Startup และ SME สองอย่างนี้ต่างกันอย่างไร**. เข้าถึงเมื่อ 18 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.krungsri.com/bank/th/plearn-plearn/the-differences-between-startup-and-sme.html>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). **เกณฑ์การแบ่ง SMEs**. เข้าถึงเมื่อ 21 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.bot.or.th/Thai/Segmentation/Business/Pages/SMEs.aspx>
- ชนาคคีร์ ข่ายกระโทก, สิริมา บุรณ์กุศล และกนกกาญจน์ ศรีสุรินทร์. (2560). "เรื่องพฤติกรรมกรเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี". การประชุมและการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 2, 1189-1200.
- ธรณิศวรร สุขสวัสดิ์. (2559). "สตาร์ทอัพเซ็นเตอร์ รัชดาภิเษก". **วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตร์** บัณฑิต สถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- นพมาศ ช่วยกุล, สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ และสมชาย หาญหิรัญ. (2557). การปฏิรูปนโยบาย
อุตสาหกรรมในประเทศไทย : สิ่งที่เป็นอยู่กับสิ่งที่ควรจะเป็น. วารสารบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 8,3 (กันยายน-ธันวาคม): 181-199.
- ปภาภรณ์ ชุนหัชชาชัย. (2561). **Thailand Only** การกำหนดระบบนิเวศสำหรับ “Startup” ที่มีความ
ต่าง. เข้าถึงเมื่อ 23 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.prachachat.net/columns/news-193793>
- ประสพชัย พสุนนท์. (2553). สถิติธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: ท้อป.
- พิรญาณ์ เฉลยบุญ. (2559). “การจัดการปัญหาธุรกิจและคุณภาพรายงานทางการเงิน ของธุรกิจ SMEs
ในเขตภาคตะวันออก”. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชีบริหาร มหาวิทยาลัย
บูรพา.
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ประยุกต์. (2557). “ยุทธศาสตร์การดำเนินงานเพื่อเข้าสู่
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของกระทรวงอุตสาหกรรมและสำนักงานปลัดกระทรวง
อุตสาหกรรม พ.ศ.2557-2561” ธันวาคม.
- มันนี่ฮับ. (2559). **ธุรกิจ Start UP คืออะไรทำไมถึงมาแรงในยุคนี้**. เข้าถึงเมื่อ 16 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก
<https://moneyhub.in.th/article/what-exactly-is-a-startup/>
- รุ่งโรจน์ สงสระบุญ. (2558). “**Startup คืออะไร... และแตกต่างจาก SME อย่างไร?**” เข้าถึงเมื่อ 16
ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://ba.siam.edu/wp-content/uploads/2017/05/Startup.pdf>
- รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์, ระพีพรรณ พิริยะกุล และนภาพร ชันชนภา. (2559). "ผลการดำเนินงานของ
ธุรกิจและสมรรถนะของผู้ประกอบการกับขอบข่ายการแข่งขันและศักยภาพองค์กร". วารสาร
เกษมบัณฑิต 17(1), 1-21.
- วรรณมน ทองรักษ์. (2554). "ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือของงบการเงินของธุรกิจขนาด
กลางและขนาดย่อม (SMEs) ในมุมมองนักวิเคราะห์สินเชื่อ". การศึกษาด้วยตนเอง ปริญญา
บัญชีมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิเลิศ ภูริวัชร, สุชาติ ไตรภพสกุล และชากริต พิษญาญกูร. (2559). “ปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อ
การสร้างสังคม ความเป็นผู้ประกอบการ : กรณีศึกษาประเทศไทย” **สุทธิปริทัศน์**, 30,95
(กรกฎาคม-กันยายน): 89-102.
- วิไล พึ่งผล และนรินทร์ สังข์รักษา. (2561). “ถอดรหัสการประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของไทยยุค
4.0”. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี 12,3 (กันยายน-ธันวาคม): 329-348.
- ศิริญา ตันนภูมิตร. (2558). "ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขต
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์". วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
ศิลปากร.

สมาร์ท เอสเอ็มอี. (2560). **สตาร์ทอัพ 101: SME ต่างจาก STARTUP อย่างไร?** เข้าถึงเมื่อ 18 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.smartsme.co.th/content/74372>

สมาร์ท เอสเอ็มอี. (2561). **14 หน่วยงาน ส่งเสริม สนับสนุน SMES เพื่อพัฒนาธุรกิจ.** เข้าถึงเมื่อ 18 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.smartsme.co.th/content/89350>

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2559). “Startup” ส่งเสริมการลงทุน 27,11 (พฤศจิกายน): 8-9.

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2561). “Thailand toward Startup Nation” 24 ตุลาคม.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2559). **แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564).** ตุลาคม.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). **คู่มือเกณฑ์พิจารณา.** เข้าถึงเมื่อ 16 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <http://smesnationalawards.com/>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). **นิยาม SMEs.** เข้าถึงเมื่อ 16 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.sme.go.th/th/cms-detail.php?modulekey=332&id=1334>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561). “กิจกรรมจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (Knowledge Center) ปีงบประมาณ 2561”

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561). **สุดยอดเพชรน้ำดี SME ไทย.** เข้าถึงเมื่อ 18 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <http://smesnationalawards.com/?cat=4>

สุธีรา อะทะวงษา. (2557). “คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ ไทย” **สุทธิปริทัศน์** 28,85 (มกราคม-มีนาคม): 61-79.

สุพนตร แสนเสนา, ธิดาทิพย์ บุตรแสง และกุลยา พัฒนากุล. (2561). **ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ Startup The Critical Factors to Success of Startup Business.** คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุพัตรา คำแหง. (2560). **ความสำเร็จในการบริหารการตลาดสมัยใหม่ของผู้ประกอบการใหม่สู่ประเทศไทย 4.0.** คุชฎินิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจคุชฎินิพนธ์ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยสยาม.

อโณทัย งามวิชัยกิจ และณัฐศิษฐ์ ใจสอาด. (2560). “การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ภายหลังจากเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)”. การประชุมวิชาการระดับชาติ “มศว วิจัย” ครั้งที่ 10, 317-325.

อายุส ยูวี. (2560). "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจแบบ Start-up". วิทยานิพนธ์ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอ็มจีอาร์ ออนไลน์. (2561). 7 คุณลักษณะของ START UP. เข้าถึงเมื่อ 15 ตุลาคม 2561. เข้าถึงได้จาก
<https://mgronline.com/smes/detail/9590000057757>

ไอ เอ็น เอ็น นิวส์. (2562). อว. เปิดม่าน!! งาน Startup Thailand 2019 นำไทยสู่การเป็น “ชาติสตาร์ท
อัพ”. เข้าถึงเมื่อ 28 กันยายน. เข้าถึงได้จาก [https://www.innnews.co.th/pr-
marketing/news_449615/](https://www.innnews.co.th/pr-marketing/news_449615/)









ที่ อว 8606 (พบ) / พิเศษ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

๕ พฤศจิกายน 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน

ด้วย นายคันทรการ ตั้งบริบูรณ์สุข รหัสประจำตัว 60602307 นักศึกษาระดับปริญญา
มหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำ
วิทยานิพนธ์ เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และระบบนิเวศที่
เอื้ออำนวยต่อการเป็นธุรกิจ Startup ในประเทศไทย" มีความประสงค์ จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลกับ
พนักงานระดับผู้จัดการขึ้นไป เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ
อนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา สถานที่
ในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นายคันทรการ
ตั้งบริบูรณ์สุข หมายเลขโทรศัพท์ 086 445 8141 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อิทธิมาศ มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง: ความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยต่อการเป็นธุรกิจ Startup

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs และระบบนิเวศที่เอื้ออำนวยต่อการเป็นธุรกิจ Startup ในประเทศไทย" จากกลุ่มธุรกิจที่ได้รับรางวัล SMEs Startup Award ในปี พ.ศ. 2560-2561

โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1: ลักษณะธุรกิจ
- ส่วนที่ 2: การเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs
- ส่วนที่ 3: ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)
- ส่วนที่ 4: การเป็นธุรกิจ Startup

ในการนี้ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้ด้วย

แบบสอบถาม

ส่วนของผู้ให้ข้อมูล

- ผู้บริหารชั้นต้น/ผู้บริหารชั้นกลาง
- ผู้บริหารระดับสูง
- ผู้ถือหุ้น/เจ้าของกิจการ

ระยะเวลาในการทำงานในบริษัท _____ ปี _____ เดือน

ส่วนที่ 1 ลักษณะธุรกิจ

1. ชื่อบริษัท (ใช้เพื่อสำรวจข้อมูลเท่านั้น โดยข้อมูลจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ)

2. ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ

- น้อยกว่า 2 ปี 2-4 ปี 4-6 ปี 6-8 ปี มากกว่า 8 ปี

3. รายได้ต่อปีของบริษัท

- น้อยกว่า 20 ล้านบาท/ปี 21-40 ล้านบาท/ปี
- 41-60 ล้านบาท/ปี 61-80 ล้านบาท/ปี
- 81-100 ล้านบาท/ปี มากกว่า 101 ล้านบาท/ปี

4.ประเภทธุรกิจ

ธุรกิจการผลิต ธุรกิจค้าปลีก/ค้าส่ง ธุรกิจบริการ

5.มูลค่าสินทรัพย์ถาวร

น้อยกว่า 10 ล้านบาท 11 – 20 ล้านบาท

21-30 ล้านบาท 31-40 ล้านบาท

มากกว่า 41 ล้านบาท

6. ช่องทางการขายออนไลน์ (เรียงลำดับช่องทางที่ใช้มากที่สุด)

_____ Website ของบริษัท

_____ Social Media เช่น Facebook, Line, Instagram

_____ E-Market เช่น Lazada, Shopee, InwShop, Kaidee

_____ Application ของบริษัท

_____ อื่น ๆ (ระบุ) _____

7.พื้นที่ตั้งของบริษัท จังหวัด _____

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย (X) ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

ระดับความคิดเห็น (5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด)

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs					
การเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ความต้องการแก้ปัญหา (Problem Solution Fit)					
บริษัทต้องศึกษาตลาดและกลุ่มลูกค้าก่อนเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสินค้าและบริการ					
บริษัทต้องศึกษาจำนวนความต้องการของกลุ่มลูกค้าก่อนเริ่มผลิตสินค้าและบริการ					
ธุรกิจ Startup จะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการใช้นวัตกรรมในสินค้าและบริการ					
ธุรกิจ Startup จะต้องมียุทธศาสตร์และสินค้าและบริการที่แปลกใหม่หรือโดดเด่นกว่าสินค้าและบริการที่มีอยู่ทั่วไป					
ธุรกิจ Startup จะต้องสร้างการรับรู้เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงความแตกต่างของสินค้าและบริการ					
การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อทดสอบตลาด (Product Market Fit)					
การนำเสนอสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอช่วยสร้างการรับรู้ในสินค้าและบริการให้กับลูกค้า					
การวัดผลและการประเมินผลจากสินค้าและบริการจากผู้บริโภคช่วยในการนำไปเป็นแนวทางปรับปรุงและแก้ไขสินค้าและบริการ					
ธุรกิจ Startup จะเน้นมุ่งตอบสนองกลุ่มลูกค้าหลักก่อนเพื่อเจาะจงในการสร้างสินค้าและบริการ					
การปรับปรุงและแก้ไขสินค้าและบริการเพื่อสร้างนวัตกรรมช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ					
สินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมสร้างสามารถสร้างผลตอบแทนได้สูง					

ส่วนที่ 2 การเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs					
การเตรียมความพร้อมของธุรกิจ SMEs	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1

การขยายการเติบโตของธุรกิจ (Business Market Fit)

ธุรกิจ Startup มีรูปแบบการทำธุรกิจที่ชัดเจนสามารถช่วยในการวางแผนและควบคุมการเติบโตของธุรกิจ					
ธุรกิจ Startup มีรูปแบบการทำงานที่ง่ายต่อการบริหารทำให้สามารถขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง					
ธุรกิจ Startup ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ การผลิต และการขายช่วยในการขยายธุรกิจให้เติบโต					
ธุรกิจ Startup หาช่องทางการขายใหม่ๆ อยู่เสมอเพื่อหารายได้เพิ่มจากการขายสินค้าและบริการที่มีอยู่					
ธุรกิจ Startup จำเป็นต้องมีคู่ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจในการสร้างเครือข่ายเพื่อช่วยเหลือในการขยายธุรกิจ					
ธุรกิจ Startup ของท่าน สามารถจัดหาแหล่งเงินทุนได้ตามแผน/โครงการในการผลิต					

ส่วนที่ 3 ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย (X) ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

ระดับความคิดเห็น (5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด)

ส่วนที่ 3 ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)					
ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1

กลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company)

เครือข่ายธุรกิจ Startup มีส่วนช่วยส่งเสริมในการดำเนินธุรกิจ					
การช่วยเหลือกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ Startup มีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจ					

ส่วนที่ 3 ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)					
ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
กลุ่มธุรกิจ Startup (Startup Company)					
การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ Startup มีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจ					
กลุ่มนักลงทุน (Investor)					
โอกาสในการจัดหาเงินทุนของธุรกิจ Startup จากกลุ่มนักลงทุนขึ้นอยู่กับเกณฑ์การพิจารณาของกลุ่มนักลงทุน					
อัตราภาษีที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจ Startup สามารถดึงดูดความสนใจจากนักลงทุน					
อัตราผลตอบแทนที่คาดหวังที่เหมาะสมกับความเสี่ยงของนักลงทุนทำให้นักลงทุนเกิดความสนใจ					
อัตราดอกเบี้ยให้กู้ยืมของธนาคารมีผลต่อการตัดสินใจกู้ยืมของธุรกิจ Startup					
ธุรกิจ Startup เป็นสิ่งที่น่าสนใจในการร่วมระดมทุนจากบุคคลทั่วไป					
ธุรกิจ Startup ต้องมีอัตราผลตอบแทนที่เหมาะสมให้กับผู้ร่วมระดมทุน					
กลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization)					
กฎหมายหรือนโยบายที่เอื้ออำนวยในการทำธุรกิจ Startup ทำให้มีผู้สนับสนุนกลุ่มธุรกิจ Startup มากขึ้น					
ความรวดเร็วในการให้บริการจากหน่วยงานสนับสนุนช่วยอำนวยความสะดวกให้ธุรกิจ Startup สามารถดำเนินธุรกิจได้รวดเร็วขึ้น					
จำนวนหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือธุรกิจ Startup สามารถทำให้เกิดการขยายตัวกลุ่มธุรกิจ Startup					
สมาคมส่งเสริมธุรกิจ Startup มีส่วนร่วมสนับสนุนในการพัฒนาธุรกิจ					
สมาคมส่งเสริมธุรกิจ Startup ช่วยสร้างเครือข่ายและพันธมิตรให้กับธุรกิจ					
สมาคมส่งเสริมธุรกิจ Startup ช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มธุรกิจ Startup					

ส่วนที่ 3 ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)					
ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย (Ecosystem)	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1

กลุ่มผู้สนับสนุน (Supporting Organization)

สถาบันการศึกษาที่สนับสนุนด้านการศึกษาและพัฒนาบุคลากรในการทำธุรกิจ Startup มีส่วนช่วยเสริมสร้างความรู้และความสามารถให้กับบุคลากร					
สถาบันการศึกษาที่ให้ความช่วยเหลือด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ช่วยให้เกิดนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ในกลุ่มธุรกิจ Startup					
แหล่งรวมตัวของผู้ประกอบการ Startup ช่วยสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจ					
แหล่งรวมตัวของผู้ประกอบการ Startup ทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน					
แหล่งรวมตัวของผู้ประกอบการ Startup มีการแบ่งปันองค์ความรู้และแนวความคิดกันภายในกลุ่มผู้ประกอบการด้วยกัน					
การจัดกิจกรรมอบรมและพัฒนาความรู้ ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอช่วยเพิ่มจำนวนบุคลากรให้มีประสิทธิภาพในการทำธุรกิจ Startup มากขึ้น					
การประชาสัมพันธ์และแจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอสามารถสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจให้กับธุรกิจ Startup					

ส่วนที่ 4 การเป็นธุรกิจ Startup

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย (X) ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

ระดับความคิดเห็น (5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด)

ส่วนที่ 4 องค์ประกอบของธุรกิจ Startup					
การเป็นธุรกิจ Startup	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1

วัฒนธรรมและแนวคิด

ธุรกิจ Startup มีรูปแบบการทำธุรกิจที่แปลกใหม่ด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม					
ธุรกิจ Startup มีสินค้าและบริการที่แปลกใหม่จากการสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม					
ธุรกิจ Startup ต้องสามารถมองเห็นปัญหาและแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วเพื่อการดำเนินธุรกิจที่ต่อเนื่อง					
ธุรกิจ Startup ต้องเรียนรู้วิธีการแก้ปัญหาใหม่ๆ เพราะธุรกิจ Startup ต้องมีการปรับตัวอยู่เสมอ					

รูปแบบธุรกิจ

ธุรกิจ Startup เป็นธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ภายใต้ความเสี่ยงและความไม่แน่นอนเนื่องจากเป็นธุรกิจที่เกิดใหม่					
สินค้าและบริการของธุรกิจ Startup มีโอกาสทำกำไรสูงจากการสร้างนวัตกรรมด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ					
ธุรกิจ Startup สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็วเพราะเป็นธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ การผลิต รวมถึงการขาย					

ตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์

ธุรกิจมีช่องทางการขายหลายช่องทางเพื่อลดข้อจำกัดด้านพื้นที่					
ธุรกิจไม่เน้นการขายผ่านหน้าร้านเพื่อลดข้อจำกัดด้านพื้นที่					
ธุรกิจที่ไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่สามารถหาลูกค้าได้ครอบคลุมหลายพื้นที่					
ธุรกิจที่ไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ทำให้สามารถขายสินค้าและบริการได้อย่างต่อเนื่อง					

พื้นที่ในการทำงาน

มีการจัดสรรพื้นที่ทำงานและลักษณะการทำงานช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างยืดหยุ่น					
---	--	--	--	--	--

ส่วนที่ 4 องค์ประกอบของธุรกิจ Startup					
การเป็นธุรกิจ Startup	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
พื้นที่ในการทำงาน					
การให้พนักงานทำงานนอกสำนักงานช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านอาคารสำนักงาน					
บริการ Co-Working Space ช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านอาคารสำนักงาน					
บริการ Co-Working Space ช่วยให้เกิดการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ด้วยกัน					
ใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด					
การใช้เทคโนโลยีสามารถช่วยในการพัฒนาสินค้าและบริการได้มากขึ้น					
นวัตกรรมของสินค้าและบริการสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า					
เทคโนโลยีช่วยให้ต้นทุนในการผลิตและการดำเนินงานลดลง					
เทคโนโลยีช่วยให้สามารถลดการใช้ทรัพยากรลงด้วยการผลิตน้อยลงแต่สามารถสร้างรายได้สูงขึ้น					
ธุรกิจเริ่มต้น					
ธุรกิจ Startup มีแผนในระยะสั้นและปรับเปลี่ยนได้ในแต่ละช่วงเวลา เพื่อที่จะใช้ในการหารายได้ในช่วงเวลานั้น ๆ					
ธุรกิจสามารถประมาณการรายได้ได้อย่างชัดเจน ภายใต้อความไม่แน่นอนตั้งแต่ระยะเริ่มต้น					
ธุรกิจสามารถประมาณการค่าใช้จ่ายได้อย่างชัดเจน ภายใต้อความไม่แน่นอนตั้งแต่ระยะเริ่มต้น					
ธุรกิจสามารถประมาณการแรงงานได้อย่างชัดเจน ภายใต้อความไม่แน่นอนตั้งแต่ระยะเริ่มต้น					
วงจรชีวิตของธุรกิจ					
ธุรกิจเริ่มเกิดคู่แข่งเมื่อเข้าสู่ปีที่ 3 เนื่องจากมีสินค้าและบริการที่ใกล้เคียงกันเข้ามาแข่งขัน					

ส่วนที่ 4 องค์ประกอบของธุรกิจ Startup					
การเป็นธุรกิจ Startup					ระดับความคิดเห็น
5	4	3	2	1	

วงจรชีวิตของธุรกิจ

ธุรกิจจะมียอดขายน้อยลงเมื่อเข้าสู่ปีที่ 3 เนื่องจากส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง					
ธุรกิจจะมีอัตราการเติบโตน้อยลงเมื่อเข้าสู่ปีที่ 3 เนื่องจากส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง					



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายต้นตระการ ตั้งบริบูรณ์สุข
วัน เดือน ปี เกิด	14 พฤศจิกายน 2536
สถานที่เกิด	สุพรรณบุรี
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร ศึกษาต่อปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	241 หมู่ 5 ตำบลสนามชัย อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี 72000

