



อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

อดิเทพ ครุฑธามาศ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

พ.ศ. 2566



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv : 08062566 13:25:32 / seq : 24



57B73170106_146230796



CAUSAL INFLUENCES AFFECTING THE OPERATIONS OF
THE DIGITAL STARTUP INDUSTRY IN THAILAND

ADITHEP KHRUTTHAMAT

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF DOCTOR OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION
GRADUATE SCHOOL
VALAYA ALONGKORN RAJABHAT UNIVERSITY
UNDER THE ROYAL PATRONAGE
PATHUM THANI PROVINCE

2023



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv : 08062566 13:25:32 / seq : 24

ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ อธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ
ในประเทศไทย
ชื่อนักศึกษา อติเทพ ครุฑธามาศ
รหัสประจำตัว 57B73170106
ปริญญา บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธาน ประธาน (ผู้ทรงคุณวุฒิ)
(อาจารย์ ดร.ภัทรพล ชุ่มมี) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย)

..... กรรมการ กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาคริต ศรีทอง) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาคริต ศรีทอง)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ปรีชา คำมาดี)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล)

..... กรรมการและเลขานุการ
(อาจารย์ ดร.ภัทรพล ชุ่มมี)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด)

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.กันต์ฤทัย คลังพหล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 21 เดือน เมษายน พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี

อดิเทพ ครุฑธามาต. (2566). อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย. บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). อาจารย์ที่ปรึกษา : อ. ดร.ภัทรพล ชุ่มมี ผศ. ดร.ชาคริต ศรีทอง

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย 2) ศึกษาความสัมพันธ์อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย และ 3) เสนอรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย โดยการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ด้วยแบบสอบถามกับผู้ประกอบการ จำนวน 300 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง และวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการ ตัวแทน ผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีประสบการณ์ หรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ จำนวน 9 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย แบ่งเป็น 4 องค์ประกอบ 15 ปัจจัย ได้แก่ (1) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย การทำงานเชิงรุก การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ ความกล้าเสี่ยง การมีอิสระในการปฏิบัติงาน และความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน (2) การมุ่งเน้นตลาด ประกอบด้วย การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการประสานงานภายในองค์กร (3) ความสามารถทางนวัตกรรม ประกอบด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมทางการบริหาร และ (4) ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา 2) โมเดลอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่า $\chi^2 = 81.23$, $df = 66$, $p\text{-value} = .09$, $/df = 1.23$, $GFI = .97$, $AGFI = .94$, $NFI = .98$, $CFI = 1.00$, $IFI = 1.00$, $RFI = .97$, $RMSEA = .02$, $RMR = .01$ และ 3) รูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน ประกอบด้วยการพัฒนาผู้ประกอบการให้มีทักษะการตอบโต้คู่แข่งด้วยความแข็งแกร่ง พัฒนาทักษะการบริหารการสื่อสารระหว่างบุคคลและหน่วยงาน เน้นให้เกิดการประสานงานระหว่างกัน ทั้งนี้ ผู้ประกอบการต้องมีความยืดหยุ่นในการบริหารงาน โดยให้ความสำคัญที่เป้าหมายของงานเป็นสำคัญ

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพต้องลดความเสี่ยงลงด้วยการบริหารองค์กรอย่างรอบคอบ ผ่านการทำงานเป็นทีม เพื่อให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจสูงขึ้น

คำสำคัญ: ความเป็นผู้ประกอบการ, การมุ่งเน้นตลาด, ความสามารถทางนวัตกรรม, ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

GRAD VRU

Adithep Khрутthamat. (2023). Causal Influences Affecting the Operations of the Digital Startup Industry in Thailand. Doctor of Business Administration (Business Administration). Advisors: Dr.Pattarapon Chummee, Asst. Prof. Dr.Charcrit Sritong

ABSTRACT

The purposes of this mixed-method research were to 1) study the components of entrepreneurial orientation, market orientation, innovation capability, and performance of the digital startup industry in Thailand, 2) study the causal relationship that influenced the performance of the digital startup industry in Thailand, and 3) propose a causal relationship model that had an effect on influenced the performance of the digital startup industry in Thailand. Quantitative research was employed to examine the causal relationships and outcomes through a questionnaire distributed to 300 entrepreneurs using a stratified random sampling method. The statistics used to test the hypotheses included factor analysis and structural equation model analysis. Qualitative research was conducted through in-depth interviews with nine representatives, managers, experts, experienced individuals, or specialists in the digital startup industry.

Verify a model's influence of entrepreneurship, market focus, innovation capability, and performance for the digital startup industry in Thailand, and 3) suggest a model's influent of entrepreneurship, market focus, innovation capability and, performance for the digital startup industry in Thailand. By using the quantitative research for verifying causal relationship via a questionnaire with 300 entrepreneurs. The random sampling according to the ratio of each province. A statistic to hypothesis testing are exploratory factor analysis and, structural equation modeling. The qualitative research using in-depth interview with 9 entrepreneurs and, representative of executives, experts or experienced in the digital startup industry.

The research results revealed that 1) the causal factors affecting the performance of the digital startup industry in Thailand can be divided into four components and 15 factors, including (1) entrepreneurial focus, which consists of proactive work, creative innovation, risk-taking, autonomy in work, and competitive resilience; (2) market orientation, which comprised customer focus, competitor focus, and internal coordination within the organization; (3) innovation capabilities, which included product innovation, process innovation, and management innovation; and (4) performance outcomes of the digital startup industry, which consisted of financial, customer, internal process, and learning and development aspects. 2) The causal model of factors affecting the performance of the digital startup industry in Thailand was consistent with empirical data, as determined by values: $\chi^2 = 81.23$, $df = 66$, $p\text{-value} = .09$, $/df = 1.23$, $GFI = .97$, $AGFI = .94$, $NFI = .98$, $CFI = 1.00$, $IFI = 1.00$, $RFI = .97$, $RMSEA = .02$, $RMR = .01$. And 3) the causal influence patterns affecting performance involved developing entrepreneurs with competitive resilience skills, enhancing communication management skills among individuals and departments, emphasizing coordination between them, and maintaining flexibility in management, prioritizing the objectives of the work.

The body of knowledge gained from this research is that entrepreneurs in the digital startup industry need to reduce risks by managing their organizations comprehensively through teamwork to improve business performance.

Keyword: Entrepreneurship, Market Orientation, Innovative Capability, Digital Startup Performance



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจาก ดร.ภัทรพล ชุ่มมี และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาคริต ศรีทอง ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิ์บุญไชย ประธานกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล และ อาจารย์ ดร.ปรีชา คำมาดี ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด ผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอก ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ส่งผลให้ วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของอาจารย์ทุกท่าน เป็นอย่างสูง

นอกจากนี้ ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลธิชา ทิพย์ประทุม ดร.พรพิมล ขำเพชร ดร. พงกษ์ สุพรรณนาลัย ดร.อุดมธิปก ไพรเกษตร และ คุณทินกร เหล่าเราวิโรจน์ เป็นอย่างสูง ที่กรุณาเป็น ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไขเครื่องมือในการวิจัย สำหรับการทำให้วิทยานิพนธ์นี้มีความสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์การวิจัยยิ่งขึ้น ตลอดจนคณาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ คำแนะนำ และประสบการณ์อันมี คุณค่ายิ่งต่อผู้วิจัย รวมถึงเจ้าของหนังสือ ตำรา วารสาร เอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ไทยและ ต่างประเทศทุกเล่ม ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ให้ข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ที่ให้ความร่วมมือในการ เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการวิจัยได้อย่างราบรื่น และสำเร็จลุล่วงไป ด้วยดี

อนึ่ง คุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแด่พระคุณบิดา มารดา ครูอาจารย์ที่อบรมสั่งสอน แนะนำ และให้การสนับสนุนอย่างดียิ่งเสมอมา

อดิเทพ ครูชยามาศ

GRAD VRU



146230796

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
1.4 สมมติฐานของการวิจัย.....	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ.....	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ.....	11
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมุ่งเน้นตลาด.....	14
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรม.....	15
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ.....	16
2.6 อิทธิพลระหว่างกลุ่มตัวแปรต่าง ๆ.....	18



146230796

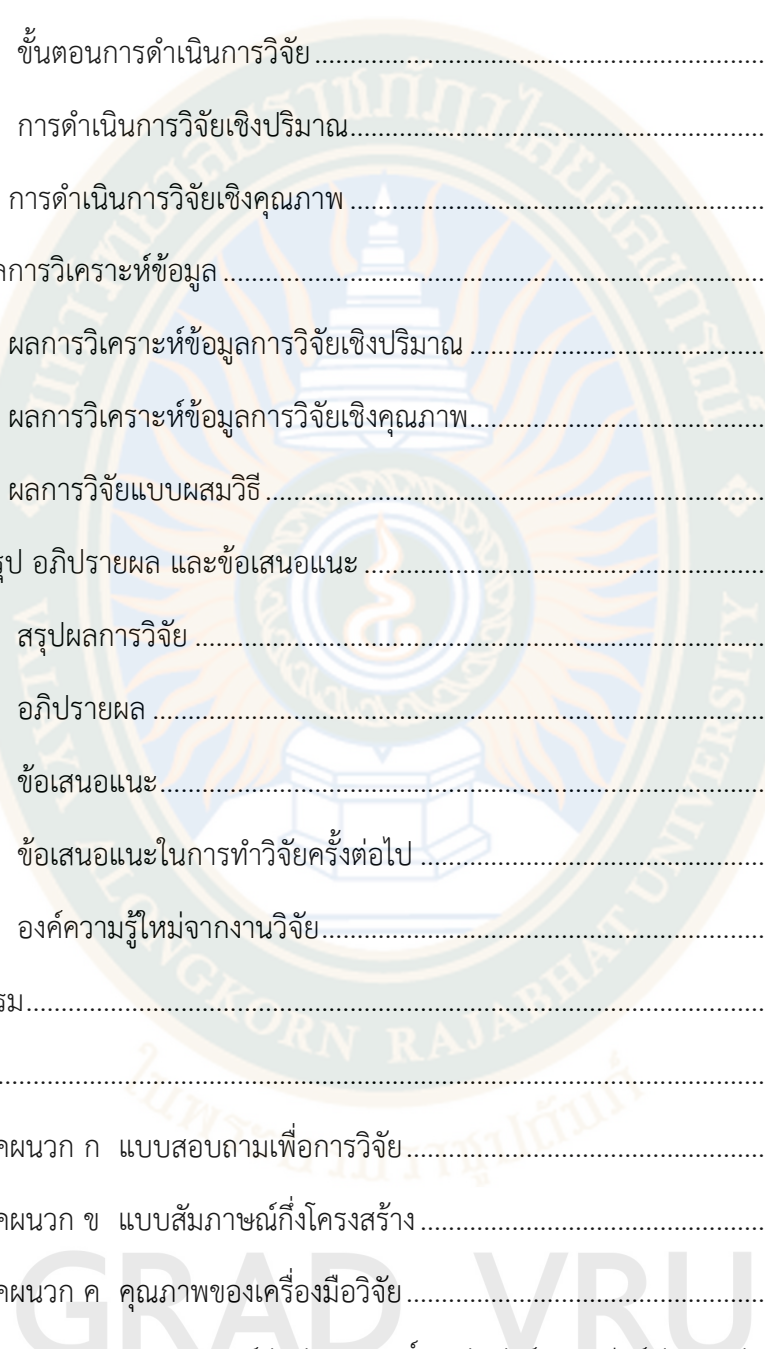
VRU :Thesiss 57B73170106 thesiss / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

บทที่ 3	วิธีการดำเนินการวิจัย	28
3.1	ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	28
3.2	การดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ	30
3.3	การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ	38
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ	41
4.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ	97
4.3	ผลการวิจัยแบบผสมวิธี	112
บทที่ 5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	113
5.1	สรุปผลการวิจัย	113
5.2	อภิปรายผล	116
5.3	ข้อเสนอแนะ	120
5.4	ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	122
5.5	องค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัย	122
บรรณานุกรม	124
ภาคผนวก	128
ภาคผนวก ก	แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	129
ภาคผนวก ข	แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง	137
ภาคผนวก ค	คุณภาพของเครื่องมือวิจัย	142
ภาคผนวก ง	การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของตัวแปรสังเกตได้	149
ภาคผนวก จ	รายชื่อผู้ให้ข้อมูล	156
ประวัติผู้วิจัย	158



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / rev: 08062566 13:25:32 / seq: 24



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ	31
ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	46
ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมุ่งเน้นตลาด.....	48
ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถทางนวัตกรรม	50
ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ52	
ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของมาตรวัดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ.....	54
ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของมาตรวัดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการมุ่งเน้นตลาด	56
ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของมาตรวัดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านความสามารถทางนวัตกรรม.....	57
ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของมาตรวัดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ.....	58
ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์การแจกแจงปกติของข้อมูล.....	62
ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของรูปแบบการวัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO).....	63
ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของรูปแบบการวัดการมุ่งเน้นตลาด (MKO).....	66
ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของรูปแบบการวัดความสามารถทางนวัตกรรม (IVC)	68
ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของรูปแบบการวัดผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP).....	71
ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity).....	74



146230796

VRU :Thesiss 57B73170106 thesiss / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 17 แสดงสัญลักษณ์ที่ใช้ในแบบจำลองสมการโครงสร้าง 78

ตารางที่ 18 สัญลักษณ์ภาษากรีกและตัวย่อภาษาอังกฤษ 80

ตารางที่ 19 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ระหว่าง
Hypothesized Model และ Modified Model..... 86

ตารางที่ 20 ค่าสัมประสิทธิ์ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที่ จากการวิเคราะห์หลังปรับโมเดล. 88

ตารางที่ 21 ค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรสังเกตได้ (R^2) ตัวแปรแฝง (P_c) และค่าเฉลี่ยของความ
แปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของตัวแปรแฝง (P_v) หลังปรับแบบจำลอง 91

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานอิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และ
อิทธิพลรวม (TE) หลังปรับแบบจำลองโครงสร้าง 93

ตารางที่ 23 สรุปผลของการทดสอบสมมติฐาน..... 96

ตารางที่ 24 สรุปการสนทนากลุ่ม 102

ตารางที่ 25 สรุปผลการสนทนากลุ่มด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ 102

ตารางที่ 26 สรุปผลการสนทนากลุ่มด้านการมุ่งเน้นตลาด..... 105

ตารางที่ 27 สรุปผลการสนทนากลุ่มด้านความสามารถทางนวัตกรรม 107

ตารางที่ 28 สรุปผลการสนทนากลุ่มด้านผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ..... 110

146230796

 VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

GRAD VRU

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย	3
ภาพที่ 2 โมเดลการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	13
ภาพที่ 3 โมเดลการมุ่งเน้นตลาด	15
ภาพที่ 4 โมเดลความสามารถทางนวัตกรรม	16
ภาพที่ 5 โมเดลผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ	18
ภาพที่ 6 อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นตลาด	19
ภาพที่ 7 อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ	21
ภาพที่ 8 อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความสามารถทางนวัตกรรม ..	22
ภาพที่ 9 อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นตลาดและความสามารถทางนวัตกรรม	23
ภาพที่ 10 อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นตลาดและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ	25
ภาพที่ 11 อิทธิพลทางตรงของความสามารถทางนวัตกรรมต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ	26
ภาพที่ 12 กรอบแนวคิดในการวิจัย	27
ภาพที่ 13 แบบจำลองสมการโครงสร้างรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย	79
ภาพที่ 14 แบบจำลองแสดงรูปอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานตามโมเดลที่สร้างตามสมมติฐาน	82
ภาพที่ 15 แบบจำลองรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อผลการดำเนินงาน ตามโมเดลที่ปรับใหม่	85
ภาพที่ 16 เส้นทางการอิทธิพลที่สนับสนุนและไม่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย	96
ภาพที่ 17 รูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย	116



GRAD VRU



146230796

VRU iThesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สตาร์ทอัพ คือ กิจการที่เริ่มต้นจากการเห็นโอกาสทางธุรกิจที่ยังไม่มีใครเคยคิดหรือทำมาก่อน มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน (ณฤทธิ วรพงษ์ดี, 2560) โดยการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันให้กับลูกค้า (ชัยวัฒน์ ไบไม้, 2560) ด้วยการค้นหารูปแบบของการทำธุรกิจที่สามารถทำซ้ำและขยายตัวได้ (Blank & Dorf, 2020) ปัจจัยที่ทำให้การดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย จังหวะเวลาในการออกแนวคิดใหม่ ๆ ที่มีความสร้างสรรค์ การทำงานเป็นทีม และโมเดลในการทำธุรกิจ (กฤษฎา มะแอ และกฤษณา ฝั่งใจ, 2561) ทั้งนี้ ยังมีปัจจัยด้านเงินทุน ปัจจัยด้านแผนธุรกิจ ปัจจัยด้านไอเดียใหม่ ๆ ปัจจัยด้านทีม และปัจจัยด้านเวลา ที่ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ แต่ถ้าอยากพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพให้ไปถึงระดับยูนิคอร์นที่มีมูลค่าธุรกิจมากกว่า 1,000 ล้านดอลลาร์ ผู้ประกอบการต้องมีความรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นอย่างดี รวมถึงเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคที่ทุกสิ่งทุกอย่างเชื่อมต่อผ่านมือถือ เพื่อที่จะได้มีความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการให้ออกมาตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย จนนำไปสู่การซื้อซ้ำ (ภูมิจิวิชัย ตรีโรจนพิมุข และธัญพัทธ์ ไคร์วานิช, 2563) ซึ่งธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการรูปแบบหนึ่งที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการขับเคลื่อนองค์กร โดยมีนวัตกรรมเป็นแกนหลักในการเป็นผู้ประกอบการ ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการก็มีหน้าที่ในการสร้างนวัตกรรม (ชัยวัฒน์ ไบไม้, 2560)

การถือกำเนิดของยุคเทคโนโลยีสารสนเทศและการปฏิวัติทางดิจิทัลกับอุตสาหกรรม 4.0 (Bhatt et al., 2022) รวมถึงการพัฒนาของอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลอย่างรวดเร็วโดยไม่ทราบขอบเขตทางภูมิศาสตร์ เช่นเดียวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัล (Anwar et al., 2022) โดยธุรกิจดิจิทัลสตาร์ทอัพได้รับความสนใจจากตัวอย่างการดำเนินธุรกิจแล้วประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการในต่างประเทศ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของเทคโนโลยีในประเทศ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้อินเทอร์เน็ต (Dessyana & Riyanti, 2017) โดยที่รัฐบาลได้ออกนโยบายไทยแลนด์ 4.0 เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยการบ่มเพาะธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม สร้างอุตสาหกรรมบนพื้นฐานการส่งเสริมผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมและ ชีวภาพ และอุตสาหกรรมบริการที่มีมูลค่า ที่ใช้ทรัพยากรของประเทศในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม และยังก่อให้เกิดอุตสาหกรรมใหม่ในการขับเคลื่อนประเทศ จนมีการจ้างงานในระดับท้องถิ่น เพื่อการ



146230796

VRU_1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

กระจายรายได้สู่ภูมิภาค (ณัชพงษ์ สำราญ, 2563) ทั้ง ๆ ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ แต่ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยที่ประสบความสำเร็จมีไม่ถึง 400 ราย (กิติมา หงส์ศิริกาญจน์ และคณะ, 2563) สำหรับปัญหาอุปสรรคที่ประสบ โดยทั่วไปธุรกิจสตาร์ทอัพจะเผชิญกับอุปสรรคทั้งภายนอกและภายใน ซึ่งความเสี่ยงที่สตาร์ทอัพต้องเผชิญ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านรูปแบบธุรกิจ ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยี ความเสี่ยงด้านการดำเนินการ และความเสี่ยงด้านตลาด (Anwar et al., 2022) และในปัจจุบันธุรกิจสตาร์ทอัพยังคงตลาดแคลงคนทรัพยากรบุคคลที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง มีความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการกล้าที่จะทำตามความฝันของตนเอง (นิภา วิริยะพิพัฒน์, 2562) ทั้งนี้ ธุรกิจสตาร์ทอัพพบกับความล้มเหลวในการดำเนินงานตั้งแต่ปีแรกมากกว่าร้อยละ 75 (กิติมา หงส์ศิริกาญจน์ และคณะ, 2563) โดยอุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย ประกอบด้วย รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ระบบโครงสร้างขององค์กร วิสัยทัศน์ ภูมิหลังของทีม และแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ (ชนิดา วัชรอนันท์, 2563) ดังนั้น การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพจึงมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จและลดความเสี่ยงดังกล่าว

ความเป็นผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (Cho & Lee, 2018) โดยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย 4 ปัจจัยด้วยกัน คือ ความกล้าเสี่ยง การทำงานเชิงรุก การมีอิสระในการบริหารงาน และความกล้าที่จะแข่งขันกับคู่แข่ง (ปาริชาติ ด้วงสงค์ & พรทิพย์ รอดพันธ์, 2565) ปัจจัยสำคัญของการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จอยู่ที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความมุ่งมั่นเพื่อใช้ในการพัฒนาความสามารถทางด้านนวัตกรรม รวมถึงการนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (จักรพันธ์ ศรีคุ้ม, 2562) จากการศึกษาของ ประสาน นันทะเสน (2565) เรื่องการพัฒนาแบบความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านความเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านการวิจัยและพัฒนา และปัจจัยด้านนโยบายและการสนับสนุนจากรัฐบาล ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย โดยเลือกประเภทธุรกิจรับจัดทำซอฟต์แวร์สำเร็จรูป เพราะเมื่อได้ทำการทบทวนวรรณกรรมแล้วพบว่ายังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมา และธุรกิจประเภทรับจัดทำซอฟต์แวร์สำเร็จรูปได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับการลดต้นทุนการดำเนินงาน การตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้กับธุรกิจอื่น ๆ จึงเป็นการเพิ่มผลผลิตให้กับทั้งอุตสาหกรรมในภาพรวมระดับประเทศต่อไป



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

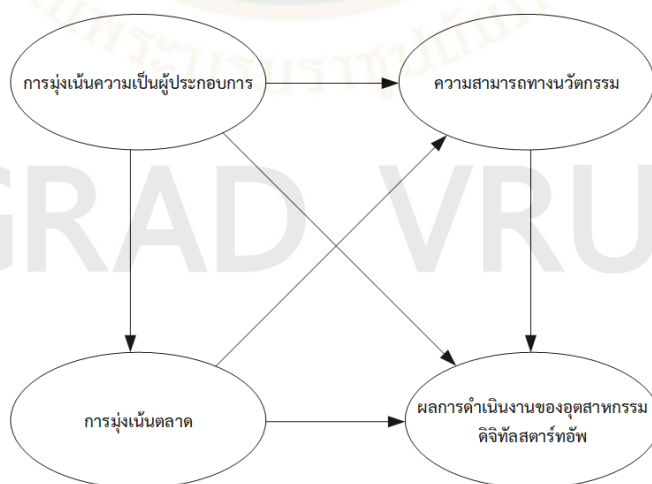
1.2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

1.2.3 เพื่อเสนอรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์จากการรวบรวม แนวคิดและทฤษฎีของอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ตามแนวคิดของ Lee and Hsieh (2010) Gruber-Muecke and Hofer (2015) Kajalo and Lindblom (2015) Amin et al. (2016) Buli (2017) Nduriri and Namusonge (2017) แนวคิดและทฤษฎีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของ Lechner and Gudmundsson (2014) Farja et al. (2016) Gunawan et al. (2016) แนวคิดและทฤษฎีการมุ่งเน้นตลาดของ Ferrell et al. (2010) Mitchell et al. (2010) Masa'deh et al. (2018) แนวคิดและทฤษฎีความสามารถทางนวัตกรรมของ Lee and Hsieh (2010) Garba and Kraemer-Mbula (2018) แนวคิดและทฤษฎีผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพของ De Clercq et al. (2010) Nwonu et al. (2017)

การสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีของอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย จึงได้กรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

1.4 สมมติฐานของการวิจัย

- 1.4.1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาด
- 1.4.2 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ
- 1.4.3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม
- 1.4.4 การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม
- 1.4.5 การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ
- 1.4.6 ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

1) การวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาจากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยที่เปิดดำเนินธุรกิจไม่เกิน 3 ปี จำนวน 6 จังหวัด ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร ตามการแบ่งของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ เจ้าของกิจการ ประกอบด้วย เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายที่อยู่ในธุรกิจดิจิทัลสตาร์ทอัพขนาดเล็ก จำนวน 672 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564)

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายที่อยู่ในธุรกิจดิจิทัลสตาร์ทอัพขนาดเล็ก นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิ หรือผู้เชี่ยวชาญ ของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ยังเปิดดำเนินกิจการอยู่ จำนวน 9 ท่าน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) นำข้อมูลและบทสัมภาษณ์จากตัวแทนกลุ่มตัวอย่างมาทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และทำการสรุปผลประเด็นสำคัญ

1.5.2 ขอบเขตของพื้นที่

ธุรกิจดิจิทัลสตาร์ทอัพในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ยังเปิดดำเนินกิจการอยู่



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / rev: 08062566 13:25:32 / seq: 24

1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1.6.1 อุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ หมายถึง ธุรกิจรับจัดทำซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (ยกเว้นซอฟต์แวร์เกมสำเร็จรูป) ตามความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ที่เปิดดำเนินกิจการมาแล้วไม่เกิน 3 ปี ซึ่งกำลังอยู่ในช่วงของการเป็นสตาร์ทอัพ

1.6.2 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง รูปแบบการตัดสินใจของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารองค์กร วิธีการ และการปฏิบัติซึ่งจะสะท้อนถึงวิธีการที่องค์กรดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วย การทำงานเชิงรุก การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ ความกล้าเสี่ยง การมีอิสระในการปฏิบัติงาน และความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน

1.6.3 การทำงานเชิงรุก หมายถึง การกระทำที่คาดหวังถึงผลลัพธ์ในอนาคต ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากต่อการกำหนดเป้าหมายในการเป็นผู้บุกเบิกในอุตสาหกรรม

1.6.4 การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน โดยแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

1.6.5 ความกล้าเสี่ยง หมายถึง การตัดสินใจในสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนเรื่องการลงทุนเวลาและเงินจากโอกาสที่เกิดขึ้น

1.6.6 การมีอิสระในการปฏิบัติงาน หมายถึง การให้เสรีภาพในการทำงานกับพนักงาน เพื่อกระตุ้นให้มีแนวคิดใหม่ ๆ ด้วยการให้รางวัล เพื่อสนับสนุนให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่

1.6.7 ความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน หมายถึง การมุ่งมั่นเพื่อต่อสู้ด้วยการเลียนแบบเทคนิคของคู่แข่งที่ประสบความสำเร็จเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขัน

1.6.8 การมุ่งเน้นตลาด หมายถึง วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมค่านิยมเกี่ยวกับการติดตามตลาดเป้าหมาย เพื่อให้สามารถนำเสนอคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งให้กับลูกค้าเป้าหมาย ประกอบด้วย การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการประสานงานภายในองค์กร

1.6.9 การมุ่งเน้นลูกค้า หมายถึง การเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ด้วยการตอบสนองความต้องการและบริการหลังการขาย เพื่อสร้างความพึงพอใจได้อย่างต่อเนื่อง

1.6.10 การมุ่งเน้นคู่แข่ง หมายถึง การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการวิเคราะห์ และแบ่งปันข้อมูลของคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ

1.6.11 การประสานงานภายในองค์กร หมายถึง กระบวนการในการติดต่อสื่อสารเพื่อแบ่งปันข้อมูลของลูกค้า ระหว่างบุคคลหรือแผนกต่าง ๆ ในองค์กร

1.6.12 ความสามารถทางนวัตกรรม หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หรือกระบวนการใหม่ ๆ หรือความคิด วิธีการทางการบริหารใหม่ ๆ ประกอบด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมทางการบริหาร



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

1.6.13 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ หมายถึง การปรับปรุง พัฒนา เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่ตรงกับความต้องการของตลาดได้เร็วกว่าคู่แข่ง

1.6.14 นวัตกรรมกระบวนการ หมายถึง การประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการ หรือกระบวนการ ใหม่ ที่ส่งผลให้กระบวนการผลิตและการทำงานโดยรวมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น

1.6.15 นวัตกรรมทางการบริหาร หมายถึง การคิดค้นรูปแบบของการจัดการองค์กรใหม่ ด้วยภาวะความเป็นผู้นำ มีความยืดหยุ่นในการบริหารและการประเมินผลการปฏิบัติงาน ที่ส่งผลให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

1.6.16 ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ หมายถึง ผลตอบแทนจากการลงทุนของธุรกิจด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

1.6.17 ด้านการเงิน หมายถึง การมีสภาพคล่องทางการเงินด้วยยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น

1.6.18 ด้านลูกค้า หมายถึง การตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อเพิ่มความพึงพอใจ โดยการรักษาลูกค้าเก่าให้กลับมาซื้อซ้ำและการหาลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น

1.6.19 ด้านกระบวนการภายใน หมายถึง กระบวนการดำเนินงานภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการส่งมอบตรงเวลา

1.6.20 ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา หมายถึง การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานเพื่อเพิ่มทักษะและเสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน จนส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี

1) การวิจัยนี้อยู่บนพื้นฐานการบูรณาการแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้น ความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงาน ขององค์กร เพื่อเป็นรากฐานในการนำมาใช้อธิบายโมเดลความสามารถทางนวัตกรรมเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพผลการปฏิบัติงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย โดยการ ที่ผู้ประกอบการมองเห็นถึงโอกาสทางการตลาด มีการบริหารจัดการองค์กรโดยใช้ความสามารถทาง นวัตกรรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของผลการดำเนินงาน

2) เกิดรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัล สตาร์ทอัพในประเทศไทย ประกอบด้วย การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ คือ (1) การทำงานเชิงรุก (2) การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ (3) ความกล้าเสี่ยง (4) การมีอิสระในการปฏิบัติงาน และ (5) ความ



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

แข่งกร้าวทางการแข่งขัน การมุ่งเน้นตลาด คือ (1) การมุ่งเน้นลูกค้า (2) การมุ่งเน้นคู่แข่ง และ (3) การประสานงานภายในองค์กร ความสามารถทางนวัตกรรม คือ (1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (2) นวัตกรรมกระบวนการ และ (3) นวัตกรรมทางการบริหาร ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของ อุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ คือ (1) ด้านการเงิน (2) ด้านลูกค้า (3) ด้านกระบวนการภายใน และ (4) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ทั้งนี้ โมเดลดังกล่าวยังอธิบายถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อผลการปฏิบัติขององค์กรอีกด้วย

3) เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาและต่อยอดแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถทาง นวัตกรรมในมิติและบริบทอื่น ๆ ต่อไปในอนาคต

1.7.2 ประโยชน์ในเชิงการจัดการ

1) องค์กรที่มีอำนาจตามโครงสร้างการบริหารประเทศ ประกอบกับมีความเกี่ยวข้อง และเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในประเทศ ดังเช่น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการ สื่อสาร กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล และสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ ตลอดจนองค์กรในอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการกำหนด นโยบาย และวิธีการสร้างความสามารถทางนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผลการปฏิบัติงานของ องค์กรได้

2) ผู้บริหารองค์กรในอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลเพื่อเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการที่กำลังวางแผนจะ ดำเนินธุรกิจ ที่ต้องอาศัยทักษะ ด้านความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการเอง ในการดำเนินธุรกิจ อย่างไรให้ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย หรือได้ผลเป็นที่น่าพอใจ ทั้งนี้ ยังสามารถใช้ข้อมูลเป็น พื้นฐานในการสร้างสภาพแวดล้อมในองค์กรเพื่อเอื้ออำนวยให้องค์กรมีความเป็นนวัตกรรม โดยการที่ ผู้ประกอบการมองเห็นถึงโอกาสทางการตลาด มีการบริหารจัดการองค์กรโดยการมุ่งเน้นตลาด และ ใช้ความสามารถทางนวัตกรรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรให้ดีขึ้น

GRAD VRU



146230796

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ การศึกษาแนวคิดและทฤษฎี วรรณกรรม รวมทั้งงานวิจัยในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมุ่งเน้นตลาด
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรม
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ
- 2.6 อิทธิพลระหว่างกลุ่มตัวแปรต่าง ๆ

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ

ดิจิทัลสตาร์ทอัพเป็นการสร้างธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดเป็นสินค้าและบริการบนพื้นฐานของการสร้างสรรค์นวัตกรรมผสมผสานเข้ากับการทำธุรกิจ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2565) ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นการประกอบกิจการของผู้ประกอบการใหม่ เริ่มต้นจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ จนสามารถเติบโตได้อย่างก้าวกระโดด โดยมีการออกแบบให้ธุรกิจสามารถทำซ้ำได้ง่ายและขยายตัวเร็ว ด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารงาน ทำให้กระบวนการทางธุรกิจสามารถลดต้นทุนได้ สร้างโอกาสทางการค้าจนสามารถแข่งขันกับกิจการอื่นได้ (วสวัตต์ มุครสกุล และคณะ, 2565) จึงจัดได้ว่าธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการรูปแบบหนึ่ง (ชัยวัฒน์ ไปไม้, 2560) ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงลักษณะของตลาดเป้าหมาย เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ตลอดถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในการทำธุรกิจ จนเกิดเป็นโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (ณัชพงษ์ สำราญ, 2563) โดยระบบนิเวศสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพด้านเทคโนโลยี ประกอบ กรอบนโยบาย สภาพแวดล้อมด้านการศึกษา การสนับสนุนทางการเงินจากกองทุนในประเทศและต่างประเทศ และองค์กรสนับสนุน เช่น ศูนย์บ่มเพาะ ฯลฯ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการประสบความสำเร็จของธุรกิจดิจิทัลสตาร์ทอัพ (Bhatt et al., 2022)



146230796

VRU -Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ลักษณะสำคัญของธุรกิจสตาร์ทอัพ จุดเริ่มต้นของธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจที่เกิดจากความทะเยอทะยานของผู้ประกอบการในการพบปัญหาจากการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งยังไม่มีวิธีแก้ปัญหาคือดีพอ ทำให้มีความคิดในการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจที่ยังไม่มีใครคิดทำมาก่อน นำไปสู่การปฏิวัติความคิดที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจนสามารถแก้ปัญหานั้นได้จริง โดยการคิดค้นรูปแบบธุรกิจใหม่ที่แตกต่างจากการดำเนินธุรกิจรูปแบบเดิม จนนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมโมเดลธุรกิจด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี ในการทำธุรกิจซ้ำ ๆ ด้วยโมเดลธุรกิจใหม่ที่สร้างขึ้นเพื่อนำไปใช้กับลูกค้าเป้าหมายคนอื่น ๆ ทำให้ธุรกิจมีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจสามารถขยายกิจการได้ง่าย โดยนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้เป็นตัวหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้เข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ได้อย่างกว้างขวาง ส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่เจริญเติบโตแบบก้าวกระโดด (นิภา วิริยะพิพัฒน์, 2562)

รูปแบบสตาร์ทอัพในประเทศไทย (ชนิทร เพ็ญสูตร, 2561) แบ่งได้เป็น 5 รูปแบบ คือ 1) สตาร์ทอัพลูกผสม เป็นสตาร์ทอัพที่มีการให้บริการแก่ลูกค้ามากกว่า 1 ประเภท 2) สตาร์ทอัพระดับท้องถิ่น เป็นสตาร์ทอัพที่เกิดขึ้นเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์กับกลุ่มบุคคลหรือชุมชนนั้น 3) สตาร์ทอัพระดับจังหวัดหรือระดับภูมิภาค เป็นสตาร์ทอัพที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจโดยเน้นการให้บริการเฉพาะภาคส่วน อยู่ในช่วงขยายฐานการให้บริการและช่วงการเติบโตของจำนวนผู้ใช้งาน 4) สตาร์ทอัพระดับชาติ เป็นสตาร์ทอัพที่มีฐานการให้บริการอยู่เฉพาะในประเทศไทย และ 5) สตาร์ทอัพระดับนานาชาติ เป็นสตาร์ทอัพที่มีการขยายขอบเขตการให้บริการไปยังประเทศต่าง ๆ

ขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ (กฤษฎา มะแอ และกฤษณา ฝิ่งใจ, 2561) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนแนวคิดการสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อแก้ปัญหาให้กับลูกค้าจนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และได้รับความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวัน 2) ขั้นตอนการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบในการทดสอบตลาด เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้จริงจากความคิดเห็นของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการ ในขั้นตอนนี้ ธุรกิจสตาร์ทอัพได้มีการมองหาการลงทุนจากนักลงทุน เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจไปข้างหน้า และ 3) ขั้นตอนการสร้างโมเดลธุรกิจ เพื่อรองรับการเติบโตของกิจการ พร้อมกับการดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาลงทุนกับกิจการเพิ่มขึ้น โดยแหล่งเงินทุนของธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถหาได้จากค่าธรรมเนียมจากสาธารณะ นักลงทุนสถาบัน หน่วยงานบ่มเพาะสำหรับธุรกิจ นักลงทุนอิสระ หรือจากเงินทุนของผู้ประกอบการเอง (นิภา วิริยะพิพัฒน์, 2562)

การสร้างและพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ธุรกิจสตาร์ทอัพจะประสบความสำเร็จได้ขึ้นอยู่กับหลาย ๆ ปัจจัย เช่น การเงิน รูปแบบการดำเนินธุรกิจ หรือการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการ ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง และนวัตกรรม (Dessyana & Riyanti, 2017) ปัจจัยสู่ความสำเร็จของ



146230796

VRU-1Thesis 57B73170106-thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

สตาร์ทอัพในประเทศไทย (กฤษยา มะแอ และกฤษณา ฝิ่งใจ, 2561) ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ 1) แนวคิดใหม่ ๆ กิจกรรมต้องมีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ตลอดเวลา ในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า พร้อมด้วยการตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้ ธุรกิจสตาร์ทอัพก็ต้องมีรายได้จากการดำเนินธุรกิจด้วย 2) จังหวะเวลา ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจสตาร์ทอัพต้องออกสู่ตลาดถูกจังหวะเวลากับความต้องการของลูกค้า 3) เงินทุน เป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการดำเนินธุรกิจ เพราะถือเป็นทรัพยากรตั้งต้นในการดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไร 4) ทีม เป็นการทำงานร่วมกันได้ของคนในทีมโดยปราศจากปัญหา 5) แผนธุรกิจ เป็นการวางแผนการดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบ คิดอย่างละเอียดถี่ถ้วนก่อนดำเนินการ ทั้งนี้ ก็ยังมีกลุ่มปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย (กฤษยา มะแอ และกฤษณา ฝิ่งใจ, 2561) อีก 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มบริษัทสตาร์ทอัพ เป็นกลุ่มผู้ริเริ่มแนวความคิดในการก่อตั้งธุรกิจในรูปแบบของสตาร์ทอัพ 2) กลุ่มองค์กรที่ช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจสตาร์ทอัพเติบโต ประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่คอยสนับสนุนธุรกิจสตาร์ทอัพด้วยเทคโนโลยี แหล่งเงินทุน ความรู้ การออกกฎระเบียบ ข้อปฏิบัติ หรือกฎหมายที่เป็นประโยชน์ในการสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพ รวมถึงการออกหาลูกค้าในตลาดต่างประเทศ และ 3) กลุ่มนักลงทุน กลุ่มคนหรือสถาบันในการสนับสนุนให้สตาร์ทอัพเติบโตจนประสบความสำเร็จด้วยเงินลงทุน ทั้งนี้ ผู้ประกอบการก็ต้องระมัดระวังเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพไม่ประสบความสำเร็จ เพราะขาดเครือข่ายทางธุรกิจที่มีองค์ความรู้ในการเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงานของสตาร์ทอัพ กฎหมายที่ยังมีความคลุมเครือ ธุรกิจขาดกลยุทธ์ในขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย เจ้าของธุรกิจขาดแรงบัลดาลใจและความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน ขาดความรู้ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าเป้าหมายอย่างแท้จริง ขาดเงินทุนและการบริหารจัดการต้นทุนให้สามารถแข่งขันได้ และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมาไม่เป็นที่ต้องการของลูกค้า (องค์อร สมประสงค์, 2565) การประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้ประกอบการต้องมีรูปแบบของการให้บริการที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าเลือกตามความต้องการ และต้องมีฝ่ายบริการลูกค้าสัมพันธ์ ที่เข้าถึงได้ง่ายและให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว รวมถึงการประชาสัมพันธ์เพื่อขยายฐานลูกค้าให้แก่กิจการให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น (อนัญญา บรรยงพิศุทธิ์ และกัญญามน กาญจนาทวีกุล, 2563) ด้าน พรรัตน์ แสดงหาญ (2564) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่โดดเด่น อาทิเช่น การมีภาวะผู้นำ พื้นฐานความรู้ที่มีตรงกับธุรกิจที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีประสบการณ์เกี่ยวกับการทำธุรกิจมาก่อน และแรงจูงใจที่จะเป็นเจ้าของกิจการ ส่วนบริบทของปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ให้กับการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จ อาทิเช่น การให้ความสำคัญกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย ทีมในการดำเนินงานที่ดี การมีพันธมิตรทางธุรกิจที่คอยสนับสนุน เครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และช่วงเวลาเหมาะสมในการออกสู่ตลาด



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ คือ แนวทางปฏิบัติ นโยบาย และกระบวนการก่อตั้งกิจการ การดำเนินการ และการตัดสินใจของผู้ประกอบการต่อการดำเนินธุรกิจ (Lumpkin & Dess, 2015) ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการบริหารจัดการ (Avlonitis & Salavou, 2007) โดยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการสามารถมองได้ 2 มุม คือ มุมมองทางนิสัยและมุมมองทางพฤติกรรม (Covin & Lumpkin, 2011) ทั้งนี้ ความเป็นผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จจากการดำเนินงานภายใต้สภาวะธุรกิจที่มีความไม่แน่นอนสูง (Cho & Lee, 2018)

องค์ประกอบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีการศึกษาที่หลากหลาย องค์ประกอบ อาทิเช่น Bolton and Lane (2012) ได้ศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในเรื่องการมีนวัตกรรม การรับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก เช่นเดียวกับ Kraus et al. (2012) ประกอบด้วย การทำงานเชิงรุก ความกล้าเสี่ยง และการมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ Boso et al. (2013) ได้ศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการใน 4 ด้านประกอบด้วย ความกล้าเสี่ยง การทำงานเชิงรุก ความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน และความมีอิสระในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Lumpkin & Dess, 2015) ยังได้มีการศึกษาใน 5 มิติ ประกอบด้วย ความเป็นนวัตกรรมใหม่ การรับความเสี่ยง ความกระตือรือร้น ความก้าวร้าวในการแข่งขัน และความเป็นอิสระในการดำเนินงาน เช่นเดียวกับการศึกษาของ Frare et al. (2022) ได้ศึกษาไว้ 3 องค์ประกอบ คือ ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก โดยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (ศิริระ สัตยไพศาล และอนุพงศ์ อวีรุทธา, 2562) ประกอบด้วยความเชี่ยวชาญในการเป็นผู้ประกอบการ ระยะเวลาในการบริหารบริษัท ความเป็นผู้นำ ความคิดสร้างสรรค์ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการอยู่ในอุตสาหกรรม ประสบการณ์ในการร่วมงาน และประสบการณ์ในอุตสาหกรรม จากการศึกษาของ (กิตติมา หงส์ศิริกาญจน์ และคณะ, 2562) เรื่อง คุณลักษณะของทีมงานของผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย จะต้องมีการมีเป้าหมายร่วมกัน การสื่อสารระหว่างผู้นำและทีมงาน ความจงรักภักดีและผูกพันกับองค์กร การมีความเชื่อใจ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถวัดความเป็นผู้ประกอบการได้จาก 3 ด้าน ประกอบด้วย ทักษะทางด้านการจัดการ ทักษะทางด้านเทคนิค และทักษะของความเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพมีความเข้มแข็ง สามารถฝ่าฟันอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจไปได้ คือ ผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการทำการตลาดออนไลน์ไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย มีความคิดสร้างสรรค์ในการตอบสนองความต้องการของตลาด และมีเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ (รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ และคณะ, 2563) ทั้งนี้ นิภาพรณ เจนสันติกุล (2565) ได้ศึกษาพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ ประกอบด้วย มีความสามารถในการกำหนดวิสัยทัศน์



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

กำหนดทิศทางขององค์กร และวางแผนกลยุทธ์ของธุรกิจได้ มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและ
 คาดการณ์สถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต มีการปรับตัวให้เข้ากับคนอื่น มีความอดทนต่อความ
 ยากลำบากในการทำงาน มีการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ พร้อมเรียนรู้อยู่เสมอ โดยสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ทุก
 เวลา มีความพร้อมที่จะเรียนรู้ ตลอดจนเป็นผู้ที่สามารถสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม
 ให้เกิดขึ้น เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยคุณลักษณะของผู้ประกอบการในธุรกิจ
 สตาร์ทอัพ ประกอบด้วย 5 คุณลักษณะ คือ 1) ความกล้าเสี่ยง เป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มี
 ความกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงวิธีการคิด วิธีการทำงาน ที่จะก่อประโยชน์กับหน่วยงานจนส่งผลต่อธุรกิจ
 ให้ประสบความสำเร็จในที่สุด 2) การทำงานเชิงรุก เป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีความ
 กระตือรือร้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ออกสู่
 ตลาดได้ก่อนคู่แข่ง จนเป็นผู้นำทางการตลาด เพื่อให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างก้าวกระโดด 3) การมี
 อิสระในการบริหารงาน เป็นการมีอิสระด้านความคิดของผู้ประกอบการในการหาวิธีการบริหารงาน
 เพื่อให้ธุรกิจมีการพัฒนาจนประสบความสำเร็จมากขึ้น 4) ความกล้าที่จะแข่งขัน ผู้ประกอบการมี
 ความกล้าได้กล้าเสีย กล้าที่จะเผชิญหน้ากับคู่แข่ง และสามารถตอบโต้คู่แข่งขั้นทางธุรกิจด้วยกลยุทธ์
 ทางการตลาด เมื่อผู้ประกอบการกล้าเสี่ยงในการทำธุรกิจย่อมมีแนวทางที่จะบริหารธุรกิจให้
 เจริญเติบโตจนประสบความสำเร็จได้ในที่สุด และ 5) การมีนวัตกรรม โดยที่ผู้ประกอบการได้นำ
 แนวคิดใหม่ ๆ เทคโนโลยีสมัยใหม่ และนวัตกรรมที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ออกสู่
 ตลาด และเพื่อบริหารกิจการ (ปาริชาติ ด้วงสงค์ และพรทิพย์ รอดพัน, 2565) ทั้งนี้ การมีอิสระใน
 การบริหารงาน โดยเฉพาะเรื่องการบริหารบุคลากรในองค์กร ที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เป็นกล
 ยุทธ์เชิงรุกเพื่อเชื่อมโยงไปสู่การปฏิบัติงานในของฝ่ายต่าง ๆ ในการสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงานใช้
 ศักยภาพอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ด้วยการสรรหาและคัดเลือกผู้ที่มีศักยภาพสูงมา
 ร่วมงาน ทั้งนี้ ต้องมีการพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้ที่แสวงหาการเรียนรู้ตลอดเวลา ในการสร้างสรรค์
 นวัตกรรมใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ด้านการประเมินผล
 ต้องพิจารณาจากผลสำเร็จของงานที่ทำและไม่ละเลยการสร้างทีมที่มีศักยภาพเพื่อลดการเกิดปัญหา
 และทำให้เกิดผลการดำเนินงานรายบุคคลของบุคลากรที่ดีขึ้น และยังมีสร้างแรงจูงใจที่สอดคล้อง
 กับความต้องการของพนักงานรายบุคคล เพื่ออํารงรักษาพนักงานให้อยู่กับองค์กรเพื่อเป็นกำลังสำคัญ
 ในการขับเคลื่อนธุรกิจสตาร์ทอัพให้เจริญเติบโตขึ้น (นิภา วิริยะพิพัฒน์, 2562)

มีการศึกษาองค์ประกอบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่หลากหลาย เช่น
 การศึกษาของ (ปรารธนา หลีกภัย และเกิดศิริ เจริญวิศาล, 2555) ได้ศึกษาการมุ่งเน้นความเป็น
 ผู้ประกอบการ ใน 5 ด้าน ประกอบด้วย ความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน การทำงานเชิงรุก ความกล้า
 เสี่ยง การมีนวัตกรรม และความมีอิสระ ทางด้าน นิลาวลัย สว่างรัตน์ (2558) ได้ศึกษา ความเป็น
 ผู้ประกอบการ ใน 3 ด้าน ประกอบด้วย การทำงานงานเชิงรุก ความรุนแรงในการแข่งขัน และความ

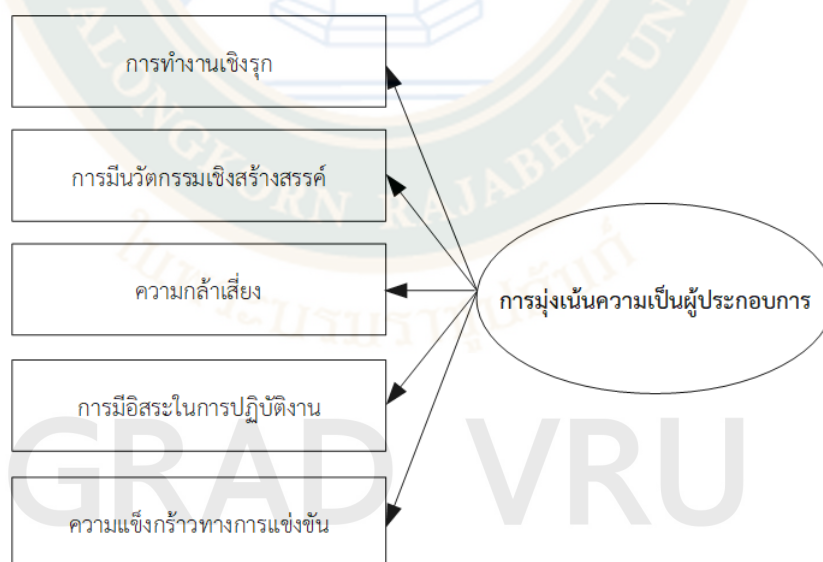


146230796

VRU-1Thesis 57B73170106-thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

กล้าเสี่ยง สมพร ปานยินดี (2559) ได้ทำการศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการใน 3 ด้าน ประกอบด้วย ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุก พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการ ทางด้าน ปิยภา แดงเดช (2561) ได้ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ใน 2 ด้าน ประกอบด้วย ความกล้าเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก ในส่วนของ (กฤษฎี พ่วงรอด, 2562) ได้ศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการใน 3 ด้าน ประกอบด้วย การมีนวัตกรรมของผู้ประกอบการ ความกล้าเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก ทางด้าน จิระภา จันทร์บัว และกมลทิพย์ เดชะปรากฏ (2565) ได้ศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ใน 3 ด้าน ประกอบด้วย การทำงานเชิงรุก การสร้างนวัตกรรม และการเผชิญกับความเสี่ยง ในส่วนของ เกวลี แก่นจันดา (2565) ได้ศึกษาองค์ประกอบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ใน 4 ด้าน ประกอบด้วย ความก้าวร้าวทางการแข่งขัน การมีความเป็นอิสระ ความกล้าเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก ทางด้าน ภิรมย์วิมล ปรมัตถ์วรโชติ และคณะ (2565) ได้ศึกษาการมุ่งเน้นผู้ประกอบการใน 4 ด้าน ประกอบด้วย ความกล้าเสี่ยง การทำงานเชิงรุก ความแข็งแกร่งในการแข่งขัน และความมีอิสระในการทำงาน

จากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยนำเสนอเป็นโมเดลเพื่อนำมาใช้ประกอบการวิจัย ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

จากภาพที่ 2 สรุปโมเดลการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย การทำงานเชิงรุก การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ ความกล้าเสี่ยง การมีอิสระในการปฏิบัติงาน และความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมุ่งเน้นตลาด

การมุ่งเน้นตลาดเป็นวัฒนธรรมการดำเนินงานทางธุรกิจที่พนักงานทุกคนมุ่งมั่นที่จะสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (Narver et al., 1998)

ในปัจจุบันมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่แปลกใหม่เพื่อดึงความสนใจของลูกค้าให้เปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ซึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญคือการสร้างความภักดีของลูกค้า ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในธุรกิจสตาร์ทอัพ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ปัจจัยด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และปัจจัยด้านการจัดการโลจิสติกส์ (วสวัตดี มุขรสกุล และคณะ, 2565)

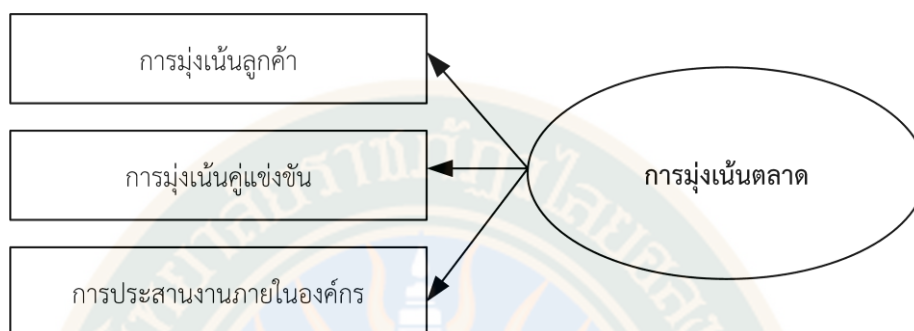
การศึกษาองค์ประกอบของการมุ่งเน้นตลาด มีการศึกษาที่หลากหลาย เช่น พรารณา หลีกภัย และเกดศิริ เจริญวิศาล (2555) ได้ศึกษาการมุ่งเน้นตลาดใน 3 ด้าน ประกอบด้วย การมุ่งเน้นคู่แข่ง การประสานงานภายในองค์กรระหว่างการทำงาน และการมุ่งเน้นลูกค้า ทางด้าน นิลาวัลย์ สว่างรัตน์ (2558) ได้ทำการศึกษาองค์ประกอบของการมุ่งเน้นการตลาด 3 คือ การประสานงานภายในองค์กร การมุ่งเน้นลูกค้า และการมุ่งเน้นคู่แข่ง ทางด้าน ปิยภา แดงเดช (2561) ได้ศึกษาการมุ่งเน้นการตลาด ใน 3 ด้าน ประกอบด้วย การประสานงานความร่วมมือต่างหน่วยงาน การมุ่งเน้นลูกค้า และการมุ่งเน้นคู่แข่ง ในส่วนของ จิตติพร อุ่นใจ และคณะ (2563) ได้ศึกษาองค์ประกอบของการมุ่งเน้นตลาดใน 4 ด้าน ประกอบด้วย การมุ่งเน้นการบริการ การมุ่งเน้นการประสานความร่วมมือในการทำงานร่วมกับแผนกต่าง ๆ ภายในองค์กร การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการมุ่งเน้นลูกค้า ในส่วนของ (ประทานพร จันท์อินทร์ และคณะ, 2563) ได้ศึกษาองค์ประกอบของการมุ่งเน้นตลาดใน 3 ด้าน ประกอบด้วย การมุ่งเน้นประสานความร่วมมือ การมุ่งเน้นลูกค้า และการมุ่งเน้นคู่แข่ง

จากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีของการมุ่งเน้นตลาด ผู้วิจัยนำเสนอเป็นโมเดลเพื่อนำมาใช้ประกอบการวิจัย ดังภาพที่ 3



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24



ภาพที่ 3 โมเดลการมุ่งเน้นตลาด

จากภาพที่ 3 สรุปโมเดลการมุ่งเน้นตลาด ประกอบด้วย การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการประสานงานภายในองค์กร

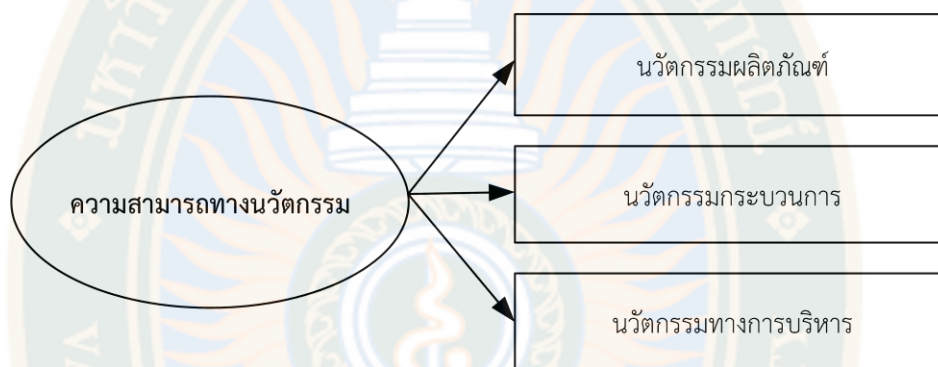
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรม

ความสามารถทางนวัตกรรม เป็นความสามารถในการเปลี่ยนแปลงความรู้ ความคิด และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ในการผลิตสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในปัจจุบันและในอนาคต (El Hanchi & Kerzazi, 2020) นวัตกรรมเป็นการแสวงหาวิธีใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจให้เจริญเติบโต เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ของกิจการ ซึ่งจัดเป็นกลยุทธ์ของธุรกิจสตาร์ทอัพ เพราะความสามารถทางนวัตกรรมเป็นสิ่งจำเป็นในการสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า (Dessyana & Riyanti, 2017)

ปรารธนา หลีกภัย และเกดศิริ เจริญวิศาล (2555) ได้ศึกษาความสามารถทางนวัตกรรมใน 5 ด้าน ประกอบด้วย นวัตกรรมกลยุทธ์ นวัตกรรมพฤติกรรม นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ซึ่งในส่วนของ นิลาวัลย์ สว่างรัตน์ (2558) ได้ทำการศึกษาองค์ประกอบของการมุ่งเน้นนวัตกรรม ใน 2 ด้าน คือ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมกระบวนการ โดย ฐิติพร อุ๋นใจ และคณะ (2563) ได้ศึกษาความสามารถทางนวัตกรรมใน 3 ด้าน ประกอบด้วย นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ นวัตกรรมด้านกระบวนการ และการเปิดรับแนวความคิดใหม่ ทางด้าน ประสาน นันทะเสน (2565) ได้ระบุว่า กิจการสามารถวัดความสามารถทางนวัตกรรมได้จาก 4 ด้าน ประกอบด้วย นวัตกรรมการตลาด นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรม นวัตกรรม และนวัตกรรมองค์กร ทางด้าน จิระภา จันทร์บัว และกมลทิพย์ เดชะปรารกรม (2565) ได้ศึกษาความสามารถทางนวัตกรรม ใน 5 ด้าน ประกอบด้วย นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมตลาด นวัตกรรมกลยุทธ์ และนวัตกรรมพฤติกรรม ด้านภิมภีวิมล ปรมัตถ์วรโชติ และคณะ (2565) ได้ศึกษาความสามารถทางนวัตกรรม ใน 2 ด้าน ประกอบด้วย นวัตกรรมด้าน

กระบวนการ และนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ โดยนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Avlonitis & Salavou, 2007) วัดจากความใหม่ของผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้า ความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และความใหม่ของผลิตภัณฑ์สำหรับบริษัท

จากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีของความสามารถทางนวัตกรรม ผู้วิจัยนำเสนอเป็นโมเดลเพื่อนำมาใช้ประกอบการวิจัย ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 โมเดลความสามารถทางนวัตกรรม

จากภาพที่ 4 สรุปโมเดลความสามารถทางนวัตกรรม ประกอบด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมทางการบริหาร

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

การวัดผลการดำเนินงานขององค์กร มีการศึกษาที่หลากหลาย เช่น Gray et al. (1998) การวัดประสิทธิภาพในด้านความสามารถในการทำกำไรที่ดีขึ้น การรับรู้ถึงแบรนด์ ความพึงพอใจของลูกค้า และความภักดีของลูกค้า Avlonitis and Salavou (2007) ได้วัดผลจากคุณค่า การเติบโตของรายได้ อัตรากำไรขั้นต้น รายได้สุทธิ ส่วนแบ่งตลาด การเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาด และการเข้าสู่ตลาดใหม่ (Anderson et al., 2015) วัดผลการปฏิบัติงานโดยใช้ตัวบ่งชี้ 5 ด้าน ประกอบด้วย ความพึงพอใจของผู้จัดการต่อยอดขายรวม กระแสเงินสด ผลตอบแทนผู้ถือหุ้น อัตราส่วนรายได้สุทธิ และความสามารถเพื่อสร้างการเติบโตจากผลกำไร Dessyana and Riyanti (2017) วัดจากด้านการเงิน พิจารณาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ ด้านลูกค้า พิจารณาจากจำนวนของผู้ใช้ ด้านกระบวนการภายในของธุรกิจ พิจารณาจากรูปแบบของการดำเนินกิจการ และการการเรียนรู้และการพัฒนา พิจารณาจากผลการเรียนรู้ของบุคลากรในองค์กรจากกระบวนการพัฒนา โดย นิลาวัลย์ สว่างรัตน์ (2558) ได้ทำการศึกษาการวัดผลการดำเนินงานขององค์กร ใน 3 ด้าน คือ ความสามารถในการทำกำไร ส่วนแบ่งทางการตลาด และการเติบโตของยอดขาย ทางด้าน ปิยภา แดงเดช (2561) ได้วัดผล

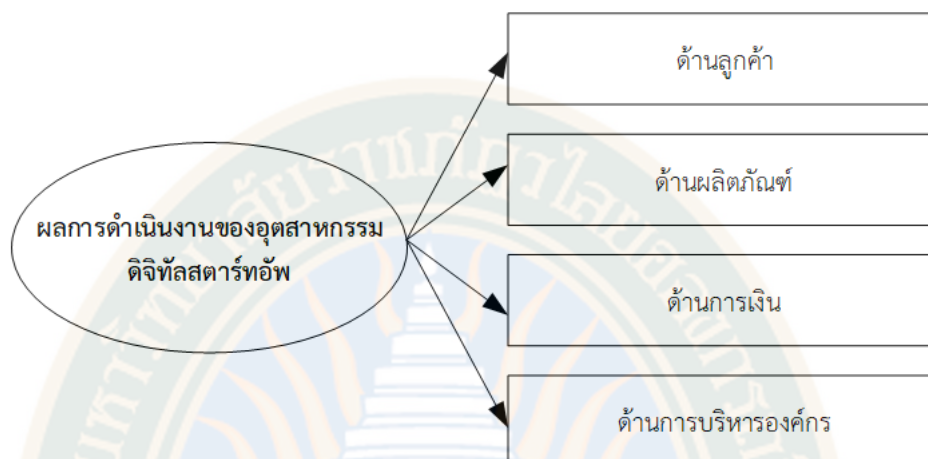
การดำเนินงานใน 3 ด้าน ประกอบด้วย ความพึงพอใจของธุรกิจต่อผลการดำเนินงาน เชิงกลยุทธ์ และด้านการเงิน โดยทาง ศิระ สัตยไพศาล และอนุพงศ์ อวีรุทธา (2562) ได้วัดผลการดำเนินงานของ ธุรกิจสตาร์ทอัพในด้านบริหารธุรกิจ ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านสินค้าและบริการ ในส่วนของ กฤษดี พ่วงรอด (2562) ได้ประเมินผลการทำงานขององค์กรใน 3 ด้าน ประกอบด้วย อัตราการ เจริญเติบโตของส่วนแบ่งกำไร อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย และอัตราการเจริญเติบโตของส่วน แบ่งตลาด ในส่วนของ จูตีพร อุ่ใจ และคณะ (2563) ได้ศึกษาการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรใน 3 ด้าน ประกอบด้วย ส่วนแบ่งทางการตลาด ความสามารถในการทำกำไร และการเติบโตของ ยอดขาย ทางด้าน อนัญญา บรรยงพิศุทธิ์ และกัญญามน กาญจนาทวีกุล (2563) วัดผลการ ดำเนินงานขององค์กรจากการทำให้คนสั่งซื้อมีการบอกต่อ การทำให้คนที่ใช้งานมีการสั่งซื้อ การทำให้ คนที่ใช้งานแล้วมีการซื้อซ้ำ การทำให้คนที่รู้จักธุรกิจเริ่มต้นใช้งาน และการทำให้ธุรกิจเป็นที่รู้จัก เป็น ตัวชี้วัดความสำเร็จของการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ ในส่วนของ ประทานพร จันทร์อินทร์ และคณะ (2563) ได้วัดผลการดำเนินงานขององค์กรในเรื่องการขยายฐานลูกค้าใหม่และรักษาฐานลูกค้าเก่า อัตราการเพิ่มขึ้นของยอดขาย ลูกค้ามีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ผลกำไรที่เพิ่มขึ้น และส่วนแบ่งตลาดที่ เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ การวัดผลความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ สามารถวัดได้จาก 4 ด้าน คือ 1) ด้านลูกค้า วัดจากความจงรักภักดีของลูกค้า ส่วนแบ่งทางการตลาด และจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น โดยให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า 2) ด้านการเงิน ประเมินจากกระแสเงินสดและ ผลตอบแทนการลงทุน โดยสามารถวัดได้จากความสามารถในการทำกำไร กระแสเงินสด การเพิ่ม ผลผลิต การเพิ่มขึ้นรายได้ ความสามารถในการลดต้นทุน การลดความเสี่ยง และการใช้ประโยชน์ สินทรัพย์ 3) ด้านการเรียนรู้และการเติบโต เป็นการวัดประสิทธิภาพของระบบการบริหารในการ พัฒนาการเรียนรู้เพื่อเพิ่มความสามารถของพนักงาน และ 4) มุมมองด้านการดำเนินงานภายใน เป็นการวัดกระบวนการทำงานภายในองค์กร จากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่า มีการปรับปรุง กระบวนการในการทำงานด้วยการลดขั้นตอนให้มีกระชับเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด (ปาริชาติ ดัวงสงค์ และพรทิพย์ รอดพัน, 2565) ทั้งนี้ ประสาน นันทะเสน (2565) ระบุว่า สามารถวัดผลการ ดำเนินงานของธุรกิจสตาร์ทอัพได้จาก 4 ด้าน ประกอบด้วย ยอดขายส่วนแบ่งทางการตลาด ประสิทธิภาพของการผลิต และอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุน ในส่วนของ จิระภา จันทร์บัว และกมลทิพย์ เดชะปรากรม (2565) ใช้การเงินเป็นตัวสะท้อนการดำเนินงาน และความพึงพอใจจาก รายได้

จากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีของผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ผู้วิจัยนำเสนอเป็นโมเดลเพื่อนำมาใช้ประกอบการวิจัย ดังภาพที่ 5



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24



ภาพที่ 5 โมเดลผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

จากภาพที่ 5 สรุปโมเดลผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ประกอบด้วยด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

2.6 อิทธิพลระหว่างกลุ่มตัวแปรต่าง ๆ

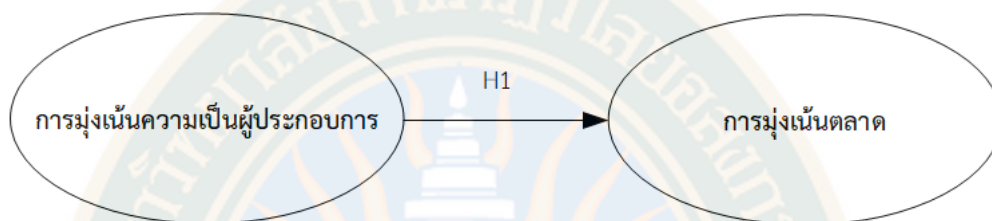
การศึกษาผลการวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ผู้วิจัยสามารถสรุปสาระสำคัญเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยตามกรอบแนวคิด ได้ดังนี้

1. อิทธิพลระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการกับการมุ่งเน้นตลาด มีการศึกษาหลายชิ้นที่บ่งบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างกัน เช่น การศึกษาของ Lee and Hsieh (2010) พบว่าความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสามารถทางการตลาด โดยความเป็นผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อความสามารถในการกำหนดทิศทางการตลาด การตัดสินใจเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ และยังมีความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ส่งผลให้บริษัทมีพฤติกรรมที่สร้างสรรค์ มีคิดริเริ่ม และกล้าเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับการศึกษาของ นิลาวลัย สว่างรัตน์ (2558) พบว่า การที่ผู้ประกอบการมีกระบวนการทำงานภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ให้ความสำคัญกับลูกค้า และคู่แข่งชั้น สามารถเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กรให้สูงขึ้นได้ ด้วยยอดขายที่มีการเจริญเติบโต จนส่งผลให้กำไรเพิ่มขึ้น

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมได้แสดงให้เห็นผลลัพธ์ที่สำคัญอันเกิดจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการมุ่งเน้นตลาดดังที่กล่าวมาในเบื้องต้น จึงนำไปสู่การทดสอบอิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการมุ่งเน้นตลาด ด้วยสมมติฐานที่ 1 ดังภาพที่ 6

สมมติฐานที่ 1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมุ่งเน้น

ตลาด



ภาพที่ 6 อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นตลาด

2. อิทธิพลระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการกับผลการดำเนินงานของ
อุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

จากการศึกษาอิทธิพลระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการกับผลการดำเนินงานของ
อุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ พบว่า มีหลายผลงานวิจัยที่สนับสนุนอิทธิพลดังกล่าว ดังผลงานวิจัย
ของ Wiklund (1999) ที่ทำการศึกษาระดับบริษัทขนาดเล็กในประเทศสวีเดน พบว่า มีความสัมพันธ์เชิง
บวกระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและประสิทธิภาพของการดำเนินงานขององค์กร
สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wiklund and Shepherd (2005) พบว่า การมุ่งเน้นความเป็น
ผู้ประกอบการ ด้านการทำงานเชิงรุก ความมีนวัตกรรม และการกล้าเสี่ยง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ
ประสิทธิภาพการทำงานในธุรกิจขนาดเล็ก ทางด้าน Rodríguez-Gutiérrez et al. (2015) ได้
ทำการศึกษามุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการกับผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมในอุตสาหกรรมบริการ พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลต่อผลการดำเนินงาน
ของธุรกิจ สอดคล้องกับการศึกษา Cho and Lee (2018) ที่พบว่า การมุ่งเน้นความเป็น
ผู้ประกอบการ ด้านการมีนวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ไม่ใช่การเงิน ด้านความกล้า
เสี่ยงไม่ได้มีอิทธิพลต่อทั้งผลการดำเนินงานของธุรกิจด้านการเงินและผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้าน
การเงิน และความเป็นผู้ประกอบการไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางธุรกิจ สอดคล้องกับ
Frare et al. (2022) ได้ศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการกับผลการปฏิบัติงานในธุรกิจสตาร์ท
อัพของประเทศบราซิล พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการ
ดำเนินงานของบริษัท สอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยภา แดงเดช (2561) พบว่า คุณลักษณะของ
ผู้ประกอบการด้านการกล้าเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน
ขององค์กร เนื่องด้วย ผู้บริหารมีการแสวงหาโอกาสทางการตลาดด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อ
ตอบสนองความต้องการของลูกค้าภายใต้สถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ด้วยการกล้า

เสียงนำทรัพยากรขององค์กรมาลงทุน สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิระ สัตย์ไพศาล และอนุพงศ์ อวีรุทธา (2562) เรื่องคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ สตาร์ทอัพ ซึ่งคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยความเชี่ยวชาญในการเป็นผู้ประกอบการ ระยะเวลาในการบริหารบริษัท ความเป็นผู้นำ ความคิดสร้างสรรค์ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการอยู่ในอุตสาหกรรม ประสบการณ์ในการร่วมงาน และประสบการณ์ในอุตสาหกรรม วัดผลการดำเนินงานของธุรกิจสตาร์ทอัพในด้านบริหารธุรกิจ ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านสินค้าและบริการ พบว่า คุณลักษณะของทีมผู้ก่อตั้งส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสตาร์ทอัพทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยด้านการมีประสบการณ์ในการร่วมงานมีความสำคัญสูงสุด ซึ่งเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์แล้วจะเห็นว่าทีมบริหารจะมีความไว้วางใจและความเชื่อมั่นกันมากขึ้น เมื่อมีการทำงานร่วมกันมาเป็นระยะเวลาานาน ซึ่งส่งผลให้มีการตัดสินใจที่รวดเร็วขึ้นในการดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับการศึกษาของ กฤษดี พ่วงรอด (2562) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ พบว่า กิจกรรมการตัดสินใจของผู้ประกอบการในกระบวนการของวิธีการปฏิบัติงานทางการประกอบธุรกิจ ช่วยปรับปรุงธุรกิจให้เกิดผลประกอบการที่ดีขึ้นในด้านการเจริญเติบโต จนนำไปสู่การอยู่รอดของกิจการในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับการศึกษาของ นงเยาว์ อินทะนาม และคณะ (2563) เรื่องการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ พบว่า การมีอิสระในการปฏิบัติงาน และความกล้าเสี่ยง มีผลกระทบทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ แม้จะมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนจากสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการก็ต้องกล้าที่จะลงทุนเพื่อทำธุรกิจใหม่ ๆ ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์แปลกใหม่อยู่เสมอ ทั้งนี้ ต้องมีการเพิ่มแรงผลักดันให้เกิดความสำเร็จต่อการดำเนินงานด้วยการเปิดโอกาสให้ทีมงานเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจตลอดกระบวนการ จากการศึกษาของ ปารีชาติ ด้วงสงค์ และพรทิพย์ รอดพันธ์ (2565) ที่พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย 4 ปัจจัยด้วยกัน คือ ความกล้าเสี่ยง การทำงานเชิงรุก การมีอิสระในการบริหารงาน และความกล้าที่จะแข่งขันกับคู่แข่ง โดย จิระภา จันท์บัว และกมลทิพย์ เตชะปรากรม (2565) ทำการประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการ พบว่า การที่ผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ต้องมีการทำงานเชิงรุก ความกล้าเสี่ยง และการสร้างนวัตกรรม ด้วยการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย ด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อปรับเปลี่ยนกระบวนการในการให้บริการกับลูกค้าที่มีความหลากหลาย

จากการสังเคราะห์จากวรรณกรรม ได้แสดงให้เห็นผลลัพธ์ที่สำคัญอันเกิดจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพดังที่กล่าวมาในเบื้องต้น

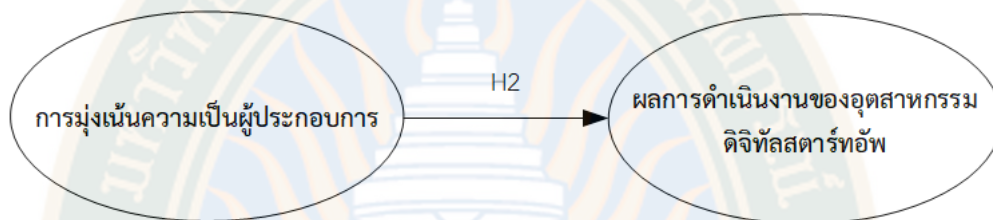


146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

จึงนำไปสู่การทดสอบอิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ด้วยสมมติฐานที่ 2 ดังภาพที่ 7

สมมติฐานที่ 2 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ



ภาพที่ 7 อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

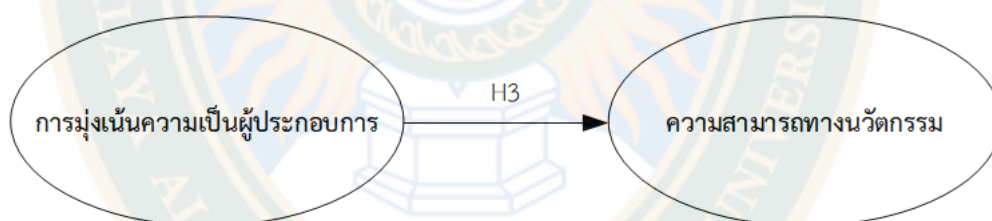
3. อิทธิพลระหว่าง การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กับความสามารถทางนวัตกรรม

จากการศึกษาของ Boso et al. (2013) พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวขับเคลื่อนความสำเร็จของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับการศึกษาของ ปราภณา หลีกภัย และ เกิดศิริ เจริญวิศาล (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม โดยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ถูกมองว่าเป็นกระบวนการในวัฒนธรรมขององค์กร มากกว่าที่จะเป็นเหตุการณ์ที่ใช้ประโยชน์จากโอกาส ในการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้ทรัพยากรขององค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของ นิลาวลัย สว่างรัตน์ (2558) พบว่า ผู้ประกอบการมีส่วนผลักดันให้ธุรกิจมีความสามารถทางนวัตกรรม ด้วยการเชื่อมโยงความรู้จากภายนอกและภายใน มีการพัฒนาวิธีการทำงานอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รับผิดชอบต่อความคิดเห็นจากบุคลากรทุกภาคส่วนภายในองค์กร เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ ประสาน นันทะเสน (2565) เรื่อง การพัฒนารูปแบบความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านทักษะทางการจัดการ ด้านทักษะทางด้านเทคนิค และด้านทักษะของความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม ด้านนวัตกรรมการตลาด ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านวัฒนธรรมนวัตกรรม และด้านนวัตกรรมองค์กร ซึ่งถือได้ว่า ความเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่สำคัญ ต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย ทางด้านการศึกษาของ เกวลี แก่นจันดา (2565) ได้ทำการศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่

ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร โดยความเป็นผู้ประกอบการเป็นรูปแบบของกระบวนการในการตัดสินใจ การปฏิบัติการ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่จะนำไปสู่ลูกค้ากลุ่มใหม่ โดยความแข็งแกร่งทางการแข่งขันเป็นลักษณะของการวางแผนเพื่อให้บริการลูกค้าล่วงหน้าอย่างมีความรับผิดชอบ ทางด้านการดำเนินงานเชิงรุกเป็นกระบวนการที่แสวงหาโอกาสใหม่ด้านความต้องการของลูกค้ากับการดำเนินงานขององค์กร

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมได้แสดงให้เห็นผลลัพธ์ที่สำคัญอันเกิดจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมดังที่กล่าวมาในเบื้องต้น จึงนำไปสู่การทดสอบอิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความสามารถทางนวัตกรรม ด้วยสมมติฐานที่ 3 ดังภาพที่ 8

สมมติฐานที่ 3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม



ภาพที่ 8 อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความสามารถทางนวัตกรรม

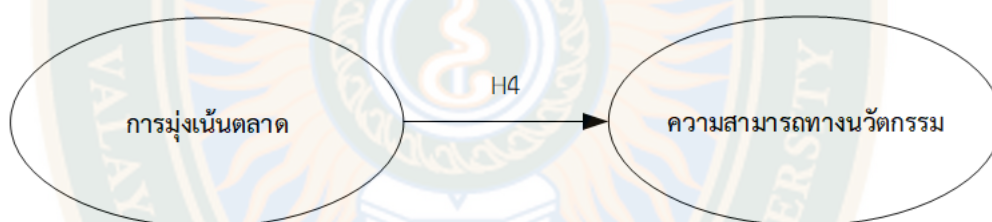
4. อิทธิพลระหว่างการมุ่งเน้นตลาดกับความสามารถทางนวัตกรรม

จากการศึกษาของ Atuahene-Gima (1996) ที่ทำการศึกษาในประเทศออสเตรเลีย เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของการมุ่งเน้นตลาดต่อคุณลักษณะและประสิทธิภาพของความสามารถทางนวัตกรรม พบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับลักษณะเฉพาะของนวัตกรรมในเรื่องของคุณสมบัติของนวัตกรรมตรงกับความต้องการของตลาด ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ และการทำงานเป็นทีมระหว่างสายงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ Boso et al. (2013) พบว่า การมุ่งเน้นตลาดเป็นตัวผลักดันความสำเร็จด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับการศึกษาของ ปรรารณา หลีกภัย และเกิดศิริ เจริญวิศาล (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ผลของการมุ่งเน้นตลาดที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร พบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร โดยที่แนวคิดการมุ่งเน้นตลาดทางด้านพฤติกรรมจะให้ความสำคัญที่ขั้นตอนการเผยแพร่ การตอบสนองต่อความรู้ และการสร้างข้อมูลทางการตลาด ส่วนแนวคิดการมุ่งเน้นตลาด

ทางด้านวัฒนธรรม มองว่า การมุ่งเน้นตลาดเป็นวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งธุรกิจจะต้องมีความมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการศึกษาของ ธัญนันท์ บุญอยู่ (2561) พบว่า การมุ่งเน้นการตลาด ด้านการประสานความร่วมมือลูกค้า และคู่แข่งชั้น มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมด้านกระบวนการและด้านผลิตภัณฑ์ โดยธุรกิจมุ่งเน้นที่กระบวนการผลิตเพื่อสร้างคุณค่าที่ดีให้แก่ตลาดเป้าหมาย ส่งผลให้ธุรกิจสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมได้แสดงให้เห็นผลลัพธ์ที่สำคัญอันเกิดจากการมุ่งเน้นตลาดที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมดังที่กล่าวมาในเบื้องต้น จึงนำไปสู่การทดสอบอิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นตลาดและความสามารถทางนวัตกรรม ด้วยสมมติฐานที่ 4 ดังภาพที่ 9

สมมติฐานที่ 4 การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม



ภาพที่ 9 อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นตลาดและความสามารถทางนวัตกรรม

5. อิทธิพลระหว่างการมุ่งเน้นตลาดกับผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

จากการศึกษาอิทธิพลระหว่างการมุ่งเน้นตลาดกับผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ พบว่ามีหลายผลงานวิจัยที่สนับสนุนอิทธิพลดังกล่าว ดังผลการวิจัยของ Narver et al. (1998) พบว่า การประสานงานภายในองค์กรเพื่อการเรียนรู้ความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สามารถนำมากำหนดทิศทางในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต ส่งผลให้ผลการดำเนินงานขององค์กรที่สูงขึ้น นิลาวัลย์ สว่างรัตน์ (2558) พบว่า การให้ความสำคัญกับการประสานงานภายในองค์กร ลูกค้า และคู่แข่ง ช่วยเพิ่มศักยภาพของธุรกิจให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งมีการติดตามความเคลื่อนไหวของคู่แข่งตลอดเวลา เพื่อนำมาปรับกลยุทธ์ตอบโต้การแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยภา แดงเดช (2561) พบว่า การมุ่งเน้นการตลาด ด้านการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า และการมุ่งเน้นคู่แข่ง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ธุรกิจต้องให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นและความต้องการของลูกค้า ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย สอดคล้องกับการศึกษาของ จงรัก ปรีวัตรนานนท์ และคณะ (2563) ได้ศึกษา

ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการส่งออกซอฟต์แวร์ของผู้ประกอบการไทย พบว่า การมุ่งเน้นตลาด มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการส่งออกซอฟต์แวร์ เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อมในการทำธุรกิจและพฤติกรรมของลูกค้า ส่งผลให้ธุรกิจต้องมีการปรับปรุงกระบวนการในการดำเนินงานและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ผลการดำเนินงานสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนบริบทแวดล้อมในการทำธุรกิจ ทางด้าน ฐิติพร อุ๋นใจ และคณะ (2563) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการมุ่งเน้นตลาดต่อผลการดำเนินงานขององค์กร พบว่า การมุ่งเน้นตลาดไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร เพราะว่าองค์กรที่ดำเนินงานแบบธุรกิจจะต้องมีการมุ่งการเรียนรู้เป็นตัวกลางเพื่อที่จะนำการ มุ่งเน้นตลาดไปสู่การมีความสามารถทางนวัตกรรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผลการดำเนินงานให้กับองค์กรธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของประทานพร จันทร์อินทร์ และคณะ (2563) ที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นการตลาดและผลการดำเนินงานกิจการ พบว่า การมุ่งเน้นการตลาดไม่ได้มีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานขององค์กร เพราะเมื่อองค์กรมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากเกินไป จะส่งผลให้ต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้น และจะกระทบกับผลการดำเนินงานด้านกำไรให้ลดลงในที่สุด ทางด้าน สุภชญา ศรีภักขัย และลัดดา ปินตา (2564) เรื่อง กลยุทธ์การตลาดองค์กรรวมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของ ธุรกิจสตาร์ทอัพ พบว่า กลยุทธ์การตลาดองค์กรรวม 4 องค์กรประกอบ คือ 1) การตลาดเพื่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจริยธรรม ด้านสังคม และด้านกฎหมาย 2) การตลาดเพื่อความสัมพันธ์ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการเป็นหุ้นส่วน และด้านลูกค้า 3) การตลาดแบบบูรณาการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการสื่อสาร และด้านการสื่อสารทางการตลาด 4) การตลาดภายในองค์กร ด้านผู้บริหารระดับสูง ด้านพนักงานแผนกอื่น และด้านฝ่ายหรือแผนกการตลาด มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของสตาร์ทอัพ ด้านการเงิน และด้านไม่เกี่ยวกับการเงิน

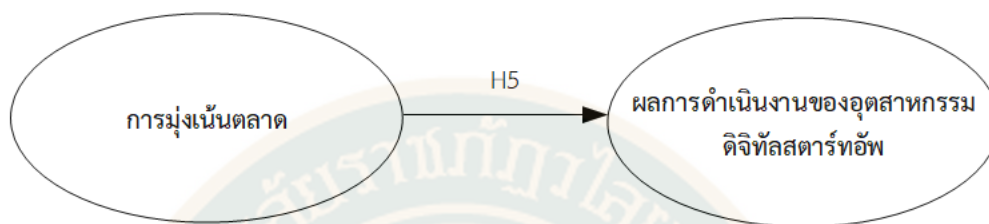
จากการสังเคราะห์วรรณกรรมได้แสดงให้เห็นผลลัพธ์ที่สำคัญอันเกิดจากการมุ่งเน้นตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพดังกล่าวมาในเบื้องต้น จึงนำไปสู่การทดสอบอิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นตลาดและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ด้วยสมมติฐานที่ 5 ดังภาพที่ 10

สมมติฐานที่ 5 การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24



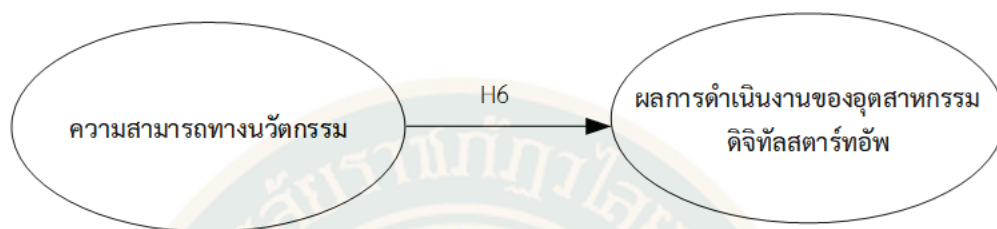
ภาพที่ 10 อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นตลาดและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

6. อิทธิพลระหว่างความสามารถทางนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

จากการศึกษาของ ฐิติพร อุ่นใจ และคณะ (2563) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของความสามารถทางนวัตกรรมต่อผลการดำเนินงานขององค์กร พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร เพราะความสามารถทางนวัตกรรมนำมาซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จนทำให้เกิดยอดขายที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับการศึกษาของ ประสาน นันทะเสน (2565) เรื่องการพัฒนารูปแบบความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรม ด้านนวัตกรรมการตลาด ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านวัฒนธรรมนวัตกรรม และด้านนวัตกรรมองค์กร มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสตาร์ทอัพ ด้านยอดขาย ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด ด้านประสิทธิภาพของการผลิต และด้านอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุน แสดงว่าเมื่อกิจการมีความสามารถทางนวัตกรรมด้านนวัตกรรมองค์กร ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านวัฒนธรรมนวัตกรรม และด้านนวัตกรรมการตลาด ในการบริหารธุรกิจด้วยการเชื่อมโยงนวัตกรรมทั้ง 4 ด้านเข้าด้วยกันได้ก็จะส่งผลให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจสตาร์ทอัพดีขึ้นด้วย

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมได้แสดงให้เห็นผลลัพธ์ที่สำคัญอันเกิดจากความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพดังที่กล่าวมาในเบื้องต้น จึงนำไปสู่การทดสอบอิทธิพลทางตรงของความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ด้วยสมมติฐานที่ 6 ดังภาพที่ 11

สมมติฐานที่ 6 ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ



ภาพที่ 11 อิทธิพลทางตรงของความสามารถทางนวัตกรรมต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

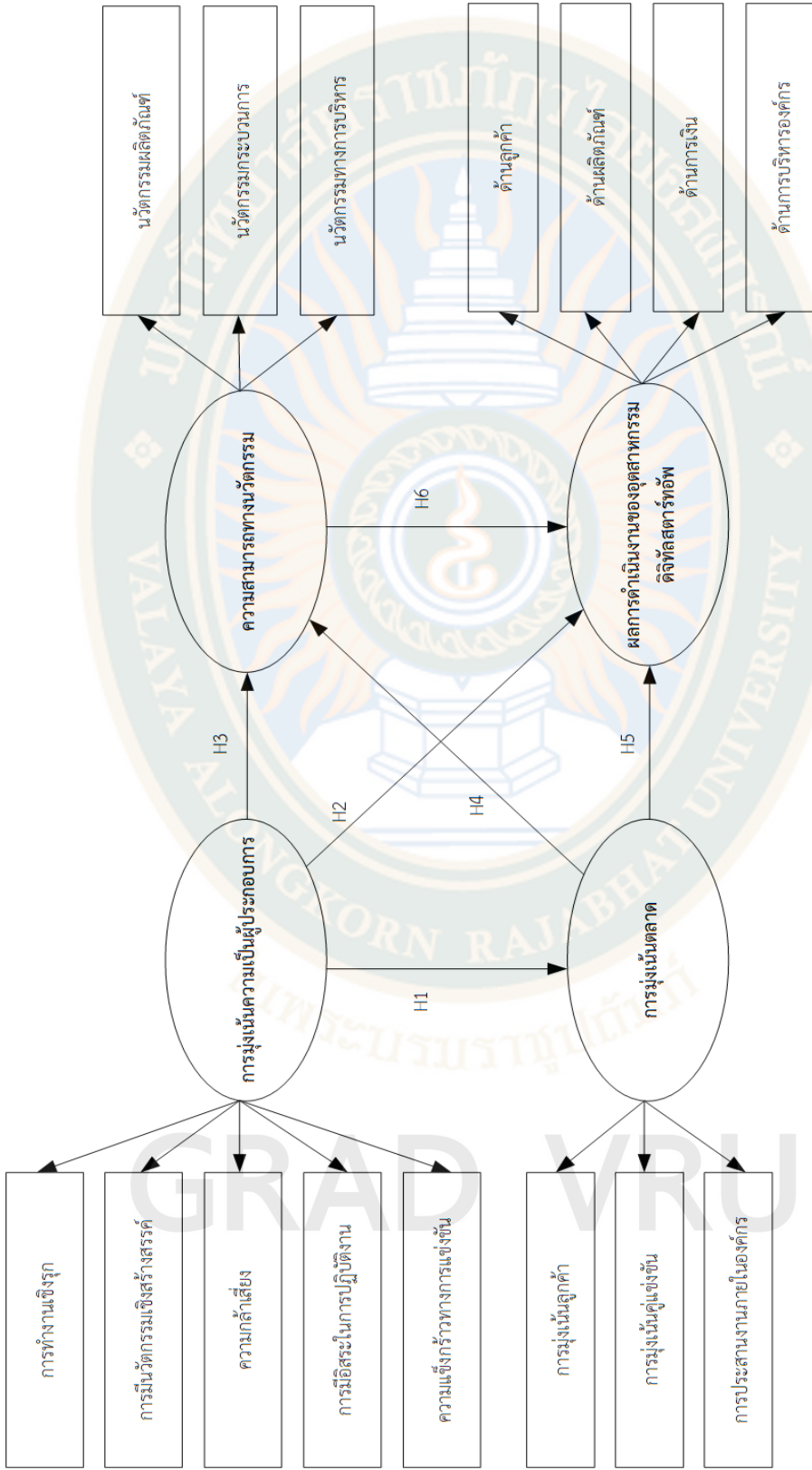
จากการทบทวนแนวคิด และทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย ตลอดจนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย สามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังภาพที่ 12



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv : 08062566 13:25:32 / seq : 24

GRAD VRU



ภาพที่ 12 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวิธีการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ และ 2) การดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบและโมเดลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย
3. เพื่อเสนอรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยออกเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้การศึกษาในครั้งนี้มีกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย ทำให้เกิดความชัดเจนเชิงทฤษฎี ดังนั้นในส่วนแรกผู้วิจัยเริ่มจากการทบทวน เอกสาร ตำราทางวิชาการ วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ในประเด็นที่เกี่ยวกับอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย เพื่อนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัย ทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย โดยทดสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน และทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ด้านความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลในธุรกิจรับจัดทำซอฟต์แวร์ประเภทเกมสำเร็จรูป หลังจากนั้นทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการ



146230796

VRU_1Thesis_57B73170106_thesis / recv: 08062566_13:25:32 / seq: 24

สุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) เพื่อแจกแบบสอบถาม (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2556) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เพื่อทำการสกัดองค์ประกอบ ลดจำนวนตัวแปรข้อคำถามหรือตัวบ่งชี้และจัดกลุ่มตัวแปร

ขั้นตอนที่ 3 นำตัวแปรที่ได้จากการจัดกลุ่มตัวแปร มาสร้างและพัฒนาเครื่องมือเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ใช้เก็บกับประชากรที่ศึกษาคือ เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยที่เปิดดำเนินธุรกิจไม่เกิน 3 ปี ตามการแบ่งของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 672 แห่ง ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 เท่าของจำนวนพารามิเตอร์ (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2014) โดยมีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม จำนวน 6 จังหวัด ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร จำนวน 300 แห่ง เพื่อใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

ขั้นตอนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จากอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ที่ยังดำเนินกิจการอยู่

ขั้นตอนที่ 5 นำผลการวิเคราะห์ (CFA) ประเมินความกลมกลืนของตัวแบบโมเดลข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวม (Overall Model Fit Measure) ประเมินความกลมกลืนของผลลัพธ์ในส่วนประกอบที่สำคัญของตัวแบบ (Component Fit Measure) มาตรวจสอบความเที่ยงตรงโมเดลการวัด แต่ละองค์ประกอบและทดสอบตัวแบบสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้วยการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model Analysis: SEM) การวิเคราะห์เส้นทาง หรือสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path analysis)

ขั้นตอนที่ 6 การยืนยันผลการวิจัย (Confirm) กับผู้ประกอบการ ตัวแทน ผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีประสบการณ์ หรือผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 ท่าน ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อพิจารณาประเมินและให้ข้อเสนอแนะถึงความเหมาะสมของรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยในการนำไปใช้ปฏิบัติจริง

ขั้นตอนที่ 7 การเผยแพร่งานวิจัย โดยตีพิมพ์ บทความวิชาการในวารสารวิชาการที่เกี่ยวข้องเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมและส่วนรวมไปใช้งานได้จริง



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

3.2 การดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ

เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย อีกทั้ง เพื่อเป็นการตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล และสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีการปรับรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย เพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสม

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ

เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยที่เปิดดำเนินธุรกิจไม่เกิน 3 ปี จำนวน 6 จังหวัด ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร ตามการแบ่งของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ เจ้าของกิจการ ประกอบด้วย เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายที่อยู่ในธุรกิจขนาดเล็ก จำนวน 672 แห่ง ดังตารางที่ 1

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงความเหมาะสมในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ซึ่ง Hair et al. (2014) กล่าวว่าขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างควรมีขนาดตัวอย่าง 10-20 เท่าของจำนวนพารามิเตอร์ในงานวิจัยนั้น ๆ และ สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีจำนวนพารามิเตอร์ในแบบจำลองจำนวน 15 พารามิเตอร์ ขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย $20 \times 15 = 300$ การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยการแบ่งตามอัตราส่วนแต่ละจังหวัด และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยการจับสลากแบบไม่ใส่คืนเพื่อแจกแบบสอบถาม ดังนี้ กรุงเทพมหานคร จำนวน 214 แห่ง นครปฐม จำนวน 4 แห่ง นนทบุรี จำนวน 36 แห่ง ปทุมธานี จำนวน 21 แห่ง สมุทรปราการ จำนวน 22 แห่ง และสมุทรสาคร จำนวน 2 แห่ง ผลจากการคำนวณดังกล่าวเป็นจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูลและเป็นการสำรองหรือลดความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล และเป็นการสำรองหรือลดความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถาม รวมทั้งคำนึงถึงความเหมาะสมประเด็นในการวิจัย ดังตารางที่ 1



146230796

ตารางที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ

จังหวัด	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	480	214
นครปฐม	10	4
นนทบุรี	81	36
ปทุมธานี	46	21
สมุทรปราการ	50	22
สมุทรสาคร	5	2
รวม	672	300

3.2.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย

- 1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร คือ
 - (1) การทำงานเชิงรุก
 - (2) การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์
 - (3) ความกล้าเสี่ยง
 - (4) การมีอิสระในการปฏิบัติงาน
 - (5) ความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน
- 2) ตัวแปรส่งผ่าน ได้แก่ การมุ่งเน้นตลาดและความสามารถทางนวัตกรรม
 - 2.1) การมุ่งเน้นตลาด ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร คือ
 - (1) การมุ่งเน้นลูกค้า
 - (2) การมุ่งเน้นคู่แข่ง
 - (3) การประสานงานภายในองค์กร
 - 2.2) ความสามารถทางนวัตกรรม ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร คือ
 - (1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์
 - (2) นวัตกรรมกระบวนการ
 - (3) นวัตกรรมทางการบริหาร
- 4) ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร คือ

- (1) การเงิน
- (2) ลูกค้า
- (3) กระบวนการภายใน
- (4) การเรียนรู้และการพัฒนา

3.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเรื่องอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้รวบรวมประเด็นคำถามที่ใช้ในการวิจัยต่าง ๆ เพื่อนำมาบูรณาการและกำหนดประเด็นคำถามที่เหมาะสมสำหรับใช้ในการวิจัย เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งมีพื้นฐานมาจากศึกษาทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ส่วนใหญ่เป็นการประยุกต์คำถามจากงานวิจัยในประเทศและต่างประเทศ ในการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้สร้างตามความมุ่งหมายของงานวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 2 สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้พัฒนาขึ้น โดยศึกษาข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการวิเคราะห์ห่อองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) มาจัดกลุ่มตัวแปร และนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire)

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการวิจัยเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาให้ครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย และนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้คำแนะนำ

ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำแล้ว นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความรู้และประสบการณ์เฉพาะด้าน เพื่อทดสอบความตรงความครอบคลุมเนื้อหา และความถูกต้องในสำนวนภาษา

ขั้นตอนที่ 5 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ผ่านการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้งและนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ขั้นตอนที่ 6 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ทำการแจกเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

3.2.4 แบบสอบถามที่ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามโครงสร้างเนื้อหาการวิจัยประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน จำนวน 53 ข้อ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ และระดับการศึกษา เพื่อใช้ในการวิเคราะห์หาค่าสถิติ ได้แก่ ความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check lists)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ซึ่งปัจจัยที่นำมาศึกษามีทั้งหมด 4 ตัวแปร เรียงตามเนื้อหาข้อคำถามตามลำดับของตัวแปรที่นำมาศึกษา ดังนี้

1) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ โดยมีเนื้อหาตามตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร คือ การทำงานเชิงรุก การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ ความกล้าเสี่ยง การมีอิสระในการปฏิบัติงาน และความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน มีจำนวนข้อคำถาม 17 ข้อ

2) การมุ่งเน้นตลาด โดยมีเนื้อหาตามตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร คือ การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการประสานงานภายในองค์กร มีจำนวนข้อคำถาม 11 ข้อ

3) ความสามารถทางนวัตกรรม โดยมีเนื้อหาตามตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมทางการบริหาร มีจำนวนข้อคำถาม 11 ข้อ

4) ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ โดยมีเนื้อหาตามตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร คือ การเงิน ลูกค้า กระบวนการภายใน และการเรียนรู้และการพัฒนา มีจำนวนข้อคำถาม 14 ข้อ

เครื่องมือที่ใช้ในการวัดเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ดังนี้

- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

และผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายตามช่วงระดับค่าเฉลี่ย ดังต่อไปนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557)

คะแนนเฉลี่ย	4.50-5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50-4.49	เห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50-3.49	เห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50-2.49	เห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.49	เห็นด้วยน้อยที่สุด



3.2.5 การสร้างและการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ พิจารณา 2 ส่วนคือ ค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือในการวิจัย และมาตรวัด (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556) ได้อธิบายถึง การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในลักษณะของวิธีดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับงานวิจัยเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ที่ใช้การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ด้วยการหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) และการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) การตรวจสอบความตรง (Validity) ด้วยวิธีการหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และค่าความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยวิธีหาค่า Factor Analysis ในการหาค่า Exploratory Factor Analysis (EFA) การวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการปรับปรุงแก้ไข ให้มีความสมบูรณ์ขึ้น หลังจากได้รับการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วมาทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือโดยการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลธิชา ทิพย์ประทุม นักวิชาการ
2. ดร.พฤษัช สุพรรณาลัย พนักงานบริษัท
3. ดร.พรพิมล ขำเพชร นักวิชาการ
4. ดร.อุดมธิปก ไพรเกษตร กรรมการบริหาร บริษัท ดิจิทัล บิสิเนส คอนซัลท์ จำกัด และกรรมการสมาคมดิจิทัลไทย
5. นายทินกร เหล่าเราวิโรจน์ นายกสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย

ภายหลังจากที่พิจารณาของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิความตรงของข้อคำถามแล้วผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแล้วมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือนิยาม (Index of items-Objective Congruency: IOC) โดยให้คะแนนระดับความสอดคล้อง ดังนี้

- +1 = เมื่อผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
- 0 = เมื่อผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
- 1 = เมื่อผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิแน่ใจว่า ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

2) แบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of congruence: IOC) ระหว่างแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์โดยการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน

3) เลือกแบบทดสอบที่มีดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ 0.5 ขึ้นไปไว้ (อนิวซ์ แก้วจางค์, 2565) ถ้าไม่พอให้นำข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้องต่ำกว่า 0.5 มาปรับปรุงแก้ไข และให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบใหม่ เพื่อให้ได้ข้อคำถามในแบบสอบถามตามที่กำหนดไว้

4) การหาค่าความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในงานวิจัย ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ใช้การวิเคราะห์ตัวแปรด้วยวิธี Exploratory Factor Analysis (EFA) เพื่อให้ได้ค่าความตรงเชิงเส้น (Construct Validity) ซึ่งเป็นการตรวจสอบเครื่องมือความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity tool) ของตัวแปรว่ามีโครงสร้างตามนิยามทฤษฎีหรือไม่ และสอดคล้องกลมกลืนกับสภาพความเป็นจริงอย่างไร ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นงานวิจัยนี้ใช้ การพิจารณา คือ คุณสมบัติของแต่ละตัวแปรได้ค่า Factor Loading ที่มาจากการวิเคราะห์ EFA ของทุกข้อคำถาม โดยพิจารณาจากการกำหนดให้แต่ละองค์ประกอบมีค่าน้ำหนักของปัจจัยไม่น้อยกว่า 0.30 ค่าความผันแปร (Eigenvalue) มากกว่า 1 ค่า KMO ไม่ต่ำกว่า 0.50 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2006) ดังนั้น ข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถามจึงมีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยที่ต้องการวัดมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา มีความชัดเจนของภาษา และครอบคลุมเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องศึกษา จึงสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ

5) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง และนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมดิจิทัล สตาร์ทอัพที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 บริษัท แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach Alpha) ในงานวิจัยนี้พบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) อยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่าเท่ากับ 0.984 ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นและสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

6) การตรวจสอบความครบถ้วนความตรงข้อมูล (Missing data and Accuracy of data Files) สิ่งแรกที่นักวิจัยต้องทำคือ การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลว่ามีครบทุกข้อคำถามหรือไม่ โดยทั่วไปแล้วหากมีจำนวนข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ไม่มากนักผู้วิเคราะห์อาจไม่



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

จำเป็นต้องใช้ข้อมูลในชุดนั้น ๆ ก็ได้หรืออาจใช้วิธีการพยากรณ์ข้อมูลโดยใช้วิธีการง่ายที่สุดคือวิธีการใช้ค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่มีอยู่เพื่อคำนวณหาค่าของข้อมูลที่สูญหาย

3.2.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2564 - เดือนมีนาคม 2565 โดยการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางแผนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) ติดต่อหาทางมาเบื้องต้นกับธุรกิจดิจิทัลสตาร์ทอัพกลุ่มตัวอย่างพูดคุยอธิบายรายละเอียดของงานวิจัยให้ทราบถึงระเบียบวิธีวิจัยวัตถุประสงค์ประโยชน์ที่จะได้รับถ้าผู้ตอบแบบสอบถามถ้าไม่พึงพอใจก็ไม่ต้องส่งแบบสอบถามไป แต่ถ้าพึงพอใจที่จะตอบก็ให้ส่งแบบสอบถามและทำการขอหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

2) ขอหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อขออนุญาตและขอความอนุเคราะห์จากเจ้าของธุรกิจผู้บริหาร หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายที่อยู่ในอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

3) แจกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยขอความร่วมมือและอธิบายรายละเอียดในการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม (มร.6)

4) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจความสมบูรณ์ในการให้คะแนนเพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป

3.2.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อคำนวณสถิติและวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ทางสถิติโดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่

(1) สถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยนำสถิติเชิงพรรณนา มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) มาใช้อธิบายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประกอบธุรกิจมานาน

(2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ผู้วิจัยศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาจากการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อทำสกัดองค์ประกอบและลดจำนวนตัวแปรข้อคำถามหรือตัวบ่งชี้และใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบโครงสร้างองค์ประกอบตามแนวคิดทฤษฎีว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

2) การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) การวิเคราะห์เส้นทาง หรือสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path analysis) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์หลายตัวแปร โดยเป็นได้ทั้งเทคนิคการหาสาเหตุ การหาความสัมพันธ์ซึ่งสามารถตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและสามารถตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลที่สร้างขึ้นกับข้อมูลจริง (Hair et al., 2006) กล่าวว่า การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์หลายตัวแปร ที่นักวิจัยสามารถตรวจสอบชุดของความสัมพันธ์ของตัวแปรที่วัดได้ ดังนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) การวิเคราะห์เส้นทาง หรือสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path analysis) สำหรับการวิเคราะห์โครงสร้างความเป็นผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องโมเดล ดังนี้

(1) ค่าดัชนีไคสแควร์ (Chi-Square: χ^2) ซึ่งเป็นค่าดัชนีที่ทดสอบสมมติฐานความกลมกลืนระหว่างโมเดลที่คาดไว้กับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เก็บได้ ถ้าค่าไคสแควร์มีค่าต่ำหรือเข้าไปสู่ศูนย์ แสดงว่ามีความสอดคล้องของโมเดลในภาพรวม ค่าองศาอิสระอิสระ (Degree of Freedom: df) เป็นค่าสถิติที่ใช้แสดงความสอดคล้องระหว่างข้อมูลเชิงประจักษ์กับโมเดลโดยใช้พิจารณาร่วมกับค่าไคสแควร์ (Chi-Square) นั่นคือ χ^2/df ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานทางสถิติฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ถ้าค่าไคสแควร์มีค่าต่ำมาก หรือยิ่งเข้าใกล้ศูนย์มากเท่าไรแสดงว่าข้อมูลโมเดลนั้นยังมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557)

(2) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index: GFI) เป็นอัตราส่วนของผลต่างระหว่างฟังก์ชันความสอดคล้องระหว่างโมเดลต้นแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เกณฑ์การประเมินความกลมกลืนสอดคล้องระหว่างตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถ้าค่า $GFI \geq 0.9$ ถือว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และถ้าค่าดัชนี GFI ยังมีค่าเข้าใกล้ 1 มากเท่าไรแสดงว่าโมเดลนั้นยังมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556)

(3) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) เป็นค่าสถิติที่ได้จากการปรับค่าองศาอิสระและจำนวนพารามิเตอร์ของโมเดล หากค่า $AGFI \geq 0.9$ จะถือว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556)

(4) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบของ Tucker and Lewis (Tucker and Lewis index: TLI) ใช้ในการทดสอบประมาณที่เปลี่ยนแปลงจากการเปรียบเทียบค่าไคสแควร์ของโมเดลอิสระหารด้วยองศาอิสระของโมเดลอิสระกับค่าไคสแควร์ของโมเดลที่พัฒนาขึ้นหารด้วยองศาอิสระของโมเดลที่พัฒนาขึ้น หากค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบของ Tucker and



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

Lewis มากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 แสดงว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Shumacker & Lomax, 2004)

(5) Normed Fit Index (NFI) มีค่าระหว่าง 0-1 เมื่อค่า NFI > 0.9 แสดงว่าเกิดความกลมกลืนค่อนข้างดี

(6) Incremental Fit Index (IFI) ถ้าค่า IFI มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าโมเดลที่ผู้วิจัย คาดไว้ว่ามีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดย IFI > 0.90 สรุปว่ามีความกลมกลืนระหว่างโมเดล ข้อมูลเชิงประจักษ์

(7) Comparative Fit Index (CFI) ใช้เปรียบเทียบโมเดลที่คาดไว้กับโมเดลอิสระซึ่ง ตัวแปรเป็นอิสระกัน ถ้าค่า CFI > 0.9 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืน ถ้าค่า CFI มีค่าระหว่าง 0-1 ซึ่ง ใกล้ 1 หมายถึง เกิดความกลมกลืนระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556)

(8) ค่า HOELTER ใช้ตรวจสอบขนาดตัวอย่างต่ำสุดที่ยอมรับ H_0 ว่าพอหรือ เหมาะสมหรือยัง ซึ่ง HOELTER > 200 จึงจะถือว่าขนาดตัวอย่างมากพอ

(9) ค่าดัชนีความสอดคล้องในรูปแบบความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Residual: RMR) เป็นค่าเฉลี่ยของค่าความคลาดเคลื่อนที่ได้จากการเปรียบเทียบเมทริกซ์ค่า แปรปรวน-ค่าแปรปรวนร่วมของโมเดลที่ผู้วิจัยคาดไว้ (Σ) กับ เมทริกซ์ค่าแปรปรวน-ค่าแปรปรวนร่วม ของข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง (S) ค่า RMR เข้าสู่ศูนย์จะได้โมเดลที่มีความสอดคล้องกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์

(10) ค่าดัชนีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) แสดงถึงค่าเฉลี่ยของความแตกต่าง (ความไม่กลมกลืน) ต่อองศาอิสระ ดังนั้น RMSEA ของโมเดลที่กลมกลืนควรมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ รายละเอียดเพิ่มเติม ดังนี้ $RMSEA \leq 0.05$ แสดงว่า โมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ $0.05 < RMSEA \leq 0.08$ แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ $RMSEA > 0.08$ แสดงว่า โมเดลไม่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์จึงควรมีการปรับปรุงโมเดล (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556)

3.3 การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อยืนยันรูปแบบที่เหมาะสมในการบริหารธุรกิจดิจิทัล สตาร์ทอัพในประเทศไทย การวิจัยเป็นการสอบถามแบบคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) ลักษณะเป็นคำถามเปิดโอกาสให้ผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างเต็มที่ ซึ่งคาดว่าน่าจะได้ คำตอบที่แน่นอน สมบูรณ์ ตรงกับสภาพความเป็นจริงได้มากกว่าคำตอบที่จำกัดวงให้ตอบ เพื่อให้ได้ ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับนำมาวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อให้เกิดความชัดเจนถูกต้อง



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

3.3.1 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพคือ เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ จำนวน 9 ท่าน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผู้วิจัยใช้วิจารณญาณของตัวเองในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร โดยกำหนดกฎเกณฑ์ในการคัดเลือกไว้ว่า ผู้ให้ข้อมูลจะต้องเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ หน่วยงานของรัฐที่ออกนโยบายและทำการส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายที่เคยมีประสบการณ์ในการบริการธุรกิจดิจิทัลสตาร์ทอัพ และนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ โดยการแนะนำตนเองเพื่อเข้าไปขอสัมภาษณ์ เพื่อสอบถามข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพดังนี้

แบบคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) และสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แนวทางการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ใช้แบบคำถามปลายเปิดที่มีความยืดหยุ่นสูง โดยมีข้อคำถามดังนี้

1. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาดหรือไม่ อย่างไร
2. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพหรือไม่ อย่างไร
3. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมหรือไม่ อย่างไร
4. การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมหรือไม่ อย่างไร
5. การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพหรือไม่ อย่างไร
6. ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพหรือไม่ อย่างไร
7. ท่านคิดว่ามีปัจจัยอื่นใดบ้างที่มีอิทธิพลในโมเดลอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

การสัมภาษณ์เป็นคำถามกึ่งโครงสร้างเพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้สามารถพูดคุยเรื่องราวเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจดิจิทัลสตาร์ทอัพได้อย่างอิสระไม่มีกำแพงกั้นระหว่างผู้สัมภาษณ์ ซึ่งยึดหลักความเต็มใจของผู้ให้ข้อมูลเป็นหลักและสามารถอธิบายสอบถามแลกเปลี่ยนระหว่างผู้สัมภาษณ์ได้อย่างอิสระ โดยผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับผู้ให้สัมภาษณ์คนแรกและคนที่สองเพื่อนำข้อมูลเป็นแนวทางการถามในผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับต่อไป จนกระทั่งถึงจุดอิ่มตัวของข้อมูลคือไม่มีคำตอบในประเด็นนอกเหนือจากผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนหน้า

3.3.3. การวิเคราะห์ข้อมูลหลังการเก็บข้อมูล

3.3.3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อการยืนยัน ผู้วิจัยได้นำเทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) สามารถสรุปว่าเทคนิคที่ใช้ในการยืนยันรูปแบบที่เหมาะสมในการบริหารธุรกิจดิจิทัลสตาร์ทอัพ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยนำข้อมูลที่ได้อ่านตีความหมายด้วยกระบวนการ ดังต่อไปนี้

1. การลดทอนข้อมูล (Data Reduction) โดยการเรียบเรียงเฉพาะข้อมูลที่สำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก
2. การจัดระเบียบข้อมูล (Data Display) ได้จัดหมวดหมู่ของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยกำหนดให้ประเด็นที่มีคำตอบคล้ายกันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน
3. การค้นหาข้อสรุปและตีความหมายของข้อมูลในรูปแบบพรรณนาตามแนวคิดทางการศึกษาที่กำหนดไว้
4. สรุปผลพรรณนาข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อบรรยายให้เห็นสภาพความเป็นจริงของความคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายและเขียนรายงานสรุปในลักษณะของพรรณนาความในลักษณะขององค์รวม

ภายหลังจากได้เปรียบเทียบ อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย จากการวิเคราะห์เนื้อหา กับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณซึ่งเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์แล้ว ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย นักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ จำนวน 9 ท่าน หลังจากได้สัมภาษณ์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงทำการสรุปผลข้อมูลการวิจัยทั้งหมดเพื่อจัดทำเป็นรูปเล่มที่สมบูรณ์นำเสนอต่อไป



146230796

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย 3) เพื่อเสนอรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

ซึ่งข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดจะนำมาวิเคราะห์และจำแนกข้อมูลเพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาลักษณะประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

ตอนที่ 4 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุและการทดสอบสมมติฐาน

สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติและตัวแปร รวมถึงกำหนดความหมายของสัญลักษณ์ค่าสถิติและตัวแปร เพื่อให้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความเข้าใจตรงกันเกี่ยวกับสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้



146230796

VRU_1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

1. สัญลักษณ์และความหมายของอักษรย่อที่ใช้แทนค่าสถิติ

n	หมายถึง	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)
M	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
SD	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	หมายถึง	ค่าสถิติทดสอบ ที (t-test)
F	หมายถึง	ค่าสถิติทดสอบ เอฟ (F-test)
SKEM	หมายถึง	ค่าความเบ้ (Skewness)
KUS	หมายถึง	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
r	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
χ^2	หมายถึง	ดัชนีตรวจสอบความกลมกลืนประเภทค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square)
df	หมายถึง	องศาอิสระ (Degree of Freedom)
CMIN/DF	หมายถึง	ดัชนีที่ใช้ในการเปรียบเทียบโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือ χ^2 (Chi-square statistic comparing the tested model and the independent model with the saturated model: CMIN/DF)
GFI	หมายถึง	ดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index)
AGFI	หมายถึง	ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)
CFI	หมายถึง	ค่าดัชนีระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index)
RMR	หมายถึง	ดัชนีความสอดคล้องในรูปแบบความคลาดเคลื่อน (Root Mean Squared Residual)
RMSEA	หมายถึง	ดัชนีของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation)
MAX	หมายถึง	คะแนนสูงสุด (Maximum)
MIN	หมายถึง	คะแนนต่ำสุด (Minimum)
SE	หมายถึง	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error)
χ^2	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of Determination)
CN	หมายถึง	ค่าขนาดตัวอย่างวิกฤติ (Critical N)



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

CR	หมายถึง	ค่าความเที่ยงรวมของตัวแปร (Composite Reliability)
TE	หมายถึง	ขนาดความสัมพันธ์รวม
IE	หมายถึง	ขนาดความสัมพันธ์ทางอ้อม
DE	หมายถึง	ขนาดความสัมพันธ์ทางตรง

2. อักษรย่อที่ใช้แทนตัวแปร

ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) ได้แก่ EPO หมายถึง การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ วัดได้จากตัวแปรสังเกตภายนอก (Observed Variable) 5 ตัวแปร คือ

PRO	หมายถึง	การทำงานเชิงรุก
CRE	หมายถึง	การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์
RIS	หมายถึง	ความกล้าเสี่ยง
AUT	หมายถึง	การมีอิสระในการปฏิบัติงาน
CAG	หมายถึง	ความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน

ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) ได้แก่ MKO หมายถึง การมุ่งเน้นตลาด วัดได้จากตัวแปรสังเกตภายนอก (Observed Variable) 3 ตัวแปร คือ

CUS	หมายถึง	การมุ่งเน้นลูกค้า
COR	หมายถึง	การมุ่งเน้นคู่แข่ง
INC	หมายถึง	การประสานงานภายในองค์กร

ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) ได้แก่ IVC หมายถึง ความสามารถทางนวัตกรรม วัดได้จากตัวแปรสังเกตภายนอก (Observed Variable) 3 ตัวแปร คือ

PRD	หมายถึง	นวัตกรรมผลิตภัณฑ์
PRC	หมายถึง	นวัตกรรมกระบวนการ
MNM	หมายถึง	นวัตกรรมทางการบริหาร

ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) ได้แก่ DSP หมายถึง ผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ วัดได้จากตัวแปรสังเกตภายนอก (Observed Variable) 4 ตัวแปร คือ

FIN	หมายถึง	ด้านการเงิน
CTM	หมายถึง	ด้านลูกค้า
ITN	หมายถึง	ด้านกระบวนการภายใน
LEN	หมายถึง	ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาลักษณะประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคล จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนพนักงาน ระยะเวลาของการเปิดกิจการ และเปรียบเทียบผลการดำเนินงาน (รายได้) กับอดีตที่ผ่านมา โดยแสดงเป็นจำนวน และร้อยละ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	170	56.67
หญิง	130	43.33
อายุ		
ไม่เกิน 29 ปี	83	27.67
30-40 ปี	146	48.67
41-50 ปี	27	9.00
51 ปีขึ้นไป	44	14.66
ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรี	154	51.33
ปริญญาโท	102	34.00
ปริญญาเอก	44	14.67
จำนวนพนักงาน		
ไม่เกิน 10 คน	214	71.33
11-20 คน	73	24.33
21 คนขึ้นไป	13	4.34
ระยะเวลาของการเปิดกิจการ		
ไม่เกิน 1 ปี	66	22.00
2 ปี	112	37.33
3 ปี	122	40.67



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 2 (ต่อ)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เปรียบเทียบผลการดำเนินงาน (รายได้) กับอดีตที่ผ่านมา		
เพิ่มขึ้น	194	64.67
เท่าเดิม	79	26.33
ลดลง	27	9.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งหมด 300 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 56.67 เพศหญิง มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 30-40 ปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 48.67 รองลงมา อายุ ไม่เกิน 29 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 27.67 อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.66 และอายุ 41-50 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 51.33 รองลงมา ได้แก่ การศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และการศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพนักงานไม่เกิน 10 คน จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 71.33 รองลงมา พนักงาน 11-20 คน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 24.33 และพนักงาน 21 คนขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.34 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาของการเปิดกิจการ 3 ปี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 40.67 รองลงมา ระยะเวลาของการเปิดกิจการ 2 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 37.33 และระยะเวลาของการเปิดกิจการ ไม่เกิน 1 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปรียบเทียบผลการดำเนินงาน (รายได้) กับอดีตที่ผ่านมา เพิ่มขึ้น จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 64.67 รองลงมา เท่าเดิม จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.33 และลดลง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูลโดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. การทำงานเชิงรุก	4.04	0.69	มาก
1.1 องค์กรของท่านมีการคาดการณ์ปัญหา ความต้องการ หรือการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต	3.88	1.15	มาก
1.2 องค์กรของท่านมีการวางแผนล่วงหน้าสำหรับโครงการต่าง ๆ	4.04	1.01	มาก
1.3 องค์กรของท่านพยายามเข้าสู่ตลาดเป็นเจ้าแรกเพื่อรับผลประโยชน์จากการเป็นผู้บุกเบิกในอุตสาหกรรม	3.87	0.96	มาก
1.4 องค์กรของท่านติดตามแนวโน้มอย่างต่อเนื่องและระบุความต้องการในอนาคตของลูกค้า	4.35	0.48	มากที่สุด
2. การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์	4.13	0.71	มาก
2.1 องค์กรของท่านมีความคิดสร้างสรรค์ในวิธีการทำงาน	4.07	0.78	มาก
2.2 องค์กรของท่านแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการทำสิ่งต่าง ๆ	4.17	0.81	มาก
2.3 องค์กรของท่านมีการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	4.15	0.87	มาก



146230796

VRU :Thesiss 57B73170106 :thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 3 (ต่อ)

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
3. ความกล้าเสี่ยง	3.90	0.56	มาก
3.1 องค์กรของท่านยินดีที่จะลงทุนเวลาและเงินเป็นจำนวนมากกับสิ่งที้อาจจะให้ผลตอบแทนสูง	3.45	1.04	มาก
3.2 องค์กรของท่านทำการตัดสินใจอย่างกล้าหาญในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยง	3.77	0.75	มาก
3.3 องค์กรของท่านใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้น	4.30	0.54	มากที่สุด
3.4 องค์กรของท่านดำเนินการอย่างกล้าหาญโดยเข้าไปทำงานที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์	4.07	0.84	มาก
4. การมีอิสระในการปฏิบัติงาน	3.48	0.78	มาก
4.1 องค์กรของท่านใช้การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างที่จำเป็น เช่น กลุ่มเล็ก ๆ ที่เป็นอิสระเพื่อกระตุ้นแนวคิดใหม่ ๆ	3.48	0.93	มาก
4.2 องค์กรของท่านส่งเสริมวัฒนธรรมการให้รางวัลสำหรับความคิดใหม่ ๆ	3.02	1.32	ปานกลาง
4.3 องค์กรของท่านมีกระบวนการที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	3.95	1.13	มาก
5. ความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน	2.84	0.74	ปานกลาง
5.1 องค์กรของท่านมีท่าทีแข็งแกร่งเพื่อต่อสู้กับคู่แข่ง	3.07	1.14	ปานกลาง
5.2 องค์กรของท่านเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันโดยการเข้าสู่ตลาดด้วยราคาที่ต่ำลงอย่างมาก	2.78	1.06	ปานกลาง
5.3 องค์กรของท่านเลียนแบบธุรกิจ แนวทางปฏิบัติหรือเทคนิคของคู่แข่งที่ประสบความสำเร็จ	2.68	1.08	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.68	0.41	มาก



146230796

VRU :Thesiss 57B73170106 thesiss / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

จากตารางที่ 3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($M = 3.68$, $SD = 0.41$) แปลความได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างมากว่าองค์กรมีรูปแบบการตัดสินใจของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารองค์กร วิธีการ และการปฏิบัติซึ่งจะสะท้อนถึงวิธีการที่องค์กรดำเนินงาน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการทำงานเชิงรุก ข้อคำถามเกี่ยวกับองค์กรของท่าน ติดตามแนวโน้มอย่างต่อเนื่องและระบุความต้องการในอนาคตของลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.35$, $SD = 0.48$) ด้านการมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ พบว่า คำถามเกี่ยวกับองค์กรของท่าน แสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการทำสิ่งต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ($M = 4.17$, $SD = 0.81$) ด้านความกล้าเสี่ยง พบว่า คำถามเกี่ยวกับองค์กรของท่านใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.30$, $SD = 0.54$) ด้านการมีอิสระในการปฏิบัติงาน พบว่า คำถามเกี่ยวกับองค์กรของท่านมีกระบวนการที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่ในระดับมาก ($M = 3.95$, $SD = 1.13$) และด้านความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน พบว่า คำถามเกี่ยวกับองค์กรของท่านมีท่าทีแข็งแกร่งเพื่อต่อสู้กับคู่แข่ง อยู่ในระดับปานกลาง ($M = 3.07$, $SD = 1.14$)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมุ่งเน้นตลาด

การมุ่งเน้นตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. การมุ่งเน้นลูกค้า	4.16	0.60	มาก
1.1 องค์กรของท่านเข้าใจความต้องการของลูกค้า	4.13	0.62	มาก
1.2 องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับบริการหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ	4.32	0.88	มากที่สุด
1.3 องค์กรของท่านมีการวัดความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	3.85	1.02	มาก
1.4 องค์กรของท่านทำทุกวิถีทางเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า	4.02	0.94	มาก
1.5 องค์กรของท่านมีความมุ่งมั่นที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	4.48	0.63	มากที่สุด



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 4 (ต่อ)

การมุ่งเน้นตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
2. การมุ่งเน้นคู่แข่ง	3.84	0.79	มาก
2.1 องค์กรของท่านมองหาโอกาสที่จะสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา	4.37	0.64	มากที่สุด
2.2 พนักงานในองค์กรของท่านมีการแบ่งปันข้อมูลคู่แข่ง กับแผนกอื่น ๆ อยู่เสมอ	3.71	1.31	มาก
2.3 ผู้บริหารในองค์กรของท่านมีการพูดคุยเกี่ยวกับการ กระทำของคู่แข่งเป็นประจำ	3.44	1.17	มาก
3. การประสานงานภายในองค์กร	3.99	0.59	มาก
3.1 กลยุทธ์ทางการบริหารเน้นให้เกิดการประสานงาน ของหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กร	3.82	0.77	มาก
3.2 องค์กรของท่านมีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับ ประสบการณ์ของลูกค้าที่ดีและไม่ดีได้อย่างอิสระในทุก สายงานทางธุรกิจ	4.13	0.73	มาก
3.3 แผนกต่าง ๆ ในองค์กรของท่านมีการแบ่งปันข้อมูลซึ่ง กันและกันอย่างสม่ำเสมอ	4.02	0.87	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00	0.42	มาก

จากตารางที่ 4 การมุ่งเน้นตลาด โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($M = 4.00$, $SD = 0.42$) แปลความได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างมากว่าองค์กรมีวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมค่านิยมเกี่ยวกับการติดตามตลาดเป้าหมาย เพื่อให้สามารถนำเสนอคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งให้กับลูกค้าเป้าหมาย เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ข้อคำถามเกี่ยวกับองค์กรของท่านมีความมุ่งมั่นที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.48$, $SD = 0.63$) ด้านการมุ่งเน้นคู่แข่ง พบว่า คำถามเกี่ยวกับองค์กรของท่านมองหาโอกาสที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.37$, $SD = 0.64$) และด้านการประสานงานภายในองค์กร พบว่า คำถามเกี่ยวกับองค์กรของท่านมีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ของลูกค้าที่ดีและไม่ดีได้อย่างอิสระในทุกสายงานทางธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ($M = 4.13$, $SD = 0.73$)



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถทางนวัตกรรม

ความสามารถทางนวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	3.93	0.50	มาก
1.1 องค์กรของท่านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับของตลาด	4.01	0.82	มาก
1.2 องค์กรของท่านสามารถเปิดตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ได้เร็วกว่าคู่แข่ง	3.40	1.03	ปานกลาง
1.3 องค์กรของท่านพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเสมอ	4.21	0.87	มากที่สุด
1.4 องค์กรของท่านมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้เหนือกว่าคู่แข่งในด้านคุณสมบัติการใช้งาน	4.10	0.58	มาก
2. นวัตกรรมกระบวนการ	4.15	0.60	มาก
2.1 องค์กรของท่านมีการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตได้รวดเร็วกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	3.78	1.20	มาก
2.2 องค์กรของท่านมีทักษะหรืออุปกรณ์ใหม่ ๆ เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการให้บริการอยู่เสมอ	4.16	0.70	มาก
2.3 องค์กรของท่านมีความยืดหยุ่นในกระบวนการทำงานโดยมุ่งไปที่ผลสำเร็จของงานเป็นหลัก	4.50	0.50	มากที่สุด



146230796

VRU :Thes1s 57B73170106 thes1s / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

GRAD VRU

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ความสามารถทางนวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
3. นวัตกรรมทางการบริหาร	4.13	0.53	มาก
3.1 ผู้บริหารในองค์กรของท่านสามารถใช้ภาวะความเป็นผู้นำเพื่อพาพนักงานทุกคนไปสู่ความสำเร็จของงาน	4.23	0.67	มากที่สุด
3.2 วิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่องค์กรของท่านนำมาใช้ ช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลที่ดีขึ้นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน	3.79	0.64	มาก
3.3 องค์กรของท่านมีความยืดหยุ่นในการบริหาร โดยมุ่งให้ความสำคัญกับการบรรลุเป้าหมายขององค์กรเป็นหลัก	4.41	0.76	มากที่สุด
3.4 องค์กรของท่านรับสมัครพนักงานใหม่โดยเน้นผู้ที่มีความสามารถด้านนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์	4.09	0.71	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.07	0.41	มาก

จากตารางที่ 5 ความสามารถทางนวัตกรรม โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($M = 4.07$, $SD = 0.41$) แปลความได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างมากว่าองค์กรมีความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หรือกระบวนการใหม่ ๆ หรือความคิด วิธีการทางการบริหารใหม่ ๆ เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ข้อคำถามเกี่ยวกับองค์กรของท่านพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.21$, $SD = 0.87$) ด้านนวัตกรรมกระบวนการ พบว่า คำถามเกี่ยวกับองค์กรของท่านมีความยืดหยุ่นในกระบวนการทำงาน โดยมุ่งไปที่ผลสำเร็จของงานเป็นหลัก อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.50$, $SD = 0.50$) และด้านนวัตกรรมทางการบริหาร พบว่า คำถามเกี่ยวกับองค์กรของท่านมีความยืดหยุ่นในการบริหาร โดยมุ่งให้ความสำคัญกับการบรรลุเป้าหมายขององค์กรเป็นหลัก อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.41$, $SD = 0.76$)



146230796

VRU :Thes1s 57B73170106 thes1s / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. ด้านการเงิน	3.89	0.67	มาก
1.1 องค์กรของท่านมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมา	4.33	0.63	มากที่สุด
1.2 องค์กรของท่านมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมา	3.81	0.98	มาก
1.3 องค์กรของท่านมีสภาพคล่องทางการเงินเพิ่มขึ้น	3.93	0.83	มาก
1.4 องค์กรของท่านมีผลกำไรตามเป้าหมายที่กำหนดไว้	3.49	0.79	มาก
2. ด้านลูกค้า	4.05	0.44	มาก
2.1 องค์กรของท่านสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนทำให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น	4.10	0.43	มาก
2.2 องค์กรของท่านสามารถรักษาลูกค้าเก่าให้กลับมาใช้บริการซ้ำได้	4.21	0.57	มากที่สุด
2.3 องค์กรของท่านสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ได้	3.85	0.86	มาก
2.4 องค์กรของท่านมีวิธีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเก่าจนสามารถต่อยอดสู่ลูกค้าใหม่ในอนาคต	4.04	0.65	มาก
3. ด้านกระบวนการภายใน	3.92	0.68	มาก
3.1 องค์กรของท่านมีอัตราการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าตรงเวลาเพิ่มขึ้น	4.02	0.75	มาก
3.2 กระบวนการดำเนินงานภายในองค์กรใช้เวลาได้อย่างคุ้มค่า	3.89	0.70	มาก
3.3 องค์กรของท่านมีกระบวนการดำเนินงานภายในที่มีประสิทธิภาพ	3.85	0.86	มาก



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / rev: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
4. ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา	3.84	0.67	มาก
4.1 จำนวนครั้งในการแก้ไขงานตามความต้องการของลูกค้าลดลง	3.67	1.02	มาก
4.2 ทักษะคติของพนักงานต่อการทำงานดีขึ้น	4.07	0.62	มาก
4.3 องค์กรของท่านมีจำนวนพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมต่อคนต่อปีเพิ่มขึ้น	3.78	0.89	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92	0.42	มาก

จากตารางที่ 6 ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($M = 3.92$, $SD = 0.42$) แปลความได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างมากว่าองค์กรมีผลตอบแทนจากการลงทุนของธุรกิจ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการเงิน ข้อคำถามเกี่ยวกับองค์กรของท่านมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมา อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.33$, $SD = 0.63$) ด้านลูกค้า พบว่า คำถามเกี่ยวกับองค์กรของท่านสามารถรักษาลูกค้าเก่าให้กลับมาใช้บริการซ้ำได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.21$, $SD = 0.57$) ด้านกระบวนการภายใน พบว่า คำถามเกี่ยวกับองค์กรของท่านมีอัตราการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าตรงเวลาเพิ่มขึ้น อยู่ในระดับมาก ($M = 4.20$, $SD = 0.75$) และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา พบว่า คำถามเกี่ยวกับทัศนคติของพนักงานต่อการทำงานดีขึ้น อยู่ในระดับมาก ($M = 4.07$, $SD = 0.62$)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น

การวิจัยอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ และการหาความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลให้ตรงตามข้อตกลง การใช้วิธีการวิเคราะห์กรอบแนวความคิดสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์องค์ประกอบ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเป็นการสำรวจคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตรวจสอบว่าตัวชี้วัดที่ใช้วัดตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงกันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน และสามารถวัดในเรื่องเดียวกันได้ หากมีตัวชี้วัดที่ไม่เข้ากลุ่มจะถูกตัดออกไป ซึ่งตัวแปรและตัวชี้วัดเป็นชุดเดียวกันกับชุดที่ใช้



146230796

VRU :Thesiss 57B73170106 thesiss / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ในการทดสอบเบื้องต้น ระดับน้ำหนักองค์ประกอบของตัวชี้วัดที่ 0.50 ถือว่าเป็นระดับที่ยอมรับได้ ส่วนระดับต่ำสุดของตัวชี้วัดที่ต้องการต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.30 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2564) ยิ่งไปกว่านั้นนอกจากจะพิจารณา จากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) แล้ว การใช้เทคนิคหมุนแกน ปัจจัยแบบ Varimax ยังพิจารณาถึงค่า Eigenvalues คือ ต้องอยู่ในระดับ 1.00 หรือมากกว่าด้วย

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของมาตรวัดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการมุ่งเน้นความ เป็นผู้ประกอบการ

ข้อคำถาม	น้ำหนักองค์ประกอบ				
	การทำงาน เชิงรุก	การมีนวัตกรรม เชิงสร้างสรรค์	ความกล้า เสี่ยง	การมีอิสระใน การปฏิบัติงาน	ความแข็งแกร่ง ทางการแข่งขัน
	(PRO)	(CRE)	(RIS)	(AUT)	(CAG)
PRO1	0.660				
PRO2	0.756				
PRO3	0.738				
PRO4	0.517				
CRE1		0.546			
CRE2		0.688			
CRE3		0.756			
RIS1			0.626		
RIS2			0.767		
RIS3			0.720		
RIS4			0.649		
AUT1				0.770	
AUT2				0.725	
AUT3				0.812	
CAG1					0.629
CAG2					0.753
CAG3					0.701
Eigenvalue	2.730	2.636	2.566	2.349	2.221
Percent of variance	16.059	15.504	15.095	13.817	13.066
Cumulative %	16.059	31.563	46.658	60.476	73.542



146230796

VRU_1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

จากตารางที่ 7 พบว่า ข้อคำถามที่ PRO1-PRO4 เป็นมาตรวัดตัวแปรองค์ประกอบด้านการทำงานเชิงรุก พบว่า องค์กรของท่านมีการวางแผนล่วงหน้าสำหรับโครงการต่าง ๆ (PRO2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด

ข้อคำถามที่ CRE1-CRE3 เป็นมาตรวัดตัวแปรองค์ประกอบด้านการมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ พบว่า องค์กรของท่านมีการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (CRE3) เป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด

ข้อคำถามที่ RIS1-RIS4 เป็นมาตรวัดตัวแปรองค์ประกอบด้านความกล้าเสี่ยง พบว่า องค์กรของท่านทำการตัดสินใจอย่างกล้าหาญในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยง (RIS2) เป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด

ข้อคำถามที่ AUT1-AUT3 เป็นมาตรวัดตัวแปรองค์ประกอบด้านการมีอิสระในการปฏิบัติงาน พบว่า องค์กรของท่านมีกระบวนการที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ (AUT3) เป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดและมีความสำคัญสุด

ข้อคำถามที่ CAG1-CAG3 เป็นมาตรวัดตัวแปรองค์ประกอบด้านความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน พบว่า องค์กรของท่านเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันโดยการเข้าสู่ตลาดด้วยราคาที่ต่ำลงอย่างมาก (CAG2) เป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด

ซึ่งทั้งหมดรวมเรียกว่า องค์ประกอบด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ข้อมูลจากตารางนี้สามารถอธิบายความผันแปรของข้อมูลสะสมของปัจจัยทั้งหมดได้คิดเป็นร้อยละ 73.542



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

GRAD VRU

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของมาตรวัดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการมุ่งเน้นตลาด

ข้อคำถาม	น้ำหนักองค์ประกอบ		
	การมุ่งเน้นลูกค้า	การมุ่งเน้นคู่แข่ง	การประสานงานภายในองค์กร
	(CUS)	(COR)	(INC)
CUS1	0.808		
CUS2	0.768		
CUS3	0.750		
CUS4	0.683		
CUS5	0.647		
COR1		0.704	
COR2		0.811	
COR3		0.703	
INC1			0.703
INC2			0.755
INC3			0.823
Eigenvalue	3.166	2.342	2.258
Percent of variance	28.786	21.290	20.525
Cumulative %	28.786	50.077	70.602

จากตารางที่ 8 พบว่า ข้อคำถามที่ CUS1-CUS5 เป็นมาตรวัดตัวแปรองค์ประกอบด้านการมุ่งเน้นลูกค้า พบว่า องค์กรของท่านเข้าใจความต้องการของลูกค้า (CUS1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด

ข้อคำถามที่ COR1-COR3 เป็นมาตรวัดตัวแปรองค์ประกอบด้านการมุ่งเน้นคู่แข่ง พบว่า พนักงานในองค์กรของท่านมีการแบ่งปันข้อมูลคู่แข่งกับแผนกอื่น ๆ อยู่เสมอ (COR2) เป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด

ข้อคำถามที่ INC1-INC3 เป็นมาตรวัดตัวแปรองค์ประกอบด้านการประสานงานภายในองค์กร พบว่า แผนกต่าง ๆ ในองค์กรของท่านมีการแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกันอย่างสม่ำเสมอ (INC3) เป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดและมีความสำคัญสุด



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ซึ่งทั้งหมดรวมเรียกว่า องค์ประกอบด้านการมุ่งเน้นตลาด ข้อมูลจากตารางนี้สามารถอธิบายความผันแปรของข้อมูลสะสมของปัจจัยทั้งหมดได้คิดเป็นร้อยละ 70.602

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของมาตรวัดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านความสามารถทางนวัตกรรม

ข้อคำถาม	น้ำหนักองค์ประกอบ		
	นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์	นวัตกรรมกระบวนการ	นวัตกรรมทางการ บริหาร
	(PRD)	(PRC)	(MNM)
PRD1	0.775		
PRD2	0.738		
PRD3	0.646		
PRD4	0.577		
PRC1		0.849	
PRC2		0.757	
PRC3		0.804	
MNM1			0.540
MNM2			0.759
MNM3			0.817
MNM4			0.781
Eigenvalue	3.021	2.952	2.757
Percent of variance	27.463	26.833	25.061
Cumulative %	27.463	54.296	79.357

จากตารางที่ 9 พบว่า ข้อคำถามที่ PRD1- PRD4 เป็นมาตรวัดตัวแปรองค์ประกอบด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ พบว่า องค์การของท่านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับของตลาด (PRD1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด

ข้อคำถามที่ PRC1- PRC3 เป็นมาตรวัดตัวแปรองค์ประกอบด้านนวัตกรรมกระบวนการ พบว่า องค์การของท่านมีการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตได้รวดเร็วกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง (PRC1) เป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด และมีความสำคัญสุด

ข้อคำถามที่ MNM1- MNM4 เป็นมาตรวัดตัวแปรองค์ประกอบด้านนวัตกรรมทางการบริหาร พบว่า องค์กรของท่านมีความยืดหยุ่นในการบริหาร โดยมุ่งให้ความสำคัญกับการบรรลุเป้าหมายของ องค์กรเป็นหลัก (MNM3) เป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด

ซึ่งทั้งหมดรวมเรียกว่า องค์ประกอบด้านความสามารถทางนวัตกรรม ข้อมูลจากตารางนี้ สามารถอธิบายความผันแปรของข้อมูลสะสมของปัจจัยทั้งหมดได้คิดเป็นร้อยละ 79.357

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของมาตรวัดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ

ข้อคำถาม	น้ำหนักองค์ประกอบ			
	ด้าน การเงิน	ด้านลูกค้า	ด้านกระบวนการ ภายใน	ด้านการเรียนรู้และการ พัฒนา
	(FIN)	(CTM)	(ITN)	(LEN)
FIN1	0.534			
FIN2	0.585			
FIN3	0.765			
FIN4	0.754			
CTM1		0.748		
CTM2		0.786		
CTM3		0.694		
CTM4		0.609		
ITN1			0.568	
ITN2			0.746	
ITN3			0.832	
LEN1				0.841
LEN2				0.637
LEN3				0.543
Eigenvalue	3.121	2.920	2.656	2.425
Percent of variance	22.296	20.860	18.974	17.320
Cumulative %	22.296	43.156	62.130	79.449



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

จากตารางที่ 10 พบว่า ข้อคำถามที่ FIN1-FIN4 เป็นมาตรวัดตัวแปรองค์ประกอบด้านการเงิน พบว่า องค์การของท่านมีสภาพคล่องทางการเงินเพิ่มขึ้น (FIN3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด

ข้อคำถามที่ CTM1- CTM4 เป็นมาตรวัดตัวแปรองค์ประกอบด้านลูกค้า พบว่า องค์การของท่านสามารถรักษาลูกค้าเก่าให้กลับมาใช้บริการซ้ำได้ (CTM2) เป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด

ข้อคำถามที่ ITN1- ITN3 เป็นมาตรวัดตัวแปรองค์ประกอบด้านกระบวนการภายใน พบว่า องค์การของท่านมีกระบวนการดำเนินงานภายในที่มีประสิทธิภาพ (ITN3) เป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด

ข้อคำถามที่ LEN1- LEN3 เป็นมาตรวัดตัวแปรองค์ประกอบด้านการเรียนรู้และการพัฒนา พบว่า จำนวนครั้งในการแก้ไขงานตามความต้องการของลูกค้าลดลง (LEN1) เป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดและมีความสำคัญที่สุด

ซึ่งทั้งหมดรวมเรียกว่า องค์ประกอบด้านผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ ข้อมูลจากตารางนี้สามารถอธิบายความผันแปรของข้อมูลสะสมของปัจจัยทั้งหมดได้คิดเป็นร้อยละ 79.449

การหาค่าความเชื่อมั่น

การหาค่าความเชื่อมั่นตามการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาค (Crobach's Alpha) เป็นวิธีที่ถูกใช้ในการวัดค่าความเชื่อมั่นอย่างกว้างขวางมากที่สุดวิธีหนึ่ง ในการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของมิติตัวแปร ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของตัวชี้วัดควรมากกว่าระดับ 0.70 ซึ่งค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามต้องมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2014)

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของตัวชี้วัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.790-0.902 ซึ่งสูงกว่าข้อกำหนดการยอมรับที่ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 เช่นเดียวกับค่า Item-total Correlation ของแต่ละตัวชี้วัด พบว่า ไม่มีตัวชี้วัดรายข้อใดเลยที่มีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด คือ 0.3 แสดงว่าข้อคำถามทุกข้อในแต่ละมาตรวัดของทุกตัวแปรปัจจัยสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้ และเมื่อทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นโดยภาพรวมทุกปัจจัยพร้อมกันพบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น 0.982



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตอนที่ 4 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น

4.1 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation Analysis)

มีวัตถุประสงค์ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร สังเกตได้ว่ามีความสัมพันธ์กันสูงหรือไม่ สามารถเรียกดูได้จากการวิเคราะห์ Correlation Matrix หากมีความสัมพันธ์กันสูงจะก่อให้เกิดปัญหาต่อไปในการวิเคราะห์โดยวิธีทางสถิติอื่น ๆ ดังนั้น ความสัมพันธ์ไม่ควรเกิน 0.80 ถือว่าเหมาะสม (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2556) ค่าสหสัมพันธ์ที่นิยมใช้ คือ ความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) (r) วัดความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร สัมประสิทธิ์ r มีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง +1.00 ค่า 0 แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์ ค่า +1.00 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันสูงสุดหรือสมบูรณ์เครื่องหมายบวก และลบแสดงทิศทางของความสัมพันธ์ คือ เครื่องหมายบวก แสดงว่า ตัวแปร 2 ตัว แปรผันไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนเครื่องหมายลบ แสดงว่า ตัวแปร 2 ตัวแปรผันแบบผกผันกัน คือแปรผันในทิศทางตรงกันข้ามกัน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 53 ตัวแปร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 1,378 คู่ มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในเชิงบวก โดยมีขนาดของความสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.255 ถึง 0.797 แสดงว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้แต่ละคู่ไม่มีความสัมพันธ์กันมาก เพราะไม่มีค่าใดสูงเกิน 0.80 (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2556) แสดงว่า ข้อมูลไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่อยู่ในตัวแปรแฝงเดียวกัน พบว่า ตัวแปรทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยแยกพิจารณาได้เป็น 4 กลุ่ม คือ

1. ตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มนี้มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ($r < 0.4$) จำนวน 14 คู่ ขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($0.4 < r < 0.6$) จำนวน 111 คู่ และขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($0.6 < r < 0.8$) จำนวน 11 คู่ โดยตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ องค์กรของท่านเลียนแบบธุรกิจ แนวทางปฏิบัติหรือเทคนิคของคู่แข่งที่ประสบความสำเร็จ (CAG3) กับองค์กรของท่านเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันโดยการเข้าสู่ตลาดด้วยราคาที่ต่ำลงอย่างมาก (CAG2) มีค่าความสัมพันธ์ 0.666 ส่วนตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ องค์กรของท่านมีกระบวนการที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ (AUT3) กับองค์กรของท่านแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการทำสิ่งต่าง ๆ (CRE2) มีค่าความสัมพันธ์ 0.303 โดยความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกันในทางบวก แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มนี้หากตัวแปรตัวหนึ่งมีขนาดสูงตัวแปรอีกตัวหนึ่งก็จะมีขนาดสูงด้วย หรือมีความแปรผันตรงต่อกัน



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

2. ตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มนี้มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ($r < 0.4$) จำนวน 2 คู่ ขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($0.4 < r < 0.6$) จำนวน 45 คู่ และขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($0.6 < r < 0.8$) จำนวน 8 คู่ โดยตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ องค์กรของท่านเข้าใจความต้องการของลูกค้า (CUS1) กับ องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับบริการหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ (CUS2) มีค่าความสัมพันธ์ 0.669 ส่วนตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ องค์กรของท่านเข้าใจความต้องการของลูกค้า (CUS1) กับพนักงานในองค์กรของท่านมีการแบ่งปันข้อมูลคู่แข่งกับแผนกอื่น ๆ อยู่เสมอ (COR2) มีค่าความสัมพันธ์ 0.373 โดยความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกันในทางบวก แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มนี้หากตัวแปรตัวหนึ่งมีขนาดสูงตัวแปรอีกตัวหนึ่งก็จะมีขนาดสูงด้วย หรือมีความแปรผันตรงต่อกัน

3. ตัวแปรแฝงความสามารถทางนวัตกรรม ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มนี้มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($0.4 < r < 0.6$) จำนวน 24 คู่ และขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($0.6 < r < 0.8$) จำนวน 31 คู่ โดยตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ วิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่องค์กรของท่านนำมาใช้ ช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลที่ดีขึ้นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (MNM2) กับองค์กรของท่านมีความยืดหยุ่นในการบริหาร โดยมุ่งให้ความสำคัญกับการบรรลุเป้าหมายขององค์กรเป็นหลัก (MNM3) มีค่าความสัมพันธ์ 0.797 ส่วนตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ องค์กรของท่านมีการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตได้รวดเร็วกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง (PRC1) กับองค์กรของท่านรับสมัครพนักงานใหม่โดยเน้นผู้ที่มีความสามารถด้านนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (MNM4) มีค่าความสัมพันธ์ 0.401 โดยความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกันในทางบวก แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มนี้หากตัวแปรตัวหนึ่งมีขนาดสูงตัวแปรอีกตัวหนึ่งก็จะมีขนาดสูงด้วย หรือมีความแปรผันตรงต่อกัน

4. ตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มนี้มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($0.4 < r < 0.6$) จำนวน 30 คู่ และขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ($0.6 < r < 0.8$) จำนวน 61 คู่ โดยตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ องค์กรของท่านมีสภาพคล่องทางการเงินเพิ่มขึ้น (FIN3) กับองค์กรของท่านมีผลกำไรตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (FIN4) มีค่าความสัมพันธ์ 0.794 ส่วนตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุด คือ องค์กรของท่านมีกระบวนการดำเนินงานภายในที่มีประสิทธิภาพ (ITN3) กับจำนวนครั้งในการแก้ไขงานตามความต้องการของลูกค้าลดลง (LEN1) มีค่าความสัมพันธ์ 0.406 โดยความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกันในทางบวก แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ในกลุ่มนี้หากตัวแปรตัวหนึ่งมีขนาดสูงตัวแปรอีกตัวหนึ่งก็จะมีขนาดสูงด้วย หรือมีความแปรผันตรงต่อกัน



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

4.2 ลักษณะการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality)

การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงปกติของข้อมูลทำได้ โดยการพิจารณาจากค่าความโด่งและความเบ้กล่าวคือ ถ้าค่าความเบ้ (value of skewness) มากกว่า 3 และหากค่าความโด่ง (value of kurtosis) มากกว่า 10 แสดงว่า ข้อมูลมีการแจกแจงที่ไม่ปกติ ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์การแจกแจงปกติของข้อมูล

ตัวแปรสังเกตได้	<i>M</i>	<i>SD</i>	SKEM	KUS
PRO	4.04	0.69	-0.54	-0.37
CRE	4.13	0.71	-0.57	-0.47
RIS	3.90	0.56	0.54	0.24
AUT	3.48	0.78	0.51	-0.61
CAG	2.84	0.74	0.43	0.97
CUS	4.16	0.60	-1.29	3.09
COR	3.84	0.79	-0.65	0.01
INC	3.99	0.59	-0.34	-0.20
PRD	3.93	0.50	-0.25	-0.35
PRC	4.15	0.60	-0.20	-1.13
MNM	4.13	0.53	-0.45	-0.54
FIN	3.89	0.67	-0.87	0.98
CTM	4.05	0.44	0.43	-1.20
ITN	3.92	0.68	-2.12	4.46
LEN	3.84	0.67	0.14	-0.71

จากตารางที่ 11 พบว่า ไม่มีมีตัวแปรใดมีค่าความเบ้มากกว่า 3 โดยที่ตัวแปรมีค่าความเบ้ระหว่าง -0.36 ถึง -0.74 และไม่มีตัวแปรใดมีค่าความโด่งมากกว่า 10 โดยที่ตัวแปรมีความโด่งระหว่าง -0.17 ถึง 0.57 จึงผ่านเกณฑ์ขั้นต้นในการตรวจสอบข้อมูลด้านความแปรปรวนของตัวแปรสามารถจะนำไปวิเคราะห์ต่อไปได้ (ยูทซ์ ไกยวรรณ, 2556)

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis-CFA) มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ของตัวแปรแฝง (Latent Variable) ที่เกิดจากการวัดโดยตัวแปรโครงสร้าง (Construct Variable) ให้เป็นไปตามทฤษฎีการวัดที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นจากทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องว่าสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่าการวัดค่าของตัวแปรที่ได้จากตัวอย่างสามารถแทนค่าจริงที่มีอยู่ในประชากรได้ การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างทำโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยทำการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity)

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแสดงในรูปโมเดลการวัด (Measurement Model) ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ จะนำเสนอในส่วนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ 1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน 2) การวิเคราะห์ความตรงแบบรวมศูนย์ 3) การวิเคราะห์ความตรงแบบแตกต่าง

5.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของรูปแบบการวัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO)

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าความคลาดเคลื่อน (SE)	ค่าสถิติ (t)	สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R ²)
PRO				
PRO1	0.81	-	-	0.66
PRO2	0.74	0.07	13.75**	0.55
PRO3	0.76	0.07	13.94**	0.57
PRO4	0.79	0.07	13.95**	0.62
CRE				
CRE1	0.75	-	-	0.56
CRE2	0.71	0.08	11.90**	0.50
CRE3	0.77	0.08	13.04**	0.60

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าความคลาดเคลื่อน (SE)	ค่าสถิติ (t)	สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R ²)
RIS				
RIS1	0.82	-	-	0.67
RIS2	0.77	0.07	14.44**	0.59
RIS3	0.72	0.06	13.51**	0.52
RIS4	0.78	0.06	14.95**	0.61
AUT				
AUT1	0.77	-	-	0.60
AUT2	0.77	0.07	12.90**	0.59
AUT3	0.80	0.08	13.43**	0.65
CAG				
CAG1	0.80	-	-	0.64
CAG2	0.82	0.08	15.39**	0.68
CAG3	0.79	0.07	14.77**	0.63
$\chi^2 =$, 109.72 df = 96, $\chi^2 / df = 1.14$, p-value = 0.16, CFI = 1.00, GFI = 0.96, AGFI = 0.94, RMR = 0.02, RMSEA = 0.02				

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของรูปแบบการวัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์พิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ที่แตกต่างจากศูนย์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 109.72$ df = 96, $\chi^2 / df = 1.14$, p-value = 0.16) ค่าดัชนีระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 1.00 ดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.96 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.94 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.02 ดัชนีของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.02

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการวัดตัวแปรการวัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) ด้านการทำงานเชิงรุก (PRO) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมาตรฐาน คือ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.74 ถึง 0.81 โดย PRO1 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.81 รองลงมาคือ PRO4 มีค่าเท่ากับ 0.79 รองลงมาคือ PRO3 มีค่าเท่ากับ 0.96 และน้อยที่สุด PRO2 มีค่าเท่ากับ 0.94 เมื่อพิจารณาค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า R^2 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า มีค่า R^2 มากที่สุด คือ PRO1 มีค่าเท่ากับ 0.66 รองลงมาคือ PRO4 มีค่าเท่ากับ 0.62 รองลงมา คือ PRO3 มีค่าเท่ากับ 0.57 และน้อยที่สุด PRO2 มีค่าเท่ากับ 0.55

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการวัดตัวแปรการวัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) ด้านการมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ (CRE) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมาตรฐาน คือ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.71 ถึง 0.77 โดย CRE3 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.77 รองลงมาคือ CRE1 มีค่าเท่ากับ 0.75 และน้อยที่สุด CRE2 มีค่าเท่ากับ 0.71 เมื่อพิจารณาค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า R^2 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า มีค่า R^2 มากที่สุด คือ CRE3 มีค่าเท่ากับ 0.60 รองลงมาคือ CRE1 มีค่าเท่ากับ 0.56 และน้อยที่สุด CRE2 มีค่าเท่ากับ 0.50

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการวัดตัวแปรการวัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) ด้านความกล้าเสี่ยง (RIS) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมาตรฐาน คือ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.72 ถึง 0.82 โดย RIS1 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.82 รองลงมาคือ RIS4 มีค่าเท่ากับ 0.78 รองลงมาคือ RIS2 มีค่าเท่ากับ 0.77 และน้อยที่สุด RIS3 มีค่าเท่ากับ 0.72 เมื่อพิจารณาค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า R^2 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า มีค่า R^2 มากที่สุด คือ RIS1 มีค่าเท่ากับ 0.67 รองลงมาคือ RIS4 มีค่าเท่ากับ 0.61 รองลงมา คือ RIS2 มีค่าเท่ากับ 0.59 และน้อยที่สุด RIS3 มีค่าเท่ากับ 0.52

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการวัดตัวแปรการวัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) ด้านการมีอิสระในการปฏิบัติงาน (AUT) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ทุกค่าผ่าน



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

เกณฑ์ที่กำหนดมาตรฐาน คือ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.77 ถึง 0.80 โดย AUT3 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.80 รองลงมาคือ AUT1 มีค่าเท่ากับ 0.77 รองลงมาคือ AUT2 มีค่าเท่ากับ 0.77 เมื่อพิจารณาค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า R² ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบรวม (Communalities) พบว่า มีค่า R² มากที่สุด คือ AUT3 มีค่าเท่ากับ 0.65 รองลงมาคือ AUT1 มีค่าเท่ากับ 0.60 และน้อยที่สุด AUT2 มีค่าเท่ากับ 0.59

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการวัดตัวแปรการวัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) ด้านความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน (CAG) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมาตรฐาน คือ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.79 ถึง 0.82 โดย CAG2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.82 รองลงมาคือ CAG1 มีค่าเท่ากับ 0.80 และน้อยที่สุด CAG1 มีค่าเท่ากับ 0.80 เมื่อพิจารณาค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า R² ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบรวม (Communalities) พบว่า มีค่า R² มากที่สุด คือ CAG2 มีค่าเท่ากับ 0.68 รองลงมาคือ CAG1 มีค่าเท่ากับ 0.64 และน้อยที่สุด CAG3 มีค่าเท่ากับ 0.63

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของรูปแบบการวัดการมุ่งเน้นตลาด (MKO)

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าความคลาดเคลื่อน (SE)	ค่าสถิติ (t)	สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R ²)
CUS				
CUS1	0.73	-	-	0.53
CUS2	0.81	0.07	14.84**	0.65
CUS3	0.80	0.09	12.80**	0.63
CUS4	0.70	0.09	11.35**	0.49
CUS5	0.76	0.08	12.27**	0.58
COR				
COR1	0.65	-	-	0.43
COR2	0.76	0.11	10.81**	0.58
COR3	0.85	0.12	11.54**	0.72

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าความคลาดเคลื่อน (SE)	ค่าสถิติ (t)	สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R ²)
INC				
INC1	0.79	-	-	0.63
INC2	0.81	0.06	14.54**	0.66
INC3	0.78	0.07	13.97**	0.61
$\chi^2 = 41.959$, $df = 35$, $\chi^2 / df = 1.20$, $p\text{-value} = 0.20$, $CFI = 1.00$, $GFI = 0.98$, $AGFI = 0.95$, $RMR = 0.03$, $RMSEA = 0.03$				

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของรูปแบบการวัดการมุ่งเน้นตลาด (MKO) พบว่า การมุ่งเน้นตลาด มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์พิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ที่แตกต่างจากศูนย์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 41.959$ $df = 35$, $\chi^2 / df = 1.20$, $p\text{-value} = 0.20$) ค่าดัชนีระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 1.00 ดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.98 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.95 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.03 ดัชนีของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.03

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการวัดตัวแปรการวัดการมุ่งเน้นตลาด (MKO) ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (CUS) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมาตรฐาน คือ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.70 ถึง 0.81 โดย CUS2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.81 รองลงมาคือ CUS3 มีค่าเท่ากับ 0.80 รองลงมาคือ CUS5 มีค่าเท่ากับ 0.76 รองลงมาคือ CUS1 มีค่าเท่ากับ 0.73 และน้อยที่สุด CUS4 มีค่าเท่ากับ 0.70 เมื่อพิจารณา ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า R² ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า มีค่า R² มากที่สุด คือ CUS2 มีค่าเท่ากับ 0.65 รองลงมาคือ CUS3 มีค่าเท่ากับ 0.63 รองลงมา คือ CUS5 มีค่าเท่ากับ 0.58 รองลงมา คือ CUS1 มีค่าเท่ากับ 0.53 และน้อยที่สุด CUS4 มีค่าเท่ากับ 0.49

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการวัดตัวแปรการวัดการมุ่งเน้นตลาด (MKO) ด้านการมุ่งเน้นคู่แข่ง (COR) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมาตรฐาน คือ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.65 ถึง 0.85 โดย COR3 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.85 รองลงมาคือ COR2 มีค่าเท่ากับ 0.76 และน้อยที่สุด COR1 มีค่าเท่ากับ 0.65 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า R² ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า มีค่า R² มากที่สุด คือ COR3 มีค่าเท่ากับ 0.72 รองลงมาคือ COR2 มีค่าเท่ากับ 0.58 และน้อยที่สุด COR1 มีค่าเท่ากับ 0.43

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการวัดตัวแปรการวัดการมุ่งเน้นตลาด (MKO) ด้านการประสานงานภายในองค์กร (INC) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมาตรฐาน คือ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.79 ถึง 0.81 โดย INC2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.66 รองลงมาคือ INC1 มีค่าเท่ากับ 0.79 และน้อยที่สุด INC3 มีค่าเท่ากับ 0.78 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า R² ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า มีค่า R² มากที่สุด คือ INC2 มีค่าเท่ากับ 0.66 รองลงมาคือ INC1 มีค่าเท่ากับ 0.63 และน้อยที่สุด INC3 มีค่าเท่ากับ 0.61

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของรูปแบบการวัดความสามารถทางนวัตกรรม (IVC)

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าความคลาดเคลื่อน (SE)	ค่าสถิติ (t)	สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R ²)
PRD				
PRD1	0.73	-	-	0.53
PRD2	0.81	0.08	15.03**	0.66
PRD3	0.88	0.10	13.95**	0.77
PRD4	0.85	0.11	13.61**	0.72

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าความคลาดเคลื่อน (SE)	ค่าสถิติ (t)	สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R ²)
PRC				
PRC1	0.83	-	-	0.69
PRC2	0.91	0.05	19.23**	0.82
PRC3	0.81	0.06	16.44**	0.65
MNM				
MNM1	0.78	-	-	0.61
MNM2	0.93	0.09	15.26**	0.86
MNM3	0.84	0.08	15.04**	0.71
MNM4	0.72	0.07	12.62**	0.51
$\chi^2 = 23.291$, $df = 19$, $\chi^2 / df = 1.23$, $p\text{-value} = 0.23$, $CFI = 0.99$, $GFI = 0.99$, $AGFI = 0.95$, $RMR = 0.02$, $RMSEA = 0.03$				

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของรูปแบบการวัดความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ที่แตกต่างจากศูนย์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 23.291$ $df = 19$, $\chi^2 / df = 1.23$, $p\text{-value} = 0.23$) ค่าดัชนีระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.99 ดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.99 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.95 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.02 ดัชนีของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.03

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการวัดตัวแปรการวัดความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PRD) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมาตรฐาน คือ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.73 ถึง 0.85 โดย PRD3 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.88 รองลงมาคือ PRD4 มีค่าเท่ากับ 0.85 รองลงมาคือ PRD2 มีค่าเท่ากับ 0.81 และน้อยที่สุด PRD1 มีค่าเท่ากับ 0.73 เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญ



146230796

VRU_1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า R^2 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่ามีค่า R^2 มากที่สุด คือ PRD3 มีค่าเท่ากับ 0.77 รองลงมาคือ PRD4 มีค่าเท่ากับ 0.72 รองลงมา คือ PRD2 มีค่าเท่ากับ 0.66 และน้อยที่สุด PRD1 มีค่าเท่ากับ 0.53

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการวัดตัวแปรการวัดความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) ด้านนวัตกรรมกระบวนการ (PRC) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมาตรฐาน คือ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.81 ถึง 0.91 โดย PRC2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.82 รองลงมาคือ PRC1 มีค่าเท่ากับ 0.83 และน้อยที่สุด PRC3 มีค่าเท่ากับ 0.80 เมื่อพิจารณาค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า R^2 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า มีค่า R^2 มากที่สุด คือ PRC2 มีค่าเท่ากับ 0.91 รองลงมาคือ PRC1 มีค่าเท่ากับ 0.83 และน้อยที่สุด PRC3 มีค่าเท่ากับ 0.81

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการวัดตัวแปรการวัดความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) ด้านนวัตกรรมทางการบริหาร (MNM) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมาตรฐาน คือ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.72 ถึง 0.93 โดย MNM2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.93 รองลงมาคือ MNM3 มีค่าเท่ากับ 0.84 รองลงมาคือ MNM1 มีค่าเท่ากับ 0.78 และน้อยที่สุด MNM4 มีค่าเท่ากับ 0.72 เมื่อพิจารณาค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า R^2 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า มีค่า R^2 มากที่สุด คือ MNM2 มีค่าเท่ากับ 0.86 รองลงมาคือ MNM3 มีค่าเท่ากับ 0.71 รองลงมาคือ MNM1 มีค่าเท่ากับ 0.61 และน้อยที่สุด MNM4 มีค่าเท่ากับ 0.51

GRAD VRU



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของรูปแบบการวัดผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP)

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าความคลาดเคลื่อน (SE)	ค่าสถิติ (t)	สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R ²)
FIN				
FIN1	0.82	-	-	0.67
FIN2	0.88	0.07	18.61**	0.78
FIN3	0.83	0.07	17.03**	0.69
FIN4	0.81	0.07	14.82**	0.65
CTM				
CTM1	0.81	-	-	0.65
CTM2	0.81	0.05	18.40**	0.65
CTM3	0.84	0.06	16.35**	0.71
CTM4	0.80	0.07	14.46**	0.65
ITN				
ITN1	0.86	-	-	0.74
ITN2	0.83	0.06	17.31**	0.68
ITN3	0.70	0.06	13.66**	0.49
LEN				
LEN1	0.81	-	-	0.52
LEN2	0.86	0.06	16.45**	0.73
LEN3	0.76	0.06	13.51**	0.58
$\chi^2 = 51.141, df = 41, \chi^2 / df = 1.25, p\text{-value} = 0.13, CFI = 1.00, GFI = 0.98,$ $AGFI = 0.94, RMR = 0.02, RMSEA = 0.03$				

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของรูปแบบการวัดผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) พบว่า ผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์พิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) ที่แตกต่างจากศูนย์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 51.141$ $df = 41$, $\chi^2 / df = 1.25$, $p\text{-value} = 0.13$) ค่าดัชนีระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 1.00 ดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.98 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.94 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคาดเคลื่อน (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.02 ดัชนีของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือของการประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.03

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการวัดตัวแปรการวัดผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) ด้านการเงิน (FIN) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมาตรฐาน คือ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.81 ถึง 0.88 โดย FIN2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.88 รองลงมาคือ FIN3 มีค่าเท่ากับ 0.83 รองลงมาคือ FIN1 มีค่าเท่ากับ 0.82 และน้อยที่สุด FIN4 มีค่าเท่ากับ 0.81 เมื่อพิจารณาค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า R^2 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า มีค่า R^2 มากที่สุด คือ FIN2 มีค่าเท่ากับ 0.78 รองลงมาคือ FIN3 มีค่าเท่ากับ 0.69 รองลงมา คือ FIN1 มีค่าเท่ากับ 0.67 และน้อยที่สุด FIN4 มีค่าเท่ากับ 0.65

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการวัดตัวแปรการวัดผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) ด้านลูกค้า (CTM) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมาตรฐาน คือ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.80 ถึง 0.84 โดย CTM3 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.84 รองลงมาคือ CTM1 และ CTM2 มีค่าเท่ากับ 0.81 เท่ากัน และน้อยที่สุด CTM4 มีค่าเท่ากับ 0.80 เมื่อพิจารณาค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า R^2 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า มีค่า R^2 มากที่สุด คือ CTM3 มีค่าเท่ากับ 0.71 รองลงมาคือ CTM1 และ CTM2 และ CTM3 มีค่าเท่ากับ 0.65 เท่ากัน

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการวัดตัวแปรการวัดผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) ด้านกระบวนการภายใน (ITN) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมาตรฐาน คือ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.70 ถึง 0.86 โดย ITN1 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.86 รองลงมาคือ ITN2 มีค่าเท่ากับ 0.83 และน้อยที่สุด



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ITN3 มีค่าเท่ากับ 0.70 เมื่อพิจารณาค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า R^2 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า มีค่า R^2 มากที่สุด คือ ITN1 มีค่าเท่ากับ 0.74 รองลงมาคือ ITN2 มีค่าเท่ากับ 0.68 และน้อยที่สุด ITN3 มีค่าเท่ากับ 0.49

ผลการวิเคราะห์รูปแบบการวัดตัวแปรการวัดผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (LEN) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมาตรฐาน คือ มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกตัวบ่งชี้มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.76 ถึง 0.86 โดย LEN2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.86 รองลงมาคือ LEN1 มีค่าเท่ากับ 0.81 และน้อยที่สุด LEN3 มีค่าเท่ากับ 0.76 เมื่อพิจารณาค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่าสถิติ t พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า R^2 ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination) ซึ่งเป็นค่าที่บอกสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวแปรสังเกตได้กับองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า มีค่า R^2 มากที่สุด คือ LEN2 มีค่าเท่ากับ 0.73 รองลงมาคือ LEN3 มีค่าเท่ากับ 0.58 และน้อยที่สุด LEN1 มีค่าเท่ากับ 0.52

5.2 การวิเคราะห์ความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity)

การตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity) เป็นรายการหรือตัวชี้วัดที่มีความแปรปรวนร่วมกัน เพื่อตรวจสอบว่ารายการหรือตัวชี้วัดเหล่านี้วัดตัวแปรเดียวกัน วิธีการวัดความตรงแบบรวมศูนย์มีข้อกำหนด 3 ประการ ดังนี้

1) น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) หากค่าของน้ำหนักองค์ประกอบมีค่าสูง แสดงให้เห็นถึงการมีจุดศูนย์รวมร่วมกันสูง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบควรมีค่ามากกว่า 0.5

2) Average Variance Extracted (AVE) ค่าที่ยอมรับได้ควรมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป

3) ค่าความเที่ยงรวม (Composite Reliability) ค่าที่ยอมรับได้ควรมีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป

สรุปภาพรวมการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ควรผ่านเกณฑ์กำหนด คือ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปค่า Average Variance Extracted มีควรมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างควรมีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่า Average Variance Extracted ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และค่าความเที่ยงรวม (Composite Reliability) มีค่าตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป ในขณะที่ตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ดังแสดงในตารางที่ 16



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	Factor Loading	AVE	CR
PRO		0.60	0.86
PRO1	0.81		
PRO2	0.74		
PRO3	0.76		
PRO4	0.79		
CRE		0.55	0.79
CRE1	0.75		
CRE2	0.71		
CRE3	0.77		
RIS		0.60	0.86
RIS1	0.82		
RIS2	0.77		
RIS3	0.72		
RIS4	0.78		
AUT		0.61	0.82
AUT1	0.77		
AUT2	0.77		
AUT3	0.80		
CAG		0.65	0.85
CAG1	0.80		
CAG2	0.82		
CAG3	0.79		
CUS		0.58	0.87
CUS1	0.73		
CUS2	0.81		
CUS3	0.80		
CUS4	0.70		
CUS5	0.76		



146230796

VRU-IThesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 16 (ต่อ)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	Factor Loading	AVE	CR
COR		0.57	0.80
COR1	0.65		
COR2	0.76		
COR3	0.85		
INC		0.63	0.84
INC1	0.79		
INC2	0.81		
INC3	0.78		
PRD		0.67	0.89
PRD1	0.73		
PRD2	0.81		
PRD3	0.88		
PRD4	0.85		
PRC		0.72	0.89
PRC1	0.83		
PRC2	0.91		
PRC3	0.81		
MNM		0.67	0.89
MNM1	0.78		
MNM2	0.93		
MNM3	0.84		
MNM4	0.72		
FIN		0.70	0.90
FIN1	0.82		
FIN2	0.88		
FIN3	0.83		
FIN4	0.81		



146230796

VRU-IThesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 16 (ต่อ)

ตัวแปร/ตัวชี้วัด	Factor Loading	AVE	CR
CTM		0.66	0.89
CTM1	0.81		
CTM2	0.81		
CTM3	0.84		
CTM4	0.80		
ITN		0.64	0.84
ITN1	0.86		
ITN2	0.83		
ITN3	0.70		
LEN		0.65	0.85
LEN1	0.81		
LEN2	0.86		
LEN3	0.76		

จากตารางที่ 16 การวิเคราะห์ความตรงแบบรวมศูนย์ พบว่า ค่า loading ของทุกมาตรวัด มีค่าไม่น้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนด และเมื่อพิจารณาประกอบกับค่า t แล้ว สามารถจะยืนยันได้ว่า ผ่านเกณฑ์มาตรฐานทุก Construct

เมื่อพิจารณาค่า AVE (Average Variance Extracted) ที่แสดงถึงความเที่ยงตรงของมาตรวัด แล้วพบว่า มาตรวัดทุกองค์ประกอบมีค่าสูงกว่า 0.50 ทั้งสิ้น โดยพบว่า มาตรวัดด้านนวัตกรรม กระบวนการ มีค่า AVE สูงสุด คือ 0.72

และในส่วนของค่า CR นั้น เกณฑ์กำหนดว่า ต้องมีค่ามากกว่า 0.60 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า CR ของทุกมาตรวัดมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดทั้งสิ้น โดยพบว่า ค่า CR ของด้านการเงิน มีค่าสูงสุด คือ 0.90 และค่า CR ของด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ และด้านลูกค้า มีค่าในระดับที่รองลงไป คือ 0.89 เท่ากัน ผลการวิเคราะห์ค่า CR แสดงให้เห็นว่า มาตรวัด มีความเที่ยงตรงสูงมาก และสามารถวัดเรื่องราวในหมวดของตนได้เป็นอย่างดี และมาตรวัดในแต่ละหมวดมีความคงเส้นคงวา (consistency) สูงสามารถจะสรุปได้ว่า มาตรวัดมีความเที่ยงตรงสูง สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไปได้อย่างเหมาะสมยิ่ง



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุและการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต่าง ๆ กำหนดใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยในการวิเคราะห์ในครั้งจะแสดงผลการวิเคราะห์ เฉพาะการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพล (path coefficient) ซึ่งการวิเคราะห์ดังกล่าวเป็นหนึ่งในคุณสมบัติเด่นของโปรแกรม ดังนั้น จึงสามารถจะตรวจสอบความตรงของโมเดลกับทฤษฎีที่ได้ ทำการศึกษา อีกทั้งยังสามารถประมาณค่าขนาดอิทธิพลของตัวแปรต่าง ๆ ที่ทำการศึกษาได้อีกด้วย ซึ่งแต่เดิมการประมาณค่าใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุที่มีความคาดเคลื่อนสูง

การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ (path analysis) มีชื่อเรียกได้หลากหลาย เช่น การวิเคราะห์อิทธิพล การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ และการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ เป็นต้น ดังนั้น แบบจำลองแสดงรูปแบบเส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุแบบมีตัวแปรแฝงทางทฤษฎี

ลักษณะของโมเดลประกอบด้วย 2 โมเดล คือ โมเดลการวัด (measurement model) เป็นโมเดลอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้กับตัวแปรแฝง และโมเดลสมการโครงสร้าง (structural equation model) เป็นโมเดลอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงด้วย เป็นความสัมพันธ์ของตัวแปรในโมเดลทั้งหมด (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556)

ดังนั้นการทดสอบครั้งนี้ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน ได้แก่ แบบจำลองการวัด (measurement model) และแบบจำลองโครงสร้าง (structural model) สามารถเขียนในรูปของสมการได้ดังนี้

สมการแบบจำลองการวัด ของตัวแปรแฝงภายนอก

$$X = (\lambda x)(\xi) + \delta$$

โดยกำหนดให้ X คือ ตัวแปรสังเกตได้ภายนอก เท่ากับ เมตริกซ์สัมประสิทธิ์การถดถอยของ X บน K คูณกับ ตัวแปรแฝงภายนอก บวก เวกเตอร์ความคลาดเคลื่อน d ในการวัดตัวแปร X

สมการแบบจำลองการวัด ของตัวแปรสังเกตได้ภายใน

$$Y = (\lambda y)(\eta) + \epsilon$$

โดยกำหนดให้ Y คือตัวแปรสังเกตได้ภายใน เท่ากับเมตริกซ์สัมประสิทธิ์การถดถอยของ Y บน E คูณด้วยตัวแปรแฝงภายใน บวกเวกเตอร์ความคลาดเคลื่อน e ในการวัดตัวแปร Y




สมการแบบจำลองโครงสร้าง

$$\eta = (\beta)(\eta) + \gamma\xi + \zeta_2$$

โดยกำหนดให้ η คือ ตัวแปรแฝงภายใน เท่ากับเมตริกซ์อิทธิพลเชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรภายใน คุณด้วยตัวแปรแฝงภายใน บวกเมตริกซ์อิทธิพลเชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรภายนอก บวกเวกเตอร์ความคลาดเคลื่อน z ในการวัดตัวแปรภายใน

เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นที่เข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์อักษรย่อที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 17 แสดงสัญลักษณ์ที่ใช้ในแบบจำลองสมการโครงสร้าง

สัญลักษณ์	ความหมาย
	ตัวแปรแฝง
	ตัวแปรสังเกตได้ภายนอก
e	ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้
	ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุและผล โดยตัวแปรที่อยู่ทางลูกศรเป็นผล

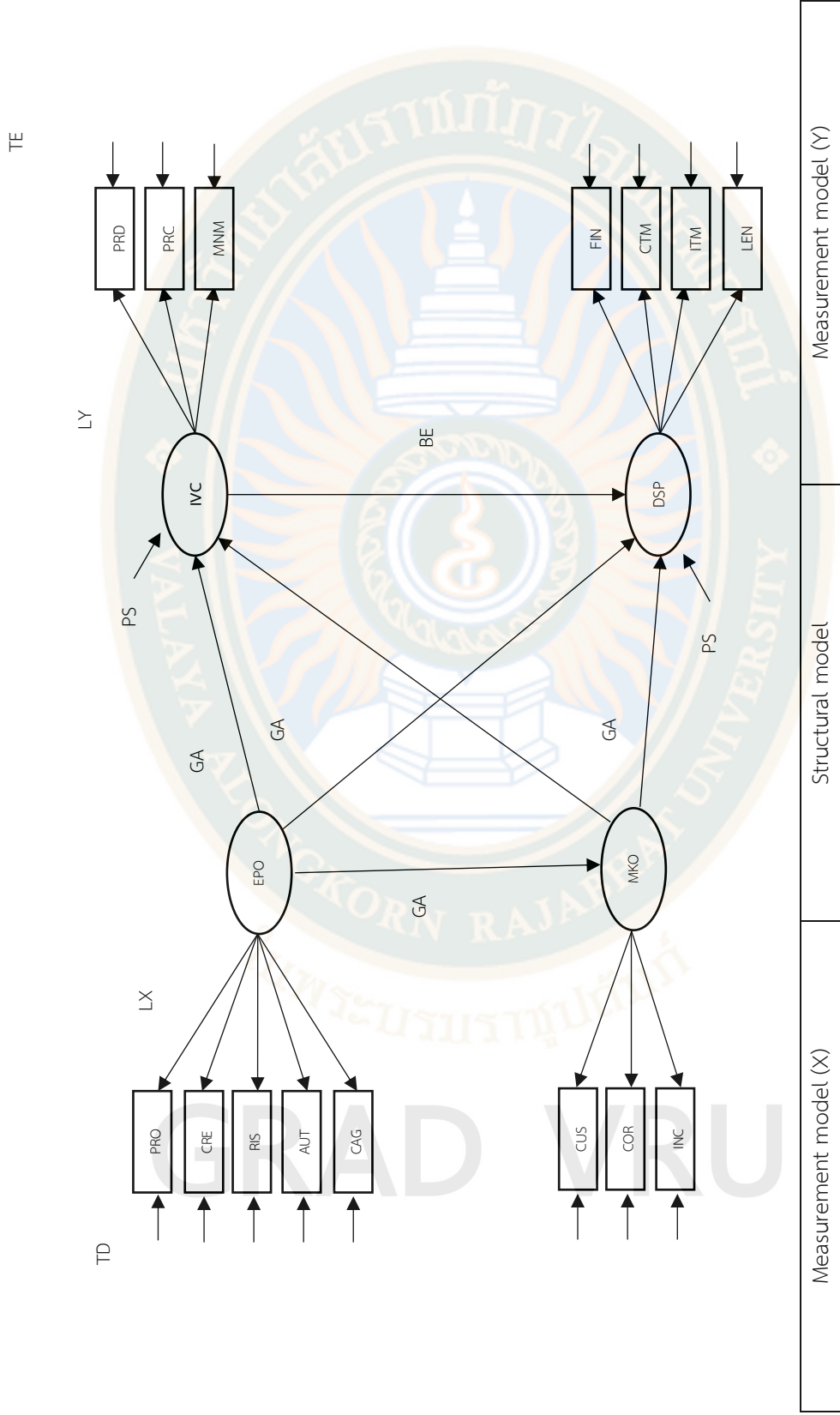
โดยกำหนดสัญลักษณ์ที่แสดงในภาพที่ 13 ประกอบด้วยสัญลักษณ์

GRAD VRU



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24



ภาพที่ 13 แบบจำลองสมการโครงสร้างรูปแบบอภิปรัชญาเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

โดยกำหนดสัญลักษณ์ที่แสดงในภาพ - ประกอบด้วยสัญลักษณ์ ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 สัญลักษณ์ภาษากรีกและตัวย่อภาษาอังกฤษ

ภาษากรีก	คำอ่าน	ภาษาอังกฤษ	ภาษาไทย	ความหมาย
ξ	Ksi	K	คาย	เวกเตอร์ตัวแปรแฝงภายนอก
η	Eta	E	อีต้า	เวกเตอร์ตัวแปรแฝงภายใน
X	Eks	X	อิส	เวกเตอร์ตัวแปรภายนอกที่สังเกตได้
Y	Wi	Y	ไว	เวกเตอร์ตัวแปรภายในที่สังเกตได้
δ	Delta	d	เดลต้า	เวกเตอร์ความคลาดเคลื่อน d ในการวัดตัวแปร X
ε	Epsilon	e	เอพซอลอน	เวกเตอร์ความคลาดเคลื่อน e ในการวัดตัวแปร Y
ζ	Zeta	z	ซีต้า	เวกเตอร์ความคลาดเคลื่อน z ในการวัดตัวแปร η
λX	Lamda-X	LX	แลมด้า-เอ็กซ์	เมตริกซ์สัมประสิทธิ์การถดถอยของ X บน ξ
λY	Lamda-Y	LY	แลมด้า-วาย	เมตริกซ์สัมประสิทธิ์การถดถอยของ Y บน η
γ	Gamma	GA	แกมมา	เมตริกซ์อิทธิพลเชิงสาเหตุจากตัวแปร ξ ต่อ η
β	Beta	BE	เบต้า	เมตริกซ์อิทธิพลเชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร η
ϕ	Phi	PH	ฟี	เมตริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรภายนอกแฝง
ψ	Psi	PS	พาย	เมตริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมระหว่างความคลาดเคลื่อน z
$\theta\delta$	Theta-Delta	TD	อีต้า-เดลต้า	เมตริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมระหว่างความคลาดเคลื่อน d
$\theta\varepsilon$	Theta-Epsilon	TE	อีต้า-เอพซอลอน	เมตริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมระหว่างความคลาดเคลื่อน e

ที่มา: นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542)

แบบจำลองการวัด (measurement model)

ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่

องค์ประกอบที่ 1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) วัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัว คือ การทำงานเชิงรุก (PRO) การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ (CRE) ความกล้าเสี่ยง (RIS) การมีอิสระในการปฏิบัติงาน (AUT) และความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน (CAG)

องค์ประกอบที่ 2 การมุ่งเน้นตลาด (MKO) วัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว คือ การมุ่งเน้นลูกค้า (CUS) การมุ่งเน้นคู่แข่ง (COR) และการประสานงานภายในองค์กร (INC)

องค์ประกอบที่ 3 ความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) วัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PRD) นวัตกรรมกระบวนการ (PRC) และนวัตกรรมทางการบริหาร (MNM)

องค์ประกอบที่ 4 ผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) วัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัว คือ ด้านการเงิน (FIN) ด้านลูกค้า (CTM) ด้านกระบวนการภายใน (ITN) และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (LEN)

แบบจำลองโครงสร้าง (structural model)

ประกอบด้วย ตัวแปรแฝงภายนอก คือ ตัวแปรสาเหตุอย่างเดียว ได้แก่ ตัวแปรการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) วัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัว คือ การทำงานเชิงรุก (PRO) การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ (CRE) ความกล้าเสี่ยง (RIS) การมีอิสระในการปฏิบัติงาน (AUT) และความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน (CAG)

ตัวแปรแฝงภายใน คือ ตัวแปรที่เป็นทั้งตัวแปรสาเหตุและแปรตาม ได้แก่

1. ตัวแปรการมุ่งเน้นตลาด (MKO) วัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว คือ การมุ่งเน้นลูกค้า (CUS) การมุ่งเน้นคู่แข่ง (COR) และการประสานงานภายในองค์กร (INC)
2. ตัวแปรความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) วัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PRD) นวัตกรรมกระบวนการ (PRC) และนวัตกรรมทางการบริหาร (MNM)
3. ตัวแปรผลการดำเนินงานขององค์กร (DSP) วัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัว คือ ด้านการเงิน (FIN) ด้านลูกค้า (CTM) ด้านกระบวนการภายใน (ITN) และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (LEN)

ทั้งนี้ ตัวแปรแฝงภายนอกในแบบจำลองแสดงรูปแบบเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ผู้วิจัยได้นำผลรวมค่าเฉลี่ยตัวแปรแฝงภายนอกเหล่านี้แต่ละตัวที่คำนวณได้ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบจำลองดังกล่าว แล้วคำนวณผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model-SEM) ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 5 ส่วนสำคัญ ได้แก่

1. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ตามโมเดลที่สร้างตามสมมติฐาน
2. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ตามโมเดลที่ปรับเปลี่ยน



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

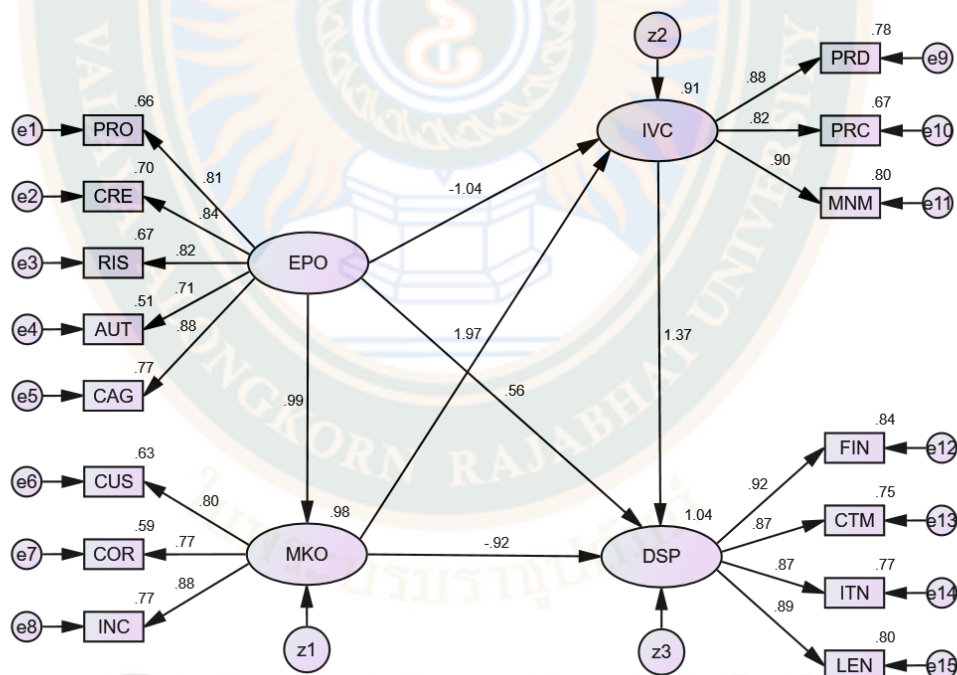
3. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลแบบจำลองโครงสร้าง ได้แก่ แบบจำลองการวัดและแบบจำลองโครงสร้างด้วยการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลเชิงสาเหตุ

4. การวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรสังเกตได้ (R^2) และตัวแปรแฝง (P_c)

5. ผลการวิเคราะห์แยกค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและค่าสถิติการวิเคราะห์อิทธิพล ซึ่งมีรายละเอียดของผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยตามโมเดลที่สร้างตามสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุตามโมเดลที่สร้างตามสมมติฐาน แสดงการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย รายละเอียดของการวิเคราะห์ (ดังแสดงในภาพ 14 และดังตารางที่ 19)



Chi-square=267.314,df=84,p-value=.000, CMIN/df=3.182,
GFI=.893, AGFI=.847,CFI=.960, NFI=.943, IFI=.960,TLI=.950,
RMR=.020, RMSEA=.085

ภาพที่ 14 แบบจำลองแสดงรูปอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานตามโมเดลที่สร้างตามสมมติฐาน

จากภาพที่ 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กรอบแนวความคิดที่สร้างตามสมมติฐานไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลตามทฤษฎีสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้ พิจารณาจากค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 267.31 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 84 แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (p -value) มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งเกณฑ์กำหนดว่าควรมีค่ามากกว่า 0.05 หรือ 0.01 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2 / df) มีค่าเท่ากับ 3.18 (ตามมาตรฐานไม่เกิน 2) (Hair et al., 2010) ดัชนีวัดความความสอดคล้องเชิงสัมบูรณ์ (absolute fit index) ประกอบด้วยค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.89 (ตามมาตรฐานมีค่ามากกว่า 0.90) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.85 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.90) ดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมพัทธ์ (relative fit index) ประกอบด้วยค่า NFI (normed fit index) มีค่าเท่ากับ 0.94 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.90) ค่า CFI (comparative fit index) มีค่าเท่ากับ 0.96 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.90) ค่า IFI (incremental fit index) มีค่าเท่ากับ 0.96 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.90) ค่า RFI (relative fit index) มีค่าเท่ากับ 0.93 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.90) ดัชนีวัดความสอดคล้องในรูปความคลาดเคลื่อนประกอบด้วยค่า RMSEA (root mean square error of approximation) มีค่าเท่ากับ 0.085 (ตามมาตรฐานควรมีค่าน้อยกว่า 0.05) ค่า RMR (root mean square residual) มีค่าเท่ากับ 0.020 (ตามมาตรฐานควรมีค่าน้อยกว่า 0.05)

กล่าวโดยสรุป ผลการวิเคราะห์กรอบแนวความคิดที่สร้างตามสมมติฐานต้องมีการปรับโมเดล โดยยอมให้ความคลาดเคลื่อนมีอิทธิพลทางตรงกันได้ ซึ่งตรงกับสภาพความเป็นจริง ผู้วิจัยจึงทำการปรับโมเดลเพื่อให้กรอบแนวความคิดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ตามโมเดลที่ปรับใหม่

การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุตามกรอบแนวความคิดสมการโครงสร้างหลังการปรับ แสดงผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย การปรับโมเดลพิจารณาค่า Residuals โดยผู้วิจัยสามารถปรับให้แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลมากขึ้น จึงได้ปรับแบบจำลองใหม่ตามคำแนะนำในค่าดัชนีปรับขยาย ที่ได้ขอไว้จากโปรแกรมก่อนการวิเคราะห์ โดยกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้บางคู่มีอิทธิพลทางตรงกันและได้ปรับแบบจำลองอีกครั้งตามคำแนะนำของโปรแกรม ด้วยการลากเส้นทางความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้ดังต่อไปนี้



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตัวแปรสังเกตได้ภายนอก

ลากเส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรสังเกตได้ด้าน PRO ไปยัง CRE

ลากเส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรสังเกตได้ด้าน PRO ไปยัง RIS

ลากเส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรสังเกตได้ด้าน RIS ไปยัง AUT

ลากเส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรสังเกตได้ด้าน RIS ไปยัง CAG

ตัวแปรสังเกตได้ภายใน

ลากเส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรสังเกตได้ด้าน CUS ไปยัง COR

ลากเส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรสังเกตได้ด้าน PRC ไปยัง MNM

ลากเส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรสังเกตได้ด้าน PRC ไปยัง ITN

ลากเส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรสังเกตได้ด้าน PRC ไปยัง LEN

ตัวแปรสังเกตได้ภายนอกและตัวแปรสังเกตได้ภายใน

ลากเส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรสังเกตได้ด้าน RIS ไปยัง CUS

ลากเส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรสังเกตได้ด้าน RIS ไปยัง INC

ลากเส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรสังเกตได้ด้าน PRO ไปยัง ITN

ลากเส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรสังเกตได้ด้าน CUS ไปยัง MNM

ลากเส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรสังเกตได้ด้าน INC ไปยัง CTM

ลากเส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรสังเกตได้ด้าน PRO ไปยัง PRC

ผลการวิเคราะห์ครั้งที่ 2 ดังแสดงในภาพที่ 15 และข้อมูลที่ปรากฏ พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างหลังการปรับสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า โมเดลตามทฤษฎีสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ทั้งนี้พิจารณาจากค่าสถิติ สถิติไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 81.24 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 66 แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (p -value) มีค่าเท่ากับ 0.098 ซึ่งเกณฑ์กำหนดว่าควรมีค่ามากกว่า 0.05 หรือ 0.01 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2 / df) มีค่าเท่ากับ 1.23 (ตามมาตรฐานไม่เกิน 2) (Hair et al., 2010) ดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมบูรณ์ (absolute fit index) ประกอบด้วยค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.97 (ตามมาตรฐานมีค่ามากกว่า 0.90) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.94 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.90) ดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมพัทธ์ (relative fit index) ประกอบด้วยค่า NFI (Normed Fit Index) มีค่าเท่ากับ 0.98 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.90) ค่า CFI (Comparative Fit Index) มีค่าเท่ากับ 1.00 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.90) ค่า IFI (Incremental Fit Index) มีค่าเท่ากับ 1.00 (ตามมาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.90) ค่า RFI (Relative Fit Index) มีค่าเท่ากับ 0.97 (ตาม

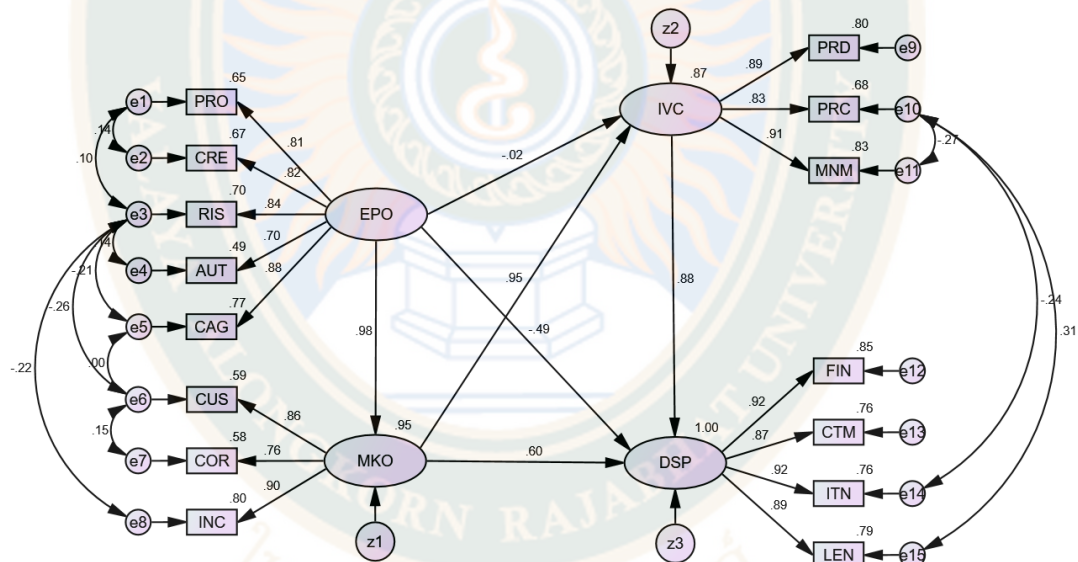


146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

มาตรฐานควรมีค่ามากกว่า 0.90) ดัชนีวัดความสอดคล้องในรูปความคาดเคลื่อนประกอบด้วยค่า RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) มีค่าเท่ากับ 0.028 (ตามมาตรฐานควรมีค่าน้อยกว่า 0.05) ค่า RMR (Root Mean Square Residual) มีค่าเท่ากับ 0.011 (ตามมาตรฐานควรมีค่าน้อยกว่า 0.05)

ผลของการลากเส้นความสัมพันธ์ตามคำแนะนำของแบบจำลองหลังการปรับปรุงครั้งสุดท้าย แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวม ตลอดจนค่าสถิติมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้น เป็นเพราะค่าไค-สแควร์มีค่าลดลงค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประเมินค่า (RMSEA) ต่ำกว่า 0.05 และค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่าที่เข้าใกล้ 1.00



Chi-square=81.236,df=66,p-value=.098, CMIN/df=1.231,
GFI=.966, AGFI=.939,CFI=.997, NFI=.983, IFI=.997,TLI=.995,
RMR=.011, RMSEA=.028

ภาพที่ 15 แบบจำลองรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อผลการดำเนินงาน ตามโมเดลที่ปรับปรุงใหม่



ตารางที่ 19 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ระหว่าง
Hypothesized Model และ Modified Model

ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง	เกณฑ์พิจารณา ค่าดัชนี	Hypothesized Model	Modified Model
χ^2	---	267.31	81.24
<i>P</i> -value	> 0.05	0.000	0.098
<i>df</i>	---	84	66
χ^2 / df	< 2	3.18	1.23
ดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมบูรณ์ (Absolute Fit Index)			
ค่า GFI (Goodness of Fit Index)	> 0.90	0.89	0.97
ค่า AGFI (Adjusted Goodness of Fit Index)	> 0.90	0.85	0.94
ดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมพัทธ์ (Relative Fit Index)			
ค่า NFI (Normed Fit Index)	> 0.90	0.94	0.98
ค่า CFI (Comparative Fit Index)	> 0.90	0.96	1.00
ค่า IFI (Incremental Fit Index)	> 0.90	0.96	1.00
ค่า RFI (Relative Fit Index)	> 0.90	0.93	0.97
ดัชนีวัดความสอดคล้องในรูปความคาดเคลื่อน			
ค่า RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	< 0.05	0.085	0.028
ค่า RMR (Root Mean Square Residual)	< 0.05	0.020	0.011

แบบจำลองโครงสร้างก่อนการปรับ

Chi-square = 267.31, *df* = 84, *p*-value = 0.0000, RMSEA = 0.085, CFI = 0.96, GFI = 0.89

แบบจำลองโครงสร้างหลังการปรับ

Chi-square = 82.24, *df* = 66, *p*-value = 0.098, RMSEA = 0.028, CFI = 1.00, GFI = 0.97

จากภาพที่ 15 และข้อมูลที่ปรากฏในตารางที่ 19 ผลการปรับเพิ่มเส้นทางอิทธิพล สามารถที่จะทำให้แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวมตลอดจนมีค่าสถิติที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ระหว่างการวิเคราะห์ครั้งที่ 1 และการวิเคราะห์ครั้งที่ 2 พบว่า ค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) ก่อนปรับโมเดลมีค่าเท่ากับ 267.31 หลังปรับโมเดลมีค่าลดลงเป็น 81.24 ค่าองศาอิสระ (df) ก่อนปรับโมเดลมีค่าเท่ากับ 84 หลังปรับโมเดลมีค่าลดลงเท่ากับ 66

ค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (P -value) ก่อนปรับโมเดลมีค่าเท่ากับ 0.000 หลังปรับโมเดลมีค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.098 ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2 / df) ก่อนปรับโมเดลมีค่าเท่ากับ 3.18 หลังปรับโมเดลมีค่าลดลงเท่ากับ 1.23

ดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมบูรณ์ (absolute fit index) ประกอบด้วยค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) ก่อนปรับโมเดลมีค่าเท่ากับ 0.89 หลังปรับโมเดลมีค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.97 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) ก่อนปรับโมเดลมีค่าเท่ากับ 0.85 ปรับโมเดลมีค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.94

ดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมพันธ์ (relative fit index) ค่า NFI (Normed Fit Index) ก่อนปรับโมเดลมีค่าเท่ากับ 0.94 หลังปรับโมเดลมีค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.98 ค่า CFI (Comparative Fit Index) ก่อนปรับโมเดลมีค่าเท่ากับ 0.96 หลังปรับโมเดลมีค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.00 ค่า IFI (Incremental Fit Index) ก่อนปรับโมเดลมีค่าเท่ากับ 0.96 หลังปรับโมเดลมีค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 1.00 ค่า RFI (Relative Fit Index) ก่อนปรับโมเดลมีค่าเท่ากับ 0.93 หลังปรับโมเดลมีค่าเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.97

ดัชนีวัดความสอดคล้องในรูปความคลาดเคลื่อนประกอบด้วยค่า RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) ก่อนปรับโมเดลมีค่าเท่ากับ 0.085 หลังปรับโมเดลมีค่าลดลงเท่ากับ 0.028 และค่า RMR (Root Mean Square Residual) ก่อนปรับโมเดลมีค่าเท่ากับ 0.020 หลังปรับโมเดลมีค่าลดลงเท่ากับ 0.011

จากที่กล่าวมาข้างต้นพอสรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวมนั้น เมื่อกำหนดเกณฑ์พิจารณาดัชนีวัดระดับความสอดคล้องด้วยค่าไค-สแควร์ ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประเมินค่า ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมบูรณ์ ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมพันธ์ และค่าดัชนีวัดความสอดคล้องในรูปความคลาดเคลื่อน จะเห็นได้ว่า แบบจำลองยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในการวิเคราะห์ครั้งแรก หลังจากนั้น ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการปรับแบบจำลองโดยทำการลดเส้นทางความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้ เมื่อดำเนินการดังกล่าวแล้วนั้น ผลการวิเคราะห์ในครั้งที่สองพบว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นกว่าการวิเคราะห์ในครั้งแรก



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / rev: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ดังนั้น การวิเคราะห์การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวม โดยกำหนดเกณฑ์พิจารณาดัชนีวัดระดับความสอดคล้องด้วยค่าไค-สแควร์ ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า ค่าดัชนีความสอดคล้องเชิงสัมบูรณ์ ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมพัทธ์ และค่าดัชนีความสอดคล้องในรูปความคลาดเคลื่อน จะเห็นได้ว่าแบบจำลองยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากการวิเคราะห์ในครั้งแรก หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการปรับแบบจำลองตามคำแนะนำในค่าดัชนีปรับขยาย จากโปรแกรมโดยการลากเส้นความสัมพันธ์ของความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้ ผลการวิเคราะห์ครั้งที่สอง พบว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นกว่าการวิเคราะห์ในครั้งแรก จึงได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ทั้งก่อนและหลังการปรับแบบจำลองดังกล่าว

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุแบบจำลองสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุแบบจำลองสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเป็นการวิเคราะห์แบบจำลองการวัด และการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้าง และตั้งข้อมูลที่ปรากฏรายละเอียดการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุสามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 20 ค่าสัมประสิทธิ์ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที จากการวิเคราะห์หลังปรับโมเดล

เส้นทางอิทธิพล (path diagram)	สปส.	SE	t-value
LAMDA - X (ตัวแปรแฝงภายนอก → ตัวแปรสังเกตได้ภายนอก)			
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) → การทำงานเชิงรุก (PRO)	0.81	-	-
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) → การมีนวัตกรรม (CRE)	0.82	0.06	18.04**
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) → ความกล้าเสี่ยง (RIS)	0.84	0.06	17.54**
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) → การมีอิสระในการปฏิบัติงาน (AUT)	0.70	0.07	13.34**
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) → ความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน (CAG)	0.88	0.06	18.07**
LAMDA - Y (ตัวแปรแฝงภายใน → ตัวแปรสังเกตได้ภายใน)			
การมุ่งเน้นตลาด (MKO) → การมุ่งเน้นลูกค้า (CUS)	0.86	-	-
การมุ่งเน้นตลาด (MKO) → การมุ่งเน้นคู่แข่ง (COR)	0.76	0.06	15.29**
การมุ่งเน้นตลาด (MKO) → การประสานงานภายในองค์กร (INC)	0.90	0.07	17.49**
ความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) → นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PRD)	0.89	-	-
ความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) → นวัตกรรมกระบวนการ (PRC)	0.83	0.05	19.90**
ความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) → นวัตกรรมทางการบริหาร (MNM)	0.91	0.04	25.00**

ตารางที่ 20 (ต่อ)

เส้นทางอิทธิพล (path diagram)	สปส.	SE	t-value
ผลการดำเนินงานขององค์กร (DSP) → ด้านการเงิน (FIN)	0.92	-	-
ผลการดำเนินงานขององค์กร (DSP) → ด้านลูกค้า (CTM)	0.87	0.04	23.94**
ผลการดำเนินงานขององค์กร (DSP) → ด้านกระบวนการภายใน (ITN)	0.92	0.04	23.17**
ผลการดำเนินงานขององค์กร (DSP) → ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (LEN)	0.89	0.04	25.10**

หมายเหตุ สปส. = ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง, SE = ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน, t-value = ค่าสถิติที่
* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

การประมาณค่าพารามิเตอร์ของตัวแปรสังเกตได้ตัวแรกจะประมาณเฉพาะค่าน้ำหนักเท่านั้น ไม่ประมาณค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐานและค่าสถิติทดสอบที (t-test) โดยจะถือว่าพารามิเตอร์ นั้นมีค่าความแตกต่างจากศูนย์โดยอัตโนมัติ (กลยา วานิชย์บัญชา, 2556)

จากข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 20 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุตามแบบจำลองสมการโครงสร้างหลังปรับโมเดล ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุแบบจำลองการวัด (overall measurement model) แสดงถึง ค่าความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ ได้แก่ เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายนอกกับตัวแปรแฝงภายนอก (lamda-x) และเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายในกับตัวแปรแฝงภายใน (lamda-y) พิจารณาด้วยค่าสถิติที่ (t-value) ของน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรสังเกตได้ มีรายละเอียดของผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1.1 เส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายนอกกับตัวแปรแฝงภายนอก (lamda-x) ได้แก่

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ภายนอก 5 ตัวแปร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน (0.88) และค่าน้ำหนักความสำคัญน้อยที่สุด คือ การมีอิสระในการปฏิบัติงาน (0.70) ค่าสถิติทดสอบที (t-test) พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) → การทำงานเชิงรุก (PRO) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ค่า $\beta = 0.81$ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) → การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์

(CRE) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ค่า $\beta = 0.82$, $t = 18.04^{**}$ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) \rightarrow ความกล้าเสี่ยง (RIS) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ค่า $\beta = 0.84$, $t = 17.54^{**}$ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) \rightarrow การมีอิสระในการปฏิบัติงาน (AUT) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ค่า $\beta = 0.70$, $t = 13.34^{**}$ และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) \rightarrow ความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน (CAG) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ค่า $\beta = 0.88$, $t = 18.07^{**}$

1.2 เส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายในกับตัวแปรแฝงภายใน (lambda-y) แบ่งออกเป็น

(1) ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบด้านการมุ่งเน้นตลาด พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ภายใน 3 ตัวแปร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ การประสานงานภายในองค์กร (0.90) และค่าน้ำหนักความสำคัญน้อยที่สุด คือ การมุ่งเน้นคู่แข่ง (0.76) ค่าสถิติทดสอบที (t-test) พบว่า การมุ่งเน้นตลาด (MKO) \rightarrow การมุ่งเน้นลูกค้า (CUS) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ค่า $\beta = 0.86$ การมุ่งเน้นตลาด (MKO) \rightarrow การมุ่งเน้นคู่แข่ง (COR) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ค่า $\beta = 0.76$, $t = 15.29^{**}$ และการมุ่งเน้นตลาด (MKO) \rightarrow การประสานงานภายในองค์กร (INC) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ค่า $\beta = 0.90$, $t = 17.49^{**}$

(2) ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบด้านความสามารถทางนวัตกรรม พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ภายใน 3 ตัวแปร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ นวัตกรรมทางการบริหาร (0.91) และค่าน้ำหนักความสำคัญน้อยที่สุด คือ นวัตกรรมกระบวนการ (0.83) ค่าสถิติทดสอบที (t-test) พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) \rightarrow นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PRD) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ค่า $\beta = 0.89$ ความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) \rightarrow นวัตกรรมกระบวนการ (PRC) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ค่า $\beta = 0.83$, $t = 19.90^{**}$ และความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) \rightarrow นวัตกรรมทางการบริหาร (MNM) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ค่า $\beta = 0.91$, $t = 25.00^{**}$

(3) ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบด้านผลการดำเนินงานขององค์การ พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ภายใน 4 ตัวแปร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านการเงิน และด้านกระบวนการภายใน (0.92) เท่ากัน และค่าน้ำหนักความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้านลูกค้า (0.87) ค่าสถิติทดสอบที (t-test) พบว่า ผลการดำเนินงานขององค์การ (DSP) \rightarrow ด้านการเงิน (FIN) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ค่า $\beta = 0.92$ ผลการดำเนินงานขององค์การ (DSP) \rightarrow ด้านลูกค้า (CTM) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ค่า $\beta = 0.87$, $t = 23.94^{**}$ ผลการดำเนินงานขององค์การ (DSP) \rightarrow ด้านกระบวนการภายใน (ITN) มีค่านัยสำคัญ

ทางสถิติที่ค่า $\beta = 0.92$, $t = 23.17^{**}$ และผลการดำเนินงานขององค์กร (DSP) \rightarrow ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (LEN) มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ค่า $\beta = 0.89$, $t = 25.10^{**}$

ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรสังเกตได้ (R^2) ตัวแปรแฝง (P_c) และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของตัวแปรแฝง (P_v) หลังปรับแบบจำลอง

ก่อนรายงานผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแปร ผู้วิจัยได้ทำการประเมินถึงความสามารถของตัวแปรในแบบจำลองการวัด และค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรโดยแสดงผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรสังเกตได้ (R^2)

ส่วนที่ 2 ค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝง (P_c)

ส่วนที่ 3 ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของตัวแปรแฝง (P_v)

หลังการปรับแบบจำลองครั้งสุดท้าย โดยมีรายละเอียดของผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรสังเกตได้ (R^2) ตัวแปรแฝง (P_c) และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของตัวแปรแฝง (P_v) หลังปรับแบบจำลอง

ตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้	ค่าความเชื่อถือได้		
	R^2	P_c	P_v
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO)		0.91	0.66
การทำงานเชิงรุก (PRO)	0.65		
การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ (CRE)	0.67		
ความกล้าเสี่ยง (RIS)	0.70		
การมีอิสระในการปฏิบัติงาน (AUT)	0.49		
ความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน (CAG)	0.77		
การมุ่งเน้นตลาด (MKO)		0.86	0.66
การมุ่งเน้นลูกค้า (CUS)	0.59		
การมุ่งเน้นคู่แข่ง (COR)	0.58		
การประสานงานภายในองค์กร (INC)	0.80		
ความสามารถทางนวัตกรรม (IVC)		0.90	0.75
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (PRD)	0.80		

ตารางที่ 21 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้	ค่าความเชื่อถือได้		
	R^2	P_c	P_v
นวัตกรรมกระบวนการ (PRC)	0.68		
นวัตกรรมทางการบริหาร (MNM)	0.83		
ผลการดำเนินงานขององค์กร (DSP)		0.94	0.79
ด้านการเงิน (FIN)	0.85		
ด้านลูกค้า (CTM)	0.76		
ด้านกระบวนการภายใน (ITN)	0.76		
ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (LEN)	0.79		

การวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรสังเกตได้ (R^2) เกณฑ์กำหนดให้ควรมีค่ามากกว่า 0.50 ผลการวิเคราะห์เป็น ดังนี้

ค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรสังเกตได้ (R^2) ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวในการวัดตัวแปร (R^2) มีค่าตั้งแต่ 0.49 ถึง 0.85 เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวในการวัดตัวแปร จะเห็นได้ว่า ตัวแปรสังเกตได้ด้านการเงิน มีค่าสูงสุด (0.85)

ผลการวิเคราะห์ยังพบอีกกว่าว่าตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวในองค์ประกอบการวัด ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการมุ่งเน้นตลาด ด้านความสามารถทางนวัตกรรม และด้านผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ มีค่าความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงทุกองค์ประกอบการวัด เนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.50 ค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝง (P_c)

ผลการวิเคราะห์พบว่าทุกองค์ประกอบมีค่าระดับความเชื่อถือได้ (P_c) ค่อนข้างสูง คือ 0.908 ขึ้นไป โดยที่ Diamantopoulos & Sigauw (2000) กำหนดว่าควรมีค่ามากกว่า 0.60 ขึ้นไป ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของตัวแปร (P_v)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าเฉลี่ยของความความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของตัวแปรมีค่าค่อนข้างสูง คือ มากกว่า 0.50 ตามเกณฑ์ที่กำหนดโดย (Diamantopoulos & Sigauw, 2000) ควรมีค่ามากกว่า 0.50 ได้แก่ ด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการมุ่งเน้นตลาด ด้านความสามารถทางนวัตกรรม และด้านผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ

จากที่กล่าวมาข้างต้นพอสรุปได้ว่า ค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝงมีระดับความเชื่อถือได้ (P_c) ค่อนข้างสูง แต่สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ (P_v) ในระดับสูง



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวในการวัด (R^2) จะเห็นว่า ตัวแปรสังเกตได้มีระดับความเชื่อถือได้ในระดับสูง

ผลการวิเคราะห์แยกค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและค่าสถิติการวิเคราะห์อภินิเทศ

เป็นการศึกษาเพื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรเพื่อทดสอบสมการโครงสร้าง โดยผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้นให้มีความคลาดเคลื่อนในการวัดตัวแปร และค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์ระหว่างกันได้ ซึ่งผลการวิเคราะห์การประมาณค่าพารามิเตอร์ในแบบจำลองโครงสร้างหลังปรับด้วยการวิเคราะห์อภินิเทศเชิงสาเหตุ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการวิเคราะห์แยกอภินิเทศรวมออกเป็นอภินิเทศทางตรงและทางอ้อม (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานอภินิเทศทางตรง (DE) อภินิเทศทางอ้อม (IE) และอภินิเทศรวม (TE) หลังปรับแบบจำลองโครงสร้าง

ตัวแปรสาเหตุ	ผล ความสัมพันธ์	ตัวแปรผล		
		MKO	IVC	DSP
EPO	DE	0.98**	-0.02	-0.49*
	IE	-	0.93**	1.38**
	TE	0.98**	0.91**	0.90**
MKO	DE	-	0.95**	0.60**
	IE	-	-	0.83**
	TE	-	0.95**	1.43**
IVC	DE	-	-	0.88**
	IE	-	-	-
	TE	-	-	0.88**
สมการโครงสร้าง				
R^2		0.95	0.87	1.00

$\chi^2 = 81.236$, $df = 66$, $P\text{-value} = 0.098$, $\chi^2 / df = 1.231$, $GFI = 0.97$, $AGFI = 0.94$, $NFI = 0.98$, $CFI = 1.00$, $IFI = 1.00$, $RFI = 0.97$, $RMSEA = 0.028$, $RMR = 0.011$

หมายเหตุ * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

จากตารางที่ 22 พบว่า ผลการวิเคราะห์ที่มีการมุ่งเน้นตลาด (MKO) เป็นตัวแปรผลนั้น พบว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นตลาด เท่ากับ 0.98

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ที่มีความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) เป็นตัวแปรผล พบว่าความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) ได้รับผลทางตรงเชิงบวกจาก การมุ่งเน้นตลาด (MKO) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.95 แสดงให้เห็นว่าการมุ่งเน้นตลาด (MKO) ส่งอิทธิพลในทางตรงในเชิงบวกสูงที่สุดต่อความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) แต่ความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) ไม่ได้รับผลทางตรงจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ -0.02 แสดงให้เห็นว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) ไม่ส่งอิทธิพลในทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) ในส่วนของอิทธิพลทางอ้อม พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) ได้อิทธิพลทางอ้อมจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) ผ่านการมุ่งเน้นตลาด (MKO) เท่ากับ 0.93

ผลการวิเคราะห์ที่มีผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) เป็นตัวแปรผล พบว่า ผลการวิเคราะห์ที่มีผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) ได้รับผลทางตรงเชิงบวกจาก การมุ่งเน้นตลาด (MKO) และความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.60 และ 0.88 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) ส่งอิทธิพลในทางตรงในเชิงบวกสูงที่สุดต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) ส่วนผลการวิเคราะห์ที่มีผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) ได้รับผลทางตรงเชิงลบจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ -0.49 แสดงให้เห็นว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) ส่งอิทธิพลในทางตรงในเชิงลบต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) ในส่วนของอิทธิพลทางอ้อม พบว่า ผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) ได้อิทธิพลทางอ้อมจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) ผ่านการมุ่งเน้นตลาด (MKO) และความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) เท่ากับ 1.38 และได้อิทธิพลทางอ้อมจากการมุ่งเน้นตลาด (MKO) ผ่านความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) เท่ากับ 0.83

เมื่อพิจารณาถึงเมตริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง พบว่า มีค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมีค่าระหว่าง 0.77-0.81 โดยพบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) กับผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) และความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) กับ ผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) มีค่าความสัมพันธ์สูงสุดในสัดส่วนเท่ากับ ($r = 0.81$)

โดยสรุปจากที่กล่าวมาข้างต้น ผลการวิเคราะห์ตามสมการโครงสร้างจะเห็นว่า

1. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) ส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นตลาด (MKO)
2. การมุ่งเน้นตลาด (MKO) ส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) ไม่ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทาง



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

นวัตกรรม (IVC) และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) ส่งอิทธิพลทางอ้อมในเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม (IVC)

3. การมุ่งเน้นตลาด (MKO) และความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) ส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) ส่วนการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) ไม่ส่งอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP) และพบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EPO) การมุ่งเน้นตลาด (MKO) และความสามารถทางนวัตกรรม (IVC) ส่งอิทธิพลทางอ้อมในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (DSP)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์กรอบแนวคิดสมการโครงสร้าง ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ทดสอบสมมติฐานทั้ง 6 สมมติฐาน พบว่า สมมติฐานที่ 1, 2, 4, 5 และ 6 ได้รับการสนับสนุน ส่วนสมมติฐานที่ 3 ไม่ได้รับการสนับสนุน

สมมติฐานที่ได้รับการสนับสนุน สมมติฐานที่ได้รับการสนับสนุนที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$ และ 0.05 ได้แก่สมมติฐานที่ 1, 2, 4, 5 และ 6 สรุปได้ว่า (1) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาด (2) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ (3) การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม (4) การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ และ (5) การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม

สมมติฐานที่ไม่ได้รับการสนับสนุน ได้แก่ สมมติฐาน 3 สรุปได้ว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปสมมติฐานได้ ดังตารางที่ 23

GRAD VRU



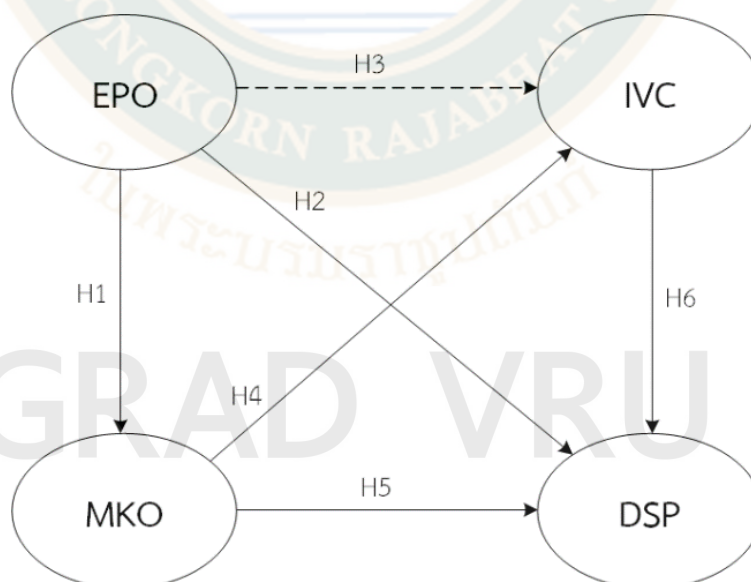
146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 23 สรุปผลของการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน		ผลการทดสอบ
H1	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาด	สนับสนุน
H2	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ	สนับสนุน
H3	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม	ไม่สนับสนุน
H4	การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม	สนับสนุน
H5	การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ	สนับสนุน
H6	ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ	สนับสนุน

จากข้อค้นพบข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าสมมติฐานที่ 1, 2, 4, 5 และ 6 สนับสนุนสมมติฐานในการวิจัย ส่วนสมมติฐานที่ 3 ไม่สนับสนุนสมมติฐานในการวิจัย สามารถอธิบายสมมติฐานที่สนับสนุนและไม่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยได้ดังแสดงในภาพ 16



ภาพที่ 16 เส้นทางอิทธิพลที่สนับสนุนและไม่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย

หมายเหตุ - - - - - เส้นประ คือ เส้นที่ไม่สนับสนุนสมมติฐานในการวิจัย
 ————— เส้นทึบ คือ เส้นที่สนับสนุนสมมติฐานในการวิจัย

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการนำผลการศึกษาจากเชิงปริมาณมายืนยันผลการวิจัย (Confirm) กับผู้ประกอบการ ตัวแทน ผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีประสบการณ์ หรือผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 ท่าน ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อพิจารณาประเมินและให้ข้อเสนอแนะถึงความเหมาะสมของรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยในการนำไปใช้ปฏิบัติจริง

ผลการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) แบ่งเป็นนายกสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย 1 ท่าน สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล 1 ท่าน สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย 1 ท่าน ผู้ประกอบการ 4 ท่าน และนักวิชาการ 2 ท่าน การเก็บรวบรวมจากผู้ให้ข้อมูลหลักดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยได้ค้นพบข้อมูลตามวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนารูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย รวมทั้งปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อโมเดลการวิจัยข้างต้น ซึ่งสามารถนำข้อค้นพบนี้มาใช้สนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

การให้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยตามทัศนะของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ พบว่า รูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ประกอบด้วยตัวแปรสำคัญ 4 กลุ่ม ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ มีความสัมพันธ์ที่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งสามารถสรุปได้ตามกลุ่มความสัมพันธ์ ดังนี้

1. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาด

“...ผู้ประกอบการเป็นจุดเริ่มต้นของการแสวงหาความต้องการของลูกค้า และสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น...” (คุณลี [นามสมมติ], 2565)

“...ผู้ประกอบการเป็นจุดเริ่มต้นทำให้เกิดการแสวงหาความต้องการของตลาด...” (คุณทก [นามสมมติ], 2565)

“...ผู้ประกอบการเป็นคนที่มองเห็นถึงโอกาสในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้วยสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ...” (คุณแปด [นามสมมติ], 2565)



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

“...ผู้ประกอบการต้องกล้าเสี่ยงในการผลิตสินค้าและบริหารใหม่ ๆ ที่ยังไม่มีคู่แข่งทำมาก่อน...” (คุณหนึ่ง [นามสมมติ], 2565)

2. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ

“...ผู้ประกอบการเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจ เป็นปัจจัยหลักที่สำคัญทำให้เกิดการขับเคลื่อนองค์กรให้เกิดผลการดำเนินงาน...” (คุณสี่ [นามสมมติ], 2565)

“...การประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการเป็นตัวหลักก็จริง แต่ต้องมีทีมงานที่มีคุณภาพ เพื่อช่วยสนับสนุนกันทำงาน และช่วยกันแก้ปัญหา...” (คุณเก้า [นามสมมติ], 2565)

“...ผู้ประกอบการเพียงคนเดียวไม่สามารถทำให้ผลการดำเนินงานของกิจการดีขึ้นได้เสมอ ต้องอาศัยทีม การทำงานเป็นทีม การบริหารทีม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งได้...” (คุณสอง [นามสมมติ], 2565)

“...ผู้ประกอบการที่มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง อาจจะมีความเสี่ยงในการตัดสินใจเรื่องการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ผิดพลาดได้ หากไม่ได้ฟังมุมมองอื่น ๆ จากสมาชิกของทีม...” (คุณแปด [นามสมมติ], 2565)

3. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม

“...ผู้ประกอบการในบริบทของดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ยังไม่สามารถทำให้เกิดนวัตกรรมโดยตรงเนื่องจากการทำให้เกิดนวัตกรรมภายในองค์กรสตาร์ทอัพมาจากการระดมความคิดกันภายในทีม...” (คุณหนึ่ง [นามสมมติ], 2565)

“...ความรู้ทางเทคโนโลยีใช้ในการสร้างนวัตกรรม เนื่องจากธุรกิจดิจิทัลสตาร์ทอัพ เป็นธุรกิจที่สร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดหรือลูกค้า...” (คุณสาม [นามสมมติ], 2565)

“...การทำให้เกิดนวัตกรรมมาจากคุณสมบัติของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยง ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการในการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่คู่แข่งยังไม่ได้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนั้น ๆ...” (คุณสี่ [นามสมมติ], 2565)



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

“...ผู้ประกอบการเป็นแค่คนเพียงหนึ่งคน แต่การทำให้เกิดนวัตกรรมไม่ได้มาจากคนเพียงคนเดียว อาจจะมาจากทีมงาน ซึ่งประกอบด้วยคนหลายคน และหลายภาคส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องกับการทำให้เกิดนวัตกรรม...” (คุณลี [นามสมมติ], 2565)

“...มีกลุ่มคนเก่งในการสร้างให้เกิดนวัตกรรม ซึ่งกลุ่มคนเก่งนี้มีทักษะในการคิดค้นนวัตกรรม...” (คุณห้า [นามสมมติ], 2565)

“...ผู้ประกอบการเป็นจุดเริ่มต้นทำให้เกิดความสามารถทางนวัตกรรม เพราะผู้ประกอบการเป็นคนคิดวิเคราะห์ในการนำนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินงานขององค์กร เพื่อช่วยลดต้นทุน เพิ่มผลกำไร ลดเวลาในการดำเนินงาน ตลอดจนคิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า...” (คุณหก [นามสมมติ], 2565)

4. การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม

“...คู่แข่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลทำให้เกิดนวัตกรรม เพราะองค์กรสตาร์ทอัพต้องเทียบเคียงการดำเนินงานกับคู่แข่งตลอดเวลา ดังนั้นการนำนวัตกรรมมาใช้ในการกระบวนการบริหารจัดการ เพื่อเอาชนะคู่แข่งก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้องค์กรสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จเหนือกว่าคู่แข่ง...” (คุณหนึ่ง [นามสมมติ], 2565)

“...การตลาดเพราะปรับค่อนข้างเยอะตามสภาพแวดล้อมและสภาพปัจจุบัน ด้วยการปรับรูปแบบ วิธีการต่าง ๆ นวัตกรรมต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด...” (คุณสี่ [นามสมมติ], 2565)

“...เริ่มแสวงหาความต้องการของลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ด้วยความสามารถทางนวัตกรรม ที่ช่วยอำนวยความสะดวกและลดต้นทุนให้ลูกค้า...” (คุณเจ็ด [นามสมมติ], 2565)

“...การมุ่งเน้นความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาแนวความคิดให้สามารถเป็นสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ในการแสวงหารายได้จากลูกค้า...” (คุณเก้า [นามสมมติ], 2565)

5. การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ

“...คนใช้ฟรีเยอะ แต่ไม่จ่ายเงินซื้อเพิ่ม ไม่ใช่มีแค่ลูกค้าอย่างเดียว ต้องมีลูกค้าที่ยินดีจ่ายเงินเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ ต้องดูที่

Business Model เช่น Google ได้เงินจากคนมายิง adv. ไม่ใช่จากคนที่เข้ามาค้นหา...” (คุณหนึ่ง [นามสมมติ], 2565)

“...ความต้องการของตลาดจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน เมื่อองค์กรสตาร์ทอัพดำเนินธุรกิจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงประเด็น ทำให้มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการของธุรกิจเรื่อย ๆ จนส่งผลให้ผลการดำเนินงานขององค์กรเพิ่มขึ้น...” (คุณสาม [นามสมมติ], 2565)

“...การมุ่งเน้นตลาดด้านลูกค้าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร เนื่องจากลูกค้านำมาซึ่งรายได้ขององค์กร...” (คุณห้า [นามสมมติ], 2565)

“...ความต้องการของลูกค้าส่งผลให้กิจการมีรายได้...” (คุณเก้า [นามสมมติ], 2565)

6. ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ

“...การใช้ระบบหลังบ้านมาใช้ในการดำเนินงานส่งผลต่อผลการดำเนินงาน โดยการใช้ระบบอัตโนมัติในการออกใบเสร็จ หรือการติดต่อกับทางธนาคารเพื่อให้ระบบแสดงยอดเงินแบบเรียลไทม์...” (คุณเจ็ด [นามสมมติ], 2565)

“...วิธีการทำงานใหม่ ๆ ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน จนส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการที่เพิ่มขึ้น...” (คุณสอง [นามสมมติ], 2565)

“...สินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ที่ได้รับการตอบรับจากตลาดที่ดี สามารถทำให้กิจการได้รับรายได้ที่เพิ่มขึ้น...” (คุณแปด [นามสมมติ], 2565)

“...การบริหารกิจการโดยใช้เทคโนโลยีช่วยลดเวลา ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้าได้...” (คุณหก [นามสมมติ], 2565)

7. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลในรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

“...สภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมายที่รัฐเป็นผู้สนับสนุนให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพกับธุรกิจสตาร์ทอัพจากต่างประเทศ เพราะตอนนี้นโยบายของภาครัฐยังคง



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ใช้ข้อบังคับของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาใช้กับสตาร์ทอัพในประเทศไทย...” (คุณสอง [นามสมมติ], 2565)

“...การบริหารจัดการทีม เนื่องจากสตาร์ทอัพมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงต้องมีระบบการบริหารจัดการการทำงานในทีมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะเครื่องมือที่ใช้ในการทำงานปรับเหมาะกับงานนั้นๆ อีกประเด็นคือบุคลากรที่ทำงานในองค์กรสตาร์ทอัพจะมีการทาบตามจากองค์กรอื่นๆ ให้เข้าไปร่วมงานหรือมีการดึงตัวที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง...” (คุณสี่ [นามสมมติ], 2565)

“...คนที่เป็โปรแกรมเมอร์ที่มีทักษะในการทำงานเงินไม่สามารถดึงให้ทำงานอยู่ในองค์กรได้ แต่เป็นความสบายใจในการทำงานจะสามารถทำให้อยู่กับองค์กร ดังนั้นการบริหารจัดการคนเก่งจึงเป็นประเด็นที่องค์กรน่าจะนำมาใช้ในการบริหารจัดการบุคคล เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นยังคงอยู่กับองค์กรต่อไป...” (คุณห้า [นามสมมติ], 2565)

“...การคาดการณ์โอกาสทางการตลาดในการตอบสนองความต้องการของตลาดด้วยสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ โดยที่แม้คู่แข่งชั้นก็ยังไม่เคยคิดผลิตออกมาจำหน่าย เป็นการมองเห็นถึงโอกาสในการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ...” (คุณเก้า [นามสมมติ], 2565)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังตารางที่ 24-28

GRAD VRU



146230796

ตารางที่ 24 สรุปการสนทนากลุ่ม

การประเมินรูปแบบรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย	การนำไปประยุกต์ใช้	
	เหมาะสม	ไม่เหมาะสม
ด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	✓	
ด้านการมุ่งเน้นตลาด	✓	
ด้านความสามารถทางนวัตกรรม	✓	
ด้านผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ	✓	

จากภาพรวมการสนทนากลุ่มรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ผู้ร่วมสนทนากลุ่มมีความเห็นไปในทางเดียวกันคือ รูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย มีความเหมาะสมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปความคิดเห็นในแต่ละปัจจัย ดังนี้

ปัจจัยที่ 1 ด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ สามารถสรุปผลการสนทนากลุ่มได้ดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 สรุปผลการสนทนากลุ่มด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

ตัวแปร	ความเหมาะสมของตัวแปร			สรุปผลการสนทนากลุ่ม
	เหมาะสม	ปรับปรุง	ไม่เหมาะสม	
ด้านการทำงานเชิงรุก	✓			ตัวแปรด้านการทำงานเชิงรุกมีความเหมาะสม เนื่องจากผู้ประกอบการต้องบริหารกิจการเพื่อหวังผลกำไรที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยมีการกำหนดแผนงานและเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ช่วงของการดำเนินงานหลังจากที่ธุรกิจเข้าสู่ตลาดได้แล้ว คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ต้องให้ความสำคัญคือการทำงานเชิงรุก เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตารางที่ 25 (ต่อ)

ตัวแปร	ความเหมาะสมของตัวแปร			สรุปผลการสนทนากลุ่ม
	เหมาะสม	ปรับปรุง	ไม่เหมาะสม	
ด้านการมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์	✓			ตัวแปรด้านการมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์มีความเหมาะสม เนื่องจากผู้ประกอบการต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน โดยแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ในการเอาชนะคู่แข่งที่มีการพัฒนาตัวเองอยู่ตลอดเวลา รวมถึงความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของสถานการณ์และคู่แข่ง
ด้านความกล้าเสี่ยง	✓			ตัวแปรด้านความกล้าเสี่ยงมีความเหมาะสม เนื่องจากผู้ประกอบการมีการนำสินทรัพย์ทั้งของตัวเองหรืออาจจะกู้ยืมมาลงทุน เพราะฉะนั้น ในการดำเนินธุรกิจ ต้องมีความกล้าได้กล้าเสียในการตัดสินใจด้วยความระมัดระวังและสมเหตุผลมากที่สุด เพื่อเอาชนะใจลูกค้าและคู่แข่งในตลาด คุณลักษณะของผู้ประกอบการช่วงการเริ่มต้นธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการกล้าเสี่ยงเพื่อมองให้เห็นถึงโอกาสทางการตลาดจากสภาพแวดล้อมรอบตัว กล้าได้กล้าเสีย กล้าเสี่ยงที่จะลงทุนในโอกาสนั้น



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 25 (ต่อ)

ตัวแปร	ความเหมาะสมของตัวแปร			สรุปผลการสนทนากลุ่ม
	เหมาะสม	ปรับปรุง	ไม่เหมาะสม	
ด้านการมีอิสระ ในการ ปฏิบัติงาน	✓			ตัวแปรด้านการมีอิสระในการปฏิบัติงานมีความเหมาะสม เนื่องจากผู้ประกอบการต้องการอิสระในการกำหนดกลยุทธ์และวิสัยทัศน์เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน โดยปราศจากการแทรกแซงจากบุคคลอื่น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจที่ได้กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงาน
ด้านความแข็ง กร้าวทางการ แข่งขัน	✓			ตัวแปรด้านความแข็งกร้าวทางการแข่งขันมีความเหมาะสม เนื่องจากในการทำธุรกิจ คู่แข่งขันจะมีการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานและกลยุทธ์ตลอดเวลา เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการต้องมีการตอบโต้คู่แข่ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ หรือมีสถานะทางการตลาดที่ดีกว่าของคู่แข่ง

ปัจจัยที่ 2 ด้านการมุ่งเน้นตลาด สามารถสรุปผลการสนทนากลุ่มได้ดังตารางที่ 26

GRAD VRU

ตารางที่ 26 สรุปผลการสนทนากลุ่มด้านการมุ่งเน้นตลาด

ตัวแปร	ความเหมาะสมของตัวแปร			สรุปผลการสนทนากลุ่ม
	เหมาะสม	ปรับปรุง	ไม่เหมาะสม	
ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า	✓			<p>ตัวแปรด้านการมุ่งเน้นลูกค้ามีความเหมาะสม เนื่องจากการเข้าใจความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการได้ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าเป้าหมายต้องการ ทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ สามารถสร้างการส่งมอบคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำในอนาคตด้านลูกค้า ต้องให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก โดยการแบ่งลูกค้าเป็นกลุ่ม และตอบสนองตามความต้องการแต่ละกลุ่มให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้น แนวทางในการจัดการต้องมองจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรสู่การบริหารงานภายในองค์กร เนื่องจากลูกค้ามี 2 แบบ คือ ลูกค้าที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปและลูกค้าที่มีความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูป การบริหารจึงต่างกัน ลูกค้ากลุ่มแรกต้องหาข้อมูลและทำความเข้าใจเกี่ยวกับลูกค้าแต่ละรายก่อนการเข้าพบ และใช้กลยุทธ์เชิงรุกผ่านการเล่าเรื่อง ด้วยการกล่าวถึงปัญหาและเสนอวิธีการแก้ปัญหาด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กรแก่ลูกค้า พร้อมรับคำติชมของลูกค้าตลอดเวลา เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาคุณภาพสินค้าหรือบริการให้</p>



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ตัวแปร	ความเหมาะสมของตัวแปร			สรุปผลการสนทนากลุ่ม
	เหมาะสม	ปรับปรุง	ไม่เหมาะสม	
				ดีกว่าคู่แข่ง ส่วนลูกค้าแบบที่มีความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปเป็นอย่างดี ส่วนใหญ่จะใช้เกณฑ์ราคาในการตัดสินใจ องค์กรต้องเสนอบริการหลังการขายที่ทำให้ลูกค้าเห็นถึงความคุ้มค่าจากการซื้อผลิตภัณฑ์ขององค์กร
ด้านการมุ่งเน้นคู่แข่งชั้น	✓			<p>ตัวแปรด้านการมุ่งเน้นคู่แข่งชั้นมีความเหมาะสม เนื่องจากธุรกิจต้องทำความเข้าใจคู่แข่งในด้านคุณค่าที่นำเสนอให้กับลูกค้า ว่ามีจุดแข็งและจุดอ่อนอย่างไร เพื่อธุรกิจจะได้ตอบโต้ด้วยกลยุทธ์ที่เหนือกว่าในการดึงลูกค้าของคู่แข่งในปัจจุบันมาเป็นลูกค้าของธุรกิจเอง หรือป้องกันคู่แข่งให้ไม่สามารถดึงลูกค้าของธุรกิจไปได้</p> <p>ด้านคู่แข่ง พิจารณาว่าสินค้าหรือบริการของคู่แข่งสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้หรือยัง ถ้ายัง องค์กรสามารถผลิตสินค้าหรือบริการขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหานั้นได้หรือไม่ หรือถ้าคู่แข่งชั้นมีสินค้าหรือบริการในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอยู่แล้ว ก็พิจารณาต่อว่าคู่แข่งชั้นทำได้ดีหรือยัง ถ้ายัง องค์กรสามารถพัฒนาสินค้าหรือบริการได้ดีกว่าคู่แข่งชั้นหรือไม่</p>



146230796

VRU :Thesiss 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ตัวแปร	ความเหมาะสมของตัวแปร			สรุปผลการสนทนากลุ่ม
	เหมาะสม	ปรับปรุง	ไม่เหมาะสม	
ด้านการ ประสานงาน ภายในองค์กร	✓			ตัวแปรด้านการประสานงานภายในองค์กรมีความเหมาะสม เนื่องจากการประสานงานภายในองค์กร ต้องมีการแสวงหาข้อมูลของลูกค้าและคู่แข่งพร้อมทั้งประมวลผลเพื่อนำข้อมูลนั้นกระจายไปยังทีมงานทั่วทั้งองค์กรให้ได้รับทราบ

ปัจจัยที่ 3 ด้านความสามารถทางนวัตกรรม สามารถสรุปผลการสนทนากลุ่มได้ดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 สรุปผลการสนทนากลุ่มด้านความสามารถทางนวัตกรรม

ตัวแปร	ความเหมาะสมของตัวแปร			สรุปผลการสนทนากลุ่ม
	เหมาะสม	ปรับปรุง	ไม่เหมาะสม	
ด้านนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์	✓			ตัวแปรด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม เนื่องจากธุรกิจต้องมีการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งด้านเทคโนโลยีหรือวิธีการใช้ รวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเอาชนะคู่แข่งให้ได้ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ คือ สิ่งที่มาแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภค หรือถ้าเป็นลูกค้าองค์กรคือสิ่งที่เข้ามาช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารองค์กร ลักษณะของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ คือ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ตลอดเวลาและมีนวัตกรรมใหม่ที่ส่งมอบให้กับลูกค้า



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ตัวแปร	ความเหมาะสมของตัวแปร			สรุปผลการสนทนากลุ่ม
	เหมาะสม	ปรับปรุง	ไม่เหมาะสม	
ด้านนวัตกรรม กระบวนการ	✓			<p>ตัวแปรด้านนวัตกรรมกระบวนการมีความเหมาะสม เนื่องจากกิจการมีการประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการ หรือกระบวนการใหม่ ที่ส่งผลให้กระบวนการผลิตและการทำงานโดยรวมมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงขึ้น ลดต้นทุนการผลิตจนสามารถแข่งขันในตลาดได้</p> <p>โดยนวัตกรรมกระบวนการสามารถเกิดขึ้นได้จาก 2 วิธี คือ นำนวัตกรรมที่มีใช้อยู่แล้วมาประยุกต์ใช้กับการทำงานในองค์กรหรือพัฒนานวัตกรรมของตนเองขึ้นมาใช้ในการทำงาน เช่น ในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 การทำงานแบบ work from home สตาร์ทอัพมีลักษณะการทำงานรูปแบบนี้มานานแล้ว จึงสามารถปรับตัวได้ดีในการดำเนินธุรกิจ</p>
ด้านนวัตกรรม ทางการบริหาร	✓			<p>ตัวแปรด้านนวัตกรรมทางการบริหารมีความเหมาะสม เนื่องจากเป็นการที่ธุรกิจมีการคิดค้นรูปแบบของการจัดการองค์กรใหม่ ที่ส่งผลให้ระบบการทำงาน การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการให้บริการขององค์กร มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ลดต้นทุน ลดเวลา เพิ่มผลกำไร</p>



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ตัวแปร	ความเหมาะสมของตัวแปร			สรุปผลการสนทนากลุ่ม
	เหมาะสม	ปรับปรุง	ไม่เหมาะสม	
				<p>และส่งมอบคุณค่าได้ตรงกับที่ลูกค้าต้องการได้ทันเวลาและเหนือกว่าคู่แข่ง</p> <p>นวัตกรรมทางการบริหาร ส่วนใหญ่จะนำเครื่องมือจากต่างประเทศมาใช้ เช่น วิธีการตั้งเป้าหมายเพื่อวัดผลความสำเร็จ ประกอบด้วย การกำหนด objective คือวัตถุประสงค์ที่องค์กรต้องการทำให้สำเร็จ และการกำหนด key result คือผลลัพธ์ที่จะวัด เพื่อให้รู้ว่าองค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งหรือไม่</p>

ปัจจัยที่ 4 ด้านผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ สามารถสรุปผลการสนทนากลุ่มได้ดังตารางที่ 28

GRAD VRU



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / rev: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตารางที่ 28 สรุปผลการสนทนากลุ่มด้านผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

ตัวแปร	ความเหมาะสมของตัวแปร			สรุปผลการสนทนากลุ่ม
	เหมาะสม	ปรับปรุง	ไม่เหมาะสม	
ด้านการเงิน	✓			ตัวแปรด้านการเงินมีความเหมาะสม เนื่องจากธุรกิจมีการกำหนดแผนการลงทุนในการบริหารจัดการการเงินให้มีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาจากการกำหนดต้นทุน การประมาณการรายได้ การนำเงินไปใช้ และการคืนทุนภายในระยะเวลาที่กำหนด ทั้งนี้ ในด้านของตัวเงินให้ความสำคัญกับยอดขาย
ด้านลูกค้า	✓			ตัวแปรด้านลูกค้ามีความเหมาะสม เนื่องจากลูกค้าปัจจุบันหรือลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจ ต้องมีศักยภาพเพียงพอในการขยายได้อย่างรวดเร็ว โดยจะพิจารณาจากขนาดของตลาด แนวโน้มการเติบโต การเข้าถึงตลาด รวมถึงความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างรายได้ให้กับกิจการที่เพียงพอจนมีผลกำไรจากการดำเนินกิจการ โดยให้ความสำคัญกับอัตราการซื้อซ้ำของลูกค้า จากลูกค้าใหม่ 100 คน กลับมาเป็นลูกค้าเก่าด้วยการซื้อซ้ำถึง 50% และกลับมาซื้อประจำ 20% แสดงว่าองค์กรสูญเสียลูกค้าไปแค่ 30% เท่านั้น



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

GRAD VRU

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ตัวแปร	ความเหมาะสมของตัวแปร			สรุปผลการสนทนากลุ่ม
	เหมาะสม	ปรับปรุง	ไม่เหมาะสม	
ด้าน กระบวนการ ภายใน	✓			ปัจจัยด้านกระบวนการภายในมีความเหมาะสม เนื่องจากกระบวนการดำเนินงานภายในองค์กร ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการตอบสนองความต้องการที่มีคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งชั้น ด้วยการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ลดความผิดพลาดในการสื่อสารภายในองค์กร
ด้านการเรียนรู้ และการพัฒนา	✓			ปัจจัยด้านการเรียนรู้และการพัฒนาที่มีความเหมาะสม เนื่องจากการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานเพื่อเสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน จนส่งผลให้ประสิทธิภาพของผลการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น พนักงานมีความรักดีต่อองค์กร ลดการลาออกของพนักงาน และเพิ่มขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานในการทำงาน

จากการสนทนากลุ่มทั้ง 9 ท่าน เพื่อนำเสนอรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม พบว่า อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยมีความเหมาะสม และสามารถประยุกต์ใช้ได้จริง



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

4.3 ผลการวิจัยแบบผสมวิธี

การศึกษาเรื่องอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และความสามารถทางนวัตกรรม รูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องของโมเดล $\chi^2 = 81.236$, $df = 66$, $p\text{-value} = 0.098$, $\chi^2 / df = 1.231$, $GFI = 0.97$, $AGFI = 0.94$, $NFI = 0.98$, $CFI = 1.00$, $IFI = 1.00$, $RFI = 0.97$, $RMSEA = 0.028$, $RMR = 0.011$ และผลจากการวิจัยเชิงปริมาณนำไปกำหนดขอบข่ายในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และความสามารถทางนวัตกรรม โดยทุกปัจจัยมีส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกัน และรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

ผลการวิจัยผสมวิธีสามารถสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และความสามารถทางนวัตกรรม และรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง โดยผลการวิจัยเชิงคุณภาพมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ

GRAD VRU



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย และ 3) เพื่อเสนอรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย การวิจัยเป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methodology) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณมีกลุ่มประชากรธุรกิจดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยที่เปิดดำเนินธุรกิจไม่เกิน 3 ปี ตามการแบ่งของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 672 แห่ง (ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 เท่าของจำนวนพารามิเตอร์) โดยมีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสัดส่วน จำนวน 6 จังหวัด ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร จำนวน 300 บริษัท

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การวิจัยเป็นการสอบถามแบบคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) ลักษณะเป็นคำถามเปิดโอกาสให้ผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างอิสระ ซึ่งคาดว่าจะได้คำตอบที่แน่นอน สมบูรณ์ ตรงกับสภาพความเป็นจริงได้มากกว่าคำตอบที่ถูกกำหนดให้ตอบ เพื่อให้ได้ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับนำมาวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อให้เกิดความชัดเจนถูกต้อง กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการที่ผู้ศึกษากำหนดเกณฑ์การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าน่าจะเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการ ตัวแทน ผู้บริหาร ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีประสบการณ์ หรือผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 ท่าน ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ธุรกิจดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยจำนวน 300 บริษัท ส่วนใหญ่มีพนักงานไม่เกิน 10 คน จำนวน 214 บริษัท พนักงาน 11-20 คน จำนวน 73 บริษัท และพนักงาน 21 คนขึ้นไป จำนวน 13 บริษัท มีระยะเวลาของการเปิดกิจการ 3 ปี จำนวน 122 บริษัท ระยะเวลาของการเปิดกิจการ 2 ปี จำนวน 112 บริษัท และระยะเวลาของการเปิดกิจการ



146230796

VRU_1Thesis_57B73170106_thesis / recv: 08062566_13:25:32 / seq: 24

GRAD VRU

ไม่เกิน 1 ปี จำนวน 66 บริษัท เปรียบเทียบผลการดำเนินงาน (รายได้) กับอดีตที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น จำนวน 194 บริษัท เท่าเดิม จำนวน 79 บริษัท และลดลง จำนวน 27 บริษัท

5.1.2 สรุปข้อมูลองค์ประกอบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

1) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ สามารถสรุปได้ ดังนี้ (1) ด้านการทำงาน เชิงรุก ส่วนใหญ่มีการคาดการณ์ปัญหา ความต้องการหรือการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (2) ด้านการมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ ส่วนใหญ่มีการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (3) ด้านความกล้าเสี่ยง ส่วนใหญ่ยินดีที่จะลงทุนเวลาและเงิน เป็นจำนวนมากกับสิ่งที่จะให้ผลตอบแทนสูง (4) ด้านการมีอิสระในการปฏิบัติงาน ส่วนใหญ่ มีกระบวนการที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และ (5) ด้านความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน ส่วนใหญ่เพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันโดยการเข้าสู่ตลาดด้วยราคาต่ำลงอย่างมาก

2) การมุ่งเน้นตลาด สามารถสรุปได้ ดังนี้ (1) ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับบริการหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ (2) ด้านการมุ่งเน้นคู่แข่ง ส่วนใหญ่มีการพูดคุย เกี่ยวกับการกระทำของคู่แข่งเป็นประจำ และ (3) ด้านการประสานงานภายในองค์กร ส่วนใหญ่มีการ สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ของลูกค้าที่ดีและไม่ดีได้อย่างอิสระในทุกสายงานทางธุรกิจ

3) ความสามารถทางนวัตกรรม สามารถสรุปได้ ดังนี้ (1) ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่พร้อมที่จะปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเสมอ (2) ด้านนวัตกรรม กระบวนการ ส่วนใหญ่มีทักษะหรืออุปกรณ์ใหม่ ๆ เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการ ให้บริการอยู่เสมอ และ (3) ด้านนวัตกรรมทางการบริหาร ส่วนใหญ่ใช้วิธีการประเมินผลการปฏิบัติงาน ที่นำมาใช้ ช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลที่ดีขึ้นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

4) ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ สามารถสรุปได้ ดังนี้ (1) ด้านการเงิน ส่วนใหญ่มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมา (2) ด้านลูกค้า ส่วนใหญ่สามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ได้ (3) ด้านกระบวนการภายใน ส่วนใหญ่มี อัตราการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าตรงเวลาเพิ่มขึ้น และ (4) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ส่วนใหญ่ ทัศนคติของพนักงานต่อการทำงานดีขึ้น

5.1.3 สรุปความสัมพันธ์อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

สรุปความสัมพันธ์อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัล สตาร์ทอัพในประเทศไทย เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี ระหว่าง การวิจัย เชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเป็น การวิจัยแบบ Explanatory sequential design ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ความสัมพันธ์อิทธิพล



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องของโมเดล $\chi^2 = 81.236$, $df = 66$, $p\text{-value} = 0.098$, $\chi^2 / df = 1.231$, $GFI = 0.97$, $AGFI = 0.94$, $NFI = 0.98$, $CFI = 1.00$, $IFI = 1.00$, $RFI = 0.97$, $RMSEA = 0.028$, $RMR = 0.011$ และปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และความสามารถทางนวัตกรรม ตามลำดับ

5.1.4 สรุปรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

การนำเสนอรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย เป็นการตรวจสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เทคนิคการสนทนากลุ่ม พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 9 ท่านสามารถสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และความสามารถทางนวัตกรรม โดยทุกปัจจัยมีส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกัน และรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

สรุปผลการวิจัยผสมวิธี พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และความสามารถทางนวัตกรรม โดยรูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง โดยผลการวิจัยเชิงคุณภาพมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ

รูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ด้วยการพัฒนาผู้ประกอบการให้มีทักษะการตอบโต้คู่แข่งด้วยความแข็งแกร่ง ในการเข้าสู่ตลาดด้วยราคาที่ต่ำลงให้มากที่สุด โดยเลียนแบบแนวปฏิบัติของคู่แข่งชั้นที่ทำแล้วประสบความสำเร็จ พัฒนาทักษะการบริหารการสื่อสารระหว่างบุคคลและระหว่างหน่วยงาน เน้นให้เกิดการประสานงานระหว่างกัน ด้วยการแลกเปลี่ยน แบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ของลูกค้าที่ดีและไม่ดีอย่างอิสระตลอดเวลา ทั้งนี้ ผู้ประกอบการต้องมีความยืดหยุ่นในการบริหารงาน โดยให้ความสำคัญที่เป้าหมายของงานเป็นสำคัญ และต้องใช้วิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ยุติธรรม ทางด้านการรับสมัครพนักงานใหม่ให้เน้นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ ดังภาพที่ 17



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24



ภาพที่ 17 รูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

5.2 อภิปรายผล

การอภิปรายผลอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย จากสมมติฐานงานวิจัยอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทยที่ได้จากสมการเชิงโครงสร้างสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ค่า p-value เท่ากับ 0.098 ผ่านเกณฑ์ (เกณฑ์ที่กำหนดค่า p-value มากกว่า 0.05), ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 81.236 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 66 ค่าไค-สแควร์ (χ^2 / df) เท่ากับ 1.231 (เกณฑ์ที่กำหนด χ^2 / df น้อยกว่า 3) ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.028 ผ่านเกณฑ์ (เกณฑ์ที่กำหนดน้อยกว่า 0.07) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.00 ผ่านเกณฑ์ (เกณฑ์ที่กำหนดมากกว่า 0.92) ค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.97 ผ่านเกณฑ์ (เกณฑ์ที่กำหนดมากกว่า 0.90) ผ่านเกณฑ์ทุกค่า ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

5.2.1 ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาด ซึ่งมีอิทธิพลเท่ากับ 0.98 แสดงให้เห็นว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นตลาด

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee and Hsieh (2010) พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสามารถทางการตลาด โดยความเป็นผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อความสามารถในการกำหนดทิศทางการตลาด การตัดสินใจเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ และยังมีความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ส่งผลให้บริษัทมีพฤติกรรมที่สร้างสรรค์ มีคิดริเริ่ม และกล้าเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับการศึกษาของ นิลาวลัย สว่างรัตน์ (2558) พบว่า การที่ผู้ประกอบการมีกระบวนการทำงานภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ให้ความสำคัญกับลูกค้า และคู่แข่ง สามารถเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กรให้สูงขึ้นได้ ด้วยยอดขายที่มีการเจริญเติบโต จนส่งผลให้กำไรเพิ่มขึ้น

5.2.2 ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ซึ่งมีค่าอิทธิพลเท่ากับ -0.49 แสดงให้เห็นว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงลบต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kraus et al. (2012) ที่ศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการใน 3 ด้าน คือ การมีนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และความกล้าเสี่ยง ต่อผลการดำเนินงานของบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศเนเธอร์แลนด์ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีความเป็นนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ควรลดระดับความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจให้เหลือน้อยที่สุด และควรดำเนินการเพื่อหลีกเลี่ยงโครงการที่เสี่ยงเกินไป เพื่อจะได้ผลการดำเนินงานที่สูงขึ้น สอดคล้องกับ Dessyana and Riyanti (2017) พบว่า ความมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการมีบทบาทในระยะเริ่มต้นของการพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพเท่านั้น และในขั้นตอนเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจ (3 เดือน - 2 ปี) ในขั้นตอนนี้ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะเพิ่มความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมมากกว่าที่จะใช้รูปแบบความคิดนวัตกรรมการดำเนินธุรกิจ และยังมีปัจจัยที่ว่าด้วยเรื่องบริบทแวดล้อมในแต่ละอุตสาหกรรมที่มีความแตกต่างกัน ก็ยังส่งผลต่อผลการดำเนินงานโดยตรง สอดคล้องกับการวิจัยของ Cho and Lee (2018) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเสี่ยงไม่ได้มีอิทธิพลต่อทั้งผลการดำเนินงานของธุรกิจด้านการเงินและผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงิน ทั้งนี้ เพราะประสิทธิภาพของการดำเนินงานในธุรกิจขนาดเล็กยังต้องได้รับอิทธิพลเชิงบวกจากการเข้าถึงเงินทุนอีกด้วย (Wiklund & Shepherd, 2005) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพของการวิจัยในครั้งนี้ ที่พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงลบต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ กล่าวคือ การที่ผู้ประกอบการมีคุณลักษณะในด้านความกล้าเสี่ยงและการทำงานเชิงรุก นำมาซึ่งการลงทุนที่โอกาสของการได้รับผลตอบแทนไม่มีความแน่นอน มีความเสี่ยง



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

สูงที่จะไม่ได้รับผลตอบแทน หรือได้น้อยกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้น การตัดสินใจเพื่อที่จะเสี่ยงนำมาซึ่งผลการดำเนินงานที่ลดลง ตรงกันข้าม การไม่เสี่ยงหรือมีความเสี่ยงน้อย นำมาซึ่งผลการดำเนินงานที่สูงขึ้นได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ กิติมา หงส์ศิริกาญจน์ และคณะ (2563) ที่พบว่าผู้ประกอบการไม่เพียงเป็นคนกล้าตัดสินใจ แต่ต้องมีวิสัยทัศน์ การเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ชอบการเรียนรู้ และมีความมุ่งมั่นในการทำงาน จึงจะทำให้การดำเนินงานของธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ

5.2.3 ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งมีค่าอิทธิพลเท่ากับ -0.02 แสดงให้เห็นว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการไม่ส่งอิทธิพลในทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม เนื่องจากปัจจัยด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Renko et al. (2009) ที่ได้ศึกษาบริษัทสตาร์ทอัพด้านเทคโนโลยีชีวภาพในสหรัฐอเมริกา ฟินแลนด์ และสวีเดน การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการไม่ส่งผลกระทบต่อนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ เพราะบริษัทต่าง ๆ มุ่งเป้าไปที่การเปิดตัวนวัตกรรมแบบสิ้นเชิง (Radical Innovation) คือ นวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีใหม่ แต่ยังไม่สามารถสร้างผลกระทบต่อผู้ใช้งาน โดยมากมักเป็นเทคโนโลยีที่ยังไม่สามารถหาตลาดหรือช่องทางสร้างกำไรที่ดีที่สุดได้ และนวัตกรรมแบบก่อกวนทำลาย (Disruptive Innovation) คือ นวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีใหม่และมีผลกระทบต่อผู้ใช้งาน นิยมใช้สร้างตลาดใหม่อย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน เป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อทดแทนของเก่าโดยสิ้นเชิง แต่ก็ยังไม่ได้รับการตอบรับจากผู้ใช้อย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ที่พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการไม่สามารถทำให้เกิดความสามารถทางนวัตกรรมของกิจการได้โดยตรง เนื่องจากจะต้องผ่านการทำงานเป็นทีม ผ่านการคิดวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า การประสานงานภายในองค์กร เพื่อให้ได้นวัตกรรม ดังนั้น ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ไม่ได้เกิดจากผู้ประกอบการเพียงคนเดียว

5.2.4 ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.95 แสดงให้เห็นว่าการมุ่งเน้นตลาดส่งอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม

สอดคล้องกับการวิจัยของ Atuahene-Gima (1996) ที่ทำการศึกษาในประเทศออสเตรเลีย เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของการมุ่งเน้นตลาดต่อคุณลักษณะและประสิทธิภาพของความสามารถทางนวัตกรรม พบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับลักษณะเฉพาะของนวัตกรรม ในเรื่องของคุณสมบัติของนวัตกรรมตรงกับความต้องการของตลาด ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ และการทำงานเป็นทีมระหว่างสายงาน โดยบทบาทหลักของการตลาดเชิงกลยุทธ์คือนวัตกรรม เพราะความสามารถทางการตลาดมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เนื่องจากข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าและคู่แข่งจะต้องนำมาใช้



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

พิจารณาในขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนั้น บริษัทจำเป็นต้องมีทรัพยากรและทักษะทางการตลาดที่เพียงพอเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สำเร็จ (Lee & Hsieh, 2010) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อบริษัททดลองแนวคิดใหม่ ๆ บ่อย ๆ เพื่อค้นหาสิ่งใหม่ ๆ วิธีการดำเนินงานต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ และพยายามสร้างสรรค์สิ่งเหล่านั้นก็จะส่งผลต่ออัตราเติบโตให้เพิ่มขึ้น มีกำไรมากขึ้น และได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงขึ้น (Keskin, 2006)

5.2.5 ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ซึ่งมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.60 แสดงให้เห็นว่าแสดงให้เห็นว่าการมุ่งเน้นตลาดส่งอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Narver et al. (1998) พบว่า การประสานงานภายในองค์กรเพื่อการเรียนรู้ความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง สามารถนำมากำหนดทิศทางในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต ส่งผลให้ผลการดำเนินงานขององค์กรที่สูงขึ้น และผลงานวิจัยของนิลาวัลย์ สว่างรัตน์ (2558) พบว่า การให้ความสำคัญกับการประสานงานภายในองค์กร ลูกค้า และคู่แข่ง ช่วยเพิ่มศักยภาพของธุรกิจให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งมีการติดตามความเคลื่อนไหวของคู่แข่งตลอดเวลา เพื่อนำมาปรับกลยุทธ์ตอบโต้การแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยภา แดงเดช (2561) พบว่า การมุ่งเน้นการตลาด ด้านการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า และการมุ่งเน้นคู่แข่ง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ธุรกิจต้องให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นและความต้องการของลูกค้า ตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย สอดคล้องกับการศึกษาของ จงรัก ปรีวัตรนานนท์ และคณะ (2563) ได้ศึกษาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการส่งออกซอฟต์แวร์ ของผู้ประกอบการไทย พบว่า การมุ่งเน้นตลาด มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการส่งออกซอฟต์แวร์ เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อมในการทำธุรกิจและพฤติกรรมของลูกค้า ส่งผลให้ธุรกิจต้องมีการปรับปรุงกระบวนการในการดำเนินงานและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ผลการดำเนินงานสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ตลอดจนบริบทแวดล้อมในการทำธุรกิจ ทางด้าน ฐิติพร อุ๋นใจ และคณะ (2563) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการมุ่งเน้นตลาดต่อผลการดำเนินงานขององค์กร พบว่า การมุ่งเน้นตลาดไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร เพราะว่าองค์กรที่ดำเนินงานแบบธุรกิจจะต้องมีการมุ่งการเรียนรู้เป็นตัวกลางเพื่อที่จะนำการ มุ่งเน้นตลาดไปสู่การมีความสามารถทางนวัตกรรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผลการดำเนินงานให้กับองค์กรธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประทานพร จันทร์อินทร์ และคณะ (2563) ที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นการตลาดและผลการดำเนินงานกิจการ พบว่า การมุ่งเน้นการตลาดไม่ได้มีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานขององค์กร เพราะเมื่อองค์กรมุ่ง



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากขึ้นไป จะส่งผลให้มีต้นทุนในการดำเนินงานเพิ่มสูงขึ้น และจะกระทบกับผลการดำเนินงานด้านกำไรให้ลดลงในที่สุด ทางด้าน สุขชญ ศรีภักย์ชัย และลัดดา ปินตา (2564) เรื่อง กลยุทธ์การตลาดองค์กรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของ ธุรกิจสตาร์ทอัพ พบว่า กลยุทธ์การตลาดองค์กรรวม 4 องค์ประกอบ คือ 1) การตลาดเพื่อสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านจริยธรรม ด้านสังคม และด้านกฎหมาย 2) การตลาดเพื่อความสัมพันธ์ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการเป็นหุ้นส่วน และด้านลูกค้า 3) การตลาดแบบบูรณาการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการสื่อสาร และด้านการสื่อสารทางการตลาด 4) การตลาดภายในองค์กร ด้านผู้บริหารระดับสูง ด้านพนักงานแผนกอื่น และด้านฝ่ายหรือแผนกการตลาด มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของสตาร์ทอัพ ด้านการเงิน และด้านไม่เกี่ยวกับการเงิน

5.2.6 ปัจจัยด้านความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของ อุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ซึ่งมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.88 แสดงให้เห็นว่าความสามารถทาง นวัตกรรมส่งอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ฐิติพร อุ๋นใจ และคณะ (2563) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับ อิทธิพลของความสามารถทางนวัตกรรมต่อผลการดำเนินงานขององค์กร พบว่า ความสามารถทาง นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร เพราะความสามารถทางนวัตกรรมนำมา ซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จนทำให้เกิดยอดขายที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ ประสาน นันทะเสน (2565) เรื่องการพัฒนารูปแบบความสามารถทาง นวัตกรรมของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรม ด้านนวัตกรรม การตลาด ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านวัฒนธรรมนวัตกรรม และด้านนวัตกรรมองค์กร มีอิทธิพล ทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสตาร์ทอัพ ด้านยอดขาย ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด ด้านประสิทธิภาพของการผลิต และด้านอัตราส่วนผลตอบแทนจากการลงทุน แสดงว่าเมื่อกิจการมี ความสามารถทางนวัตกรรมด้านนวัตกรรมองค์กร ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านวัฒนธรรมนวัตกรรม และด้านนวัตกรรมการตลาด ในการบริหารธุรกิจด้วยการเชื่อมโยงนวัตกรรมทั้ง 4 ด้านเข้าด้วยกันได้ก็จะ ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจสตาร์ทอัพดีขึ้นด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ในประเทศไทย เป็นการเสนอแนะเพื่อให้บริษัทดิจิทัลสตาร์ทอัพได้นำแนวทางในการบริหารองค์กรให้ มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีข้อเสนอแนะตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเป็นการมุ่งศึกษาคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรผ่านเจ้าของกิจการ แต่ในส่วนของการดำเนินธุรกิจจริง ผู้ประกอบการทำงานร่วมกันกับพนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคนอื่น ๆ ดังนั้น การทำงานเป็นทีม หรือการบริหารทีมเป็นทักษะที่ควรให้ความสำคัญว่าการบริหารทีมงานในลักษณะหรือรูปแบบใด ที่ทำแล้วก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

1) ข้อเสนอแนะด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพควรพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการในองค์กรให้มีความแข็งแกร่งทางการแข่งขันด้วยการลดต้นทุนให้ต่ำเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากคู่แข่ง และประยุกต์ใช้วิธีการบริหารจัดการที่คู่แข่งใช้แล้วประสบความสำเร็จ

2) ข้อเสนอแนะด้านการมุ่งเน้นตลาด ผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพได้รับผลทางตรงเชิงบวกจากการมุ่งเน้นตลาด ดังนั้น การจัดการการมุ่งเน้นตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นตามลำดับ จึงมีแนวทางข้อเสนอแนะดังนี้

(1) อุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพต้องมีการประสานงานภายในองค์กรโดยการแบ่งปันข้อมูลระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ดีและไม่ดีของลูกค้า

(2) อุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง และมุ่งตอบสนองความต้องการนั้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า มีบริการหลังการขายและวัดความพึงพอใจอย่างสม่ำเสมอ

(3) อุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพต้องแบ่งปันข้อมูลคู่แข่งกับแผนกอื่น ๆ เพื่อประชุมระดมความคิดในการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา

3) ข้อเสนอแนะด้านความสามารถทางนวัตกรรม ผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพได้รับผลทางตรงเชิงบวกจากความสามารถทางนวัตกรรม แสดงให้เห็นว่าความสามารถทางนวัตกรรมส่งอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกสูงที่สุดต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ดังนั้น การจัดการความสามารถทางนวัตกรรมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นตามลำดับ จึงมีแนวทางข้อเสนอแนะดังนี้

(1) อุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพต้องรับสมัครพนักงานใหม่โดยเน้นผู้ที่มีความสามารถด้านนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ มีความยืดหยุ่นในการบริหาร โดยมุ่งให้ความสำคัญกับการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรเป็นหลัก



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

(2) อุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้า และสามารถปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ก่อนคู่แข่ง และคุณสมบัติการใช้งานของผลิตภัณฑ์ต้องเหนือกว่าคู่แข่ง

(3) อุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพต้องมีความยืดหยุ่นในกระบวนการทำงานโดยการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อให้เร็วกว่าคู่แข่ง

5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 สามารถนำโมเดลการวิจัยที่พัฒนาขึ้นมาศึกษาและต่อยอดในเชิงลึก ด้วยวิธีวิจัยวิทยาเชิงคุณภาพรูปแบบอื่น ๆ เพื่ออธิบายอย่างเฉพาะเจาะจงกับบริบทที่ต้องการศึกษา โดยมุ่งเน้นความสอดคล้องกับสถานการณ์การปฏิบัติจริง และสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มนั้น ๆ ได้ครอบคลุมทุกมิติ หรือใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (focus group) แทนการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมสนทนาที่ถูกเลือกมาอย่างเฉพาะเจาะจงมีโอกาสได้ตอบ ถกปัญหา อภิปราย แลกเปลี่ยนทัศนะร่วมกันกันอย่างกว้างขวางในประเด็นที่ผู้วิจัยกำหนด

5.4.2 สามารถพัฒนาหรือปรับปรุงโมเดลการวิจัยด้วยการเพิ่มเติมตัวแปรอื่น ๆ ที่ผ่านการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ ตลอดจนผ่านการยืนยันด้วยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในบริบทที่ศึกษา เช่น ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการเกิดคุณลักษณะที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร ได้แก่ การทำงานเชิงรุก การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ ความกล้าเสี่ยง การมีอิสระในการปฏิบัติงาน และความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน

5.4.3 สามารถใช้ทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาอุตสาหกรรมเป็นทฤษฎีพื้นฐานในการวิจัยเพื่ออธิบายโมเดลเพิ่มเติม เนื่องจากการสร้างความลุ่มลึกให้กับบริบทที่ต้องการศึกษาได้อีกหนึ่งมิติ เนื่องจากศาสตร์ทางด้านธรรมชาติของพฤติกรรมมนุษย์ในอุตสาหกรรมถือเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่มีความสำคัญอันอยู่บนพื้นฐานหลักจิตวิทยาที่มุ่งให้เกิดสัมพันธภาพอันดีกับทุกฝ่ายในองค์กร ดังนั้น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติของพฤติกรรมมนุษย์ในองค์กรอย่างลึกซึ้งจึงเป็นเหมือนสารตั้งต้นที่ดี อันจะทำให้ผลการวิจัยที่ดีมีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

5.5 องค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัย

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณในอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ 5 ด้าน อันได้แก่ การทำงานเชิงรุก การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ ความกล้าเสี่ยง การมีอิสระในการปฏิบัติงาน และความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน ส่งอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ด้านกระบวนการภายใน ด้านลูกค้า และด้านการเงิน เมื่อหาค่าตอบด้วยการ



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

วิจัยเชิงคุณภาพจึงค้นพบว่าคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยง กล้าได้กล้าเสีย ทำให้ผลตอบแทนจากการดำเนินงานขององค์กรต่ำลง ในทางตรงกันข้าม ผู้ประกอบการตัดสินใจดำเนินธุรกิจด้วยความรอบคอบ ผ่านการปรึกษากับทีมงานในองค์กร เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะตามมา และสามารถทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรเพิ่มสูงขึ้นได้



GRAD VRU



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv : 08062566 13:25:32 / seq : 24

บรรณานุกรม

- Amin, M., Thursamy, R., Aldakhil, A. M., & Kaswuri, A. H. B. (2016). The effect of market orientation as a mediating variable in the relationship between entrepreneurial orientation and SMEs performance. *Nankai Business Review International*, 7(1), 39-59.
- Anderson, B. S., Kreiser, P. M., Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Eshima, Y. (2015). Reconceptualizing entrepreneurial orientation. *Strategic management journal*, 36(10), 1579-1596.
- Anwar, M. R., Yusup, M., Millah, S., & Purnama, S. (2022). The role of business incubators in developing local digital startups in Indonesia. *Startupneur Bisnis Digital (SABDA Journal)*, 1(1), 1-10.
- Atuahene-Gima, K. (1996). Market orientation and innovation. *Journal of Business Research*, 35(2), 93-103.
- Avlonitis, G. J., & Salavou, H. E. (2007). Entrepreneurial orientation of SMEs, product innovativeness, and performance. *Journal of Business Research*, 60(5), 566-575.
- Bhatt, N., Saurabh, P., & Verma, R. K. (2022). Technology startup ecosystem in India. *International Journal of Business Innovation and Research*, 27(4), 413-430.
- Blank, S., & Dorf, B. (2020). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. John Wiley & Sons.
- Bolton, D. L., & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument. *Education+ Training*, 54(2/3), 219-233.
- Boso, N., Cadogan, J. W., & Story, V. M. (2013). Entrepreneurial orientation and market orientation as drivers of product innovation success: A study of exporters from a developing economy. *International Small Business Journal*, 31(1), 57-81.
- Buli, B. M. (2017). Entrepreneurial orientation, market orientation and performance of SMEs in the manufacturing industry. *Management Research Review*, 40(3), 292-309.
- Cho, Y. H., & Lee, J.-H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*.
- Covin, J. G., & Lumpkin, G. T. (2011). Entrepreneurial orientation theory and research:



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

- Reflections on a needed construct. *Entrepreneurship theory and practice*, 35(5), 855-872.
- De Clercq, D., Dimov, D., & Thongpapanl, N. T. (2010). The moderating impact of internal social exchange processes on the entrepreneurial orientation–performance relationship. *Journal of business venturing*, 25(1), 87-103.
- Dessyana, A., & Riyanti, B. P. D. (2017). The influence of innovation and entrepreneurial self-efficacy to digital startup success. *International Research Journal of Business Studies*, 10(1), 57-68.
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2000). *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*. Sage.
- El Hanchi, S., & Kerzazi, L. (2020). Startup innovation capability from a dynamic capability-based view: A literature review and conceptual framework. *Journal of Small Business Strategy*, 30(2), 72-92.
- Farja, Y., Gimmon, E., & Greenberg, Z. (2016). The effect of entrepreneurial orientation on SMEs growth and export in Israeli peripheral regions. *Journal of Entrepreneurship*, 19(2), 1-16.
- Ferrell, O. C., Gonzalez-Padron, T. L., Hult, G. T. M., & Maignan, I. (2010). From market orientation to stakeholder orientation. *Journal of Public Policy & Marketing*, 29(1), 93-96.
- Frare, A. B., Cruz, A. P. C. d., Lavarda, C. E. F., & Akroyd, C. (2022). Packages of management control systems, entrepreneurial orientation and performance in Brazilian startups. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 18(5), 643-665.
- Garba, T., & Kraemer-Mbula, E. (2018). Gender diversity and enterprise innovative capability. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(4), 290-309.
- Gray, B., Matear, S., Boshoff, C., & Matheson, P. (1998). Developing a better measure of market orientation. *European journal of marketing*, 32(9/10), 884-903.
- Gruber-Muecke, T., & Hofer, K. M. (2015). Market orientation, entrepreneurial orientation and performance in emerging markets. *International Journal of Emerging Markets*, 10(3), 560-571.



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

- Gunawan, T., Jacob, J., & Duysters, G. (2016). Network ties and entrepreneurial orientation: Innovative performance of SMEs in a developing country. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 575-599.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (Vol. 6): Pearson Prentice Hall Upper Saddle River. In: NJ.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2014). *Pearson new international edition. Multivariate data analysis, Seventh Edition. Pearson Education Limited Harlow, Essex.*
- Kajalo, S., & Lindblom, A. (2015). Market orientation, entrepreneurial orientation and business performance among small retailers. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(7), 580-596.
- Keskin, H. (2006). Market orientation, learning orientation, and innovation capabilities in SMEs. *European Journal of innovation management*, 9(4), 396-417.
- Kraus, S., Rigtering, J. C., Hughes, M., & Hosman, V. (2012). Entrepreneurial orientation and the business performance of SMEs: a quantitative study from the Netherlands. *Review of Managerial Science*, 6, 161-182.
- Lechner, C., & Gudmundsson, S. V. (2014). Entrepreneurial orientation, firm strategy and small firm performance. *International Small Business Journal*, 32(1), 36-60.
- Lee, J. S., & Hsieh, C. J. (2010). A research in relating entrepreneurship, marketing capability, innovative capability and sustained competitive advantage. *Journal of Business & Economics Research*, 8(9), 109-120.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2015). Entrepreneurial orientation. *Wiley encyclopedia of management*, 1-4.
- Masa'deh, R., Al-Henzab, J., Tarhini, A., & Obeidat, B. Y. (2018). The associations among market orientation, technology orientation, entrepreneurial orientation and organizational performance. *Benchmarking: An International Journal*, 25(8), 3117-3142.
- Mitchell, R. W., Wooliscroft, B., & Higham, J. (2010). Sustainable market orientation: A new approach to managing marketing strategy. *Journal of Macromarketing*, 30(2), 160-170.
- Narver, J. C., Slater, S. F., & Tietje, B. (1998). Creating a market orientation. *Journal of*



146230796

VRU 1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

market-focused management, 2, 241-255.

- Nduriri, M. W., & Namusonge, M. (2017). Market, Entrepreneurial Orientations and Performace of SMEs Hotels in Nanyuki Town, Kenya. *European Journal of Business and Strategic Management*, 2(1), 1-14.
- Nwonu, C. O., Agbaeze, E. K., & Obi-Anike, H. O. (2017). Effect of Organisational Structure on Performance of Selected Manufacturing Companies in Enugu State Nigeria. *The international journal of business & management*, 5(5), 190-206.
- Renko, M., Carsrud, A., & Brännback, M. (2009). The effect of a market orientation, entrepreneurial orientation, and technological capability on innovativeness: A study of young biotechnology ventures in the United States and in Scandinavia. *Journal of Small Business Management*, 47(3), 331-369.
- Rodríguez-Gutiérrez, M. J., Moreno, P., & Tejada, P. (2015). Entrepreneurial orientation and performance of SMEs in the services industry. *Journal of Organizational Change Management*.
- Shumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modelling* (2 ed.). Psychology Press.
- Wiklund, J. (1999). The sustainability of the entrepreneurial orientation—performance relationship. *Entrepreneurship theory and practice*, 24(1), 37-48.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of business venturing*, 20(1), 71-91.

GRAD VRU



146230796

VRU iThesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24



ภาคผนวก

GRAD VRU



146230796

VRU iThesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

GRAD VRU



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย ขอความกรุณาท่านตอบคำถามให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ความคิดเห็นของท่านถือเป็นความลับโดยนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมและไม่มีผลต่อผู้ตอบแต่ประการใด ผลที่ได้จะใช้เป็นแนวทางในการบริหารเพื่อให้ความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อต่อไปนี้ว่าท่านเห็นด้วยหรือไม่ในระดับใด แล้วทำ

เครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (กรุณาตอบทุกข้อ)

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

ไม่เกิน 29 ปี 30-40 ปี 41-50 ปี 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี

ปริญญาโท ปริญญาเอก

4. จำนวนพนักงาน

ไม่เกิน 10 คน 11-20 คน 21 คนขึ้นไป

5. ระยะเวลาของการเปิดกิจการ

ไม่เกิน 1 ปี 2 ปี 3 ปี 4 ปีขึ้นไป

6. เปรียบเทียบผลการดำเนินงาน (รายได้) กับอดีตที่ผ่านมา

เพิ่มขึ้น เท่าเดิม ลดลง



146230796

VRU -Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัล
สตาร์ทอัพในประเทศไทย

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อต่อไปนี่ว่าท่านเห็นด้วยหรือไม่ ในระดับใด แล้วทำ

เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (กรุณาตอบทุกข้อ)

- | | | |
|---|---------|--------------------|
| 1 | หมายถึง | เป็นจริงน้อยที่สุด |
| 2 | หมายถึง | เป็นจริงน้อย |
| 3 | หมายถึง | เป็นจริงปานกลาง |
| 4 | หมายถึง | เป็นจริงมาก |
| 5 | หมายถึง | เป็นจริงมากที่สุด |

อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรม ดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย	ระดับการปฏิบัติ				
	5	4	3	2	1
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ					
1. การทำงานเชิงรุก หมายถึง การกระทำที่คาดหวังถึงผลลัพธ์ในอนาคต ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากต่อการกำหนดเป้าหมายในการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ					
1.1 องค์กรของท่านมีการคาดการณ์ปัญหา ความต้องการหรือการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต					
1.2 องค์กรของท่านมีการวางแผนล่วงหน้าสำหรับโครงการต่าง ๆ					
1.3 องค์กรของท่านพยายามเข้าสู่ตลาดเป็นเจ้าแรกเพื่อรับผลประโยชน์จากการเป็นผู้บุกเบิกในอุตสาหกรรม					
1.4 องค์กรของท่านติดตามแนวโน้มอย่างต่อเนื่องและระบุความต้องการในอนาคตของลูกค้า					
การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน โดยแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง					
2.1 องค์กรของท่านมีความคิดสร้างสรรค์ในวิธีการทำงาน					
2.2 องค์กรของท่านแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการทำสิ่งต่าง ๆ					
2.3 องค์กรของท่านมีการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน					



146230796

VRU -Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรม ดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย	ระดับการปฏิบัติ				
	5	4	3	2	1
3. ความกล้าเสี่ยง หมายถึง ระดับของความตั้งใจที่จะกระทำในสิ่งที่สำคัญและมีข้อผูกมัดต่อ ทรัพยากรการกู้ยืมเงินจำนวนมาก และเป็นการกระทำที่ส่งผลต่อสินทรัพย์ส่วนใหญ่					
3.1 องค์กรของท่านยินดีที่จะลงทุนเวลาและเงินเป็นจำนวนมาก กับสิ่งที่จะให้ผลตอบแทนสูง					
3.2 องค์กรของท่านทำการตัดสินใจอย่างกล้าหาญใน สถานการณ์ที่มีความเสี่ยง					
3.3 องค์กรของท่านใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้น					
3.4 องค์กรของท่านดำเนินการอย่างกล้าหาญโดยเข้าไปทำงานที่ ยังไม่เคยมีประสบการณ์					
4. การมีอิสระในการปฏิบัติงาน หมายถึง การให้เสรีภาพในการกระทำของบุคคลหรือทีมงาน ใน การสร้างความคิดและวิสัยทัศน์เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน					
4.1 องค์กรของท่านใช้การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างที่จำเป็น เช่นกลุ่มเล็ก ๆ ที่เป็นอิสระเพื่อกระตุ้นแนวคิดใหม่ ๆ					
4.2 องค์กรของท่านส่งเสริมวัฒนธรรมการให้รางวัลสำหรับ ความคิดใหม่ ๆ					
4.3 องค์กรของท่านมีกระบวนการที่จำเป็นเพื่อสนับสนุน ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ					
5. ความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน หมายถึง การมุ่งมั่นแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจโดยตรงและ รุนแรง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือมีสถานะทางการตลาดที่ดีกว่า					
5.1 องค์กรของท่านมีท่าทีแข็งแกร่งเพื่อต่อสู้กับคู่แข่ง					
5.2 องค์กรของท่านเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันโดยการเข้าสู่ ตลาดด้วยราคาที่ต่ำลงอย่างมาก					
5.3 องค์กรของท่านเลียนแบบธุรกิจ แนวทางปฏิบัติหรือเทคนิค ของคู่แข่งที่ประสบความสำเร็จ					



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรม ดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย	ระดับการปฏิบัติ				
	5	4	3	2	1
การมุ่งเน้นตลาด					
1. การมุ่งเน้นลูกค้า หมายถึง การเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อที่จะสามารถสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างต่อเนื่อง					
1.1 องค์กรของท่านเข้าใจความต้องการของลูกค้า					
1.2 องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับบริการหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ					
1.3 องค์กรของท่านมีการวัดความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ					
1.4 องค์กรของท่านทำทุกวิถีทางเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า					
1.5 องค์กรของท่านมีความมุ่งมั่นที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง					
2. การมุ่งเน้นคู่แข่ง หมายถึง การที่องค์กรมีความเข้าใจจุดแข็งและจุดอ่อนในระยะสั้นและเข้าใจความสามารถและกลยุทธ์ในระยะยาวของคู่แข่งในปัจจุบันและคู่แข่งที่อาจมีขึ้นในอนาคต					
2.1 องค์กรของท่านมองหาโอกาสที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา					
2.2 พนักงานในองค์กรของท่านมีการแบ่งปันข้อมูลคู่แข่งกับแผนกอื่น ๆ อยู่เสมอ					
2.3 ผู้บริหารในองค์กรของท่านมีการพูดคุยเกี่ยวกับการกระทำของคู่แข่งเป็นประจำ					
3. การประสานงานภายในองค์กร หมายถึง กระบวนการในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลหรือแผนกต่าง ๆ ในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า					
3.1 กลยุทธ์ทางการบริหารเน้นให้เกิดการประสานงานของหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กร					
3.2 องค์กรของท่านมีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ของลูกค้าที่ดีและไม่ดีได้อย่างอิสระในทุกสายงานทางธุรกิจ					
3.3 แผนกต่าง ๆ ในองค์กรของท่านมีการแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกันอย่างสม่ำเสมอ					

อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรม ดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย	ระดับการปฏิบัติ				
	5	4	3	2	1
ความสามารถทางนวัตกรรม					
1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งด้านเทคโนโลยีหรือวิธีการใช้ รวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น					
1.1 องค์กรของท่านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับของตลาด					
1.2 องค์กรของท่านสามารถเปิดตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ได้เร็วกว่าคู่แข่ง					
1.3 องค์กรของท่านพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเสมอ					
1.4 องค์กรของท่านมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้เหนือกว่าคู่แข่งในด้านคุณสมบัติการใช้งาน					
2. นวัตกรรมกระบวนการ หมายถึง การประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการ หรือกระบวนการใหม่ ที่ส่งผลให้กระบวนการผลิตและการทำงานโดยรวมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น					
2.1 องค์กรของท่านมีการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตได้รวดเร็วกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					
2.2 องค์กรของท่านมีทักษะหรืออุปกรณ์ใหม่ ๆ เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการให้บริการอยู่เสมอ					
2.3 องค์กรของท่านมีความยืดหยุ่นในกระบวนการทำงาน โดยมุ่งไปที่ผลสำเร็จของงานเป็นหลัก					
3. นวัตกรรมทางการบริหาร หมายถึง การคิดค้นรูปแบบของการจัดการองค์กรใหม่ ที่ส่งผลให้ระบบการทำงาน การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการให้บริการขององค์กร มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น					
3.1 ผู้บริหารในองค์กรของท่านสามารถใช้ภาวะความเป็นผู้นำเพื่อพาพนักงานทุกคนไปสู่ความสำเร็จของงาน					
3.2 วิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่องค์กรของท่านนำมาใช้ช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลที่ดีขึ้นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน					
3.3 องค์กรของท่านมีความยืดหยุ่นในการบริหาร โดยมุ่งให้ความสำคัญกับการบรรลุเป้าหมายขององค์กรเป็นหลัก					



146230796

VRU - IThesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรม ดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย	ระดับการปฏิบัติ				
	5	4	3	2	1
3.4 องค์กรของท่านรับสมัครพนักงานใหม่โดยเน้นผู้ที่มีความสามารถด้านนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์					
ผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ					
1. ด้านการเงิน หมายถึง แผนการลงทุนในการบริหารจัดการการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาจากการกำหนดต้นทุน การประมาณการรายได้ การนำเงินไปใช้ และการคืนทุน					
1.1 องค์กรของท่านมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมา					
1.2 องค์กรของท่านมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมา					
1.3 องค์กรของท่านมีสภาพคล่องทางการเงินเพิ่มขึ้น					
1.4 องค์กรของท่านมีผลกำไรตามเป้าหมายที่กำหนดไว้					
2. ด้านลูกค้า หมายถึง ลูกค้าปัจจุบันหรือลูกค้าเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะต้องมีศักยภาพเพียงพอในการขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว โดยจะพิจารณาจากขนาดของตลาด แนวโน้มการเติบโต การเข้าถึงตลาด รวมถึงความสามารถในการแข่งขัน					
2.1 องค์กรของท่านสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนทำให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น					
2.2 องค์กรของท่านสามารถรักษาลูกค้าเก่าให้กลับมาใช้บริการซ้ำได้					
2.3 องค์กรของท่านสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ได้					
2.4 องค์กรของท่านมีวิธีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเก่าจนสามารถต่อยอดสู่ลูกค้าใหม่ในอนาคต					
3. ด้านกระบวนการภายใน หมายถึง กระบวนการดำเนินงานภายในองค์กร ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ					
3.1 องค์กรของท่านมีอัตราการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าตรงเวลาเพิ่มขึ้น					
3.2 กระบวนการดำเนินงานภายในองค์กรใช้เวลาได้อย่างคุ้มค่า					
3.3 องค์กรของท่านมีกระบวนการดำเนินงานภายในที่มีประสิทธิภาพ					



146230796

VRU - IThesis 57B73170106 thesis / rev: 08062566 13:25:32 / seq: 24



ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์กิ่งโครงสร้าง

GRAD VRU



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

เรื่อง

อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างชุดนี้เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ประกอบการวิจัย เรื่อง อิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

2. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างมีจำนวน 8 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการกับการมุ่งเน้นตลาด

ตอนที่ 3 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการกับผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

ตอนที่ 4 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถทางนวัตกรรม

ตอนที่ 5 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นตลาดกับความสามารถทางนวัตกรรม

ตอนที่ 6 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ

ตอนที่ 7 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความสามารถทางนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

ตอนที่ 8 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในโมเดลอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / rev: 08062566 13:25:32 / seq: 24

GRAD VRU

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

1.1 ชื่อ-สกุล ผู้ให้ข้อมูล

.....

1.2 ชื่อหน่วยงาน

.....

1.3 ตำแหน่ง

.....

**ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็น
ผู้ประกอบการกับการมุ่งเน้นตลาด**

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาดหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**ตอนที่ 3 แบบสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็น
ผู้ประกอบการกับผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ**

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

**ตอนที่ 4 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็น
ผู้ประกอบการกับความสามารถทางนวัตกรรม**

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**ตอนที่ 5 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นตลาดกับความสามารถ
ทางนวัตกรรม**

การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**ตอนที่ 6 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผล
การดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพ**

การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....



146230796

VRU -Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ตอนที่ 7 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความสามารถทางนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพ

ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของดิจิทัลสตาร์ทอัพหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 8 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในโมเดลอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

ท่านคิดว่ามีปัจจัยอื่นใดบ้างที่มีอิทธิพลในโมเดลอิทธิพลเชิงสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมดิจิทัลสตาร์ทอัพในประเทศไทย

.....

.....

.....

.....

ผู้จัดบันทึกการสัมภาษณ์

วัน/เดือน/ปี สัมภาษณ์.....

สถานที่สัมภาษณ์

GRAD VRU



146230796



GRAD VRU



146230796

VRU iThesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ของแบบสอบถาม

รายการความคิดเห็น	ค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ					เฉลี่ย	แปลผล
	1	2	3	4	5		
การทำงานเชิงรุก						1.0	ผ่าน
1. องค์กรของท่านมีการคาดการณ์ปัญหาความต้องการหรือการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
2. องค์กรของท่านมีการวางแผนล่วงหน้าสำหรับโครงการต่าง ๆ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
3. องค์กรของท่านพยายามเข้าสู่ตลาดเป็นเจ้าแรกเพื่อรับผลประโยชน์จากการเป็นผู้บุกเบิกในอุตสาหกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
4. องค์กรของท่านติดตามแนวโน้มอย่างต่อเนื่องและระบุความต้องการในอนาคตของลูกค้า	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
การมีนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์						1.0	ผ่าน
5. องค์กรของท่านมีความคิดสร้างสรรค์ในวิธีการทำงาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
6. องค์กรของท่านแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการทำสิ่งต่าง ๆ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
7. องค์กรของท่านมีการปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
ความกล้าเสี่ยง						0.95	ผ่าน
8. องค์กรของท่านยินดีที่จะลงทุนเวลาและเงินเป็นจำนวนมากกับสิ่งที่ยังจะให้ผลตอบแทนสูง	+1	+1	+1	0	+1	0.8	ผ่าน
9. องค์กรของท่านทำการตัดสินใจอย่างกล้าหาญในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยง	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน

รายการความคิดเห็น	ค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ					เฉลี่ย	แปลผล	
	1	2	3	4	5			
10. องค์กรของท่านใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้น	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน	
11. องค์กรของท่านดำเนินการอย่างกล้าหาญโดยเข้าไปทำงานที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน	
การมีอิสระในการปฏิบัติงาน								
12. องค์กรของท่านใช้การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างที่จำเป็น เช่น กลุ่มเล็กๆ ที่เป็นอิสระเพื่อกระตุ้นแนวคิดใหม่ ๆ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน	
13. องค์กรของท่านส่งเสริมวัฒนธรรมการให้รางวัลสำหรับความคิดใหม่ ๆ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน	
14. องค์กรของท่านมีกระบวนการที่จำเป็นเพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน	
ความแข็งแกร่งทางการแข่งขัน						0.73	ผ่าน	
15. องค์กรของท่านมีท่าทีที่แข็งแกร่งเพื่อต่อสู้กับคู่แข่ง	+1	+1	+1	0	+1	0.8	ผ่าน	
16. องค์กรของท่านเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันโดยการเข้าสู่ตลาดด้วยราคาที่ต่ำลงอย่างมาก	+1	+1	+1	0	+1	0.8	ผ่าน	
17. องค์กรของท่านเลียนแบบธุรกิจแนวทางปฏิบัติหรือเทคนิคของคู่แข่งที่ประสบความสำเร็จ	+1	+1	+1	0	0	0.6	ผ่าน	
การมุ่งเน้นลูกค้า						1.0	ผ่าน	
18. องค์กรของท่านเข้าใจความต้องการของลูกค้า	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน	
19. องค์กรของท่านให้ความสำคัญกับบริการหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน	

รายการความคิดเห็น	ค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ					เฉลี่ย	แปลผล
	1	2	3	4	5		
20. องค์กรของท่านมีการวัดความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
21. องค์กรของท่านทำทุกวิถีทางเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
22. องค์กรของท่านมีความมุ่งมั่นที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
การมุ่งเน้นคู่แข่ง						1.0	ผ่าน
23. องค์กรของท่านมองหาโอกาสที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
24. พนักงานในองค์กรของท่านมีการแบ่งปันข้อมูลคู่แข่งกับแผนกอื่นๆ อยู่เสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
25. ผู้บริหารในองค์กรของท่านมีการพูดคุยเกี่ยวกับการกระทำของคู่แข่งเป็นประจำ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
การประสานงานภายในองค์กร						1.0	ผ่าน
26. กลยุทธ์ทางการบริหารเน้นให้เกิดการประสานงานของหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กร	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
27. องค์กรของท่านมีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพของลูกค้าที่ดีและไม่ดีได้อย่างอิสระในทุกสายงานทางธุรกิจ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
28. แผนกต่าง ๆ ในองค์กรของท่านมีการแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกันอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน



146230796

VRU :Thesisis 57B73170106 thesisis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

รายการความคิดเห็น	ค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ					เฉลี่ย	แปลผล
	1	2	3	4	5		
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์						1.0	ผ่าน
29. องค์กรของท่านมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับของตลาด	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
30. องค์กรของท่านสามารถเปิดตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ได้เร็วกว่าคู่แข่ง	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
31. องค์กรของท่านพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าเสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
32. องค์กรของท่านมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้เหนือกว่าคู่แข่งในด้านคุณสมบัติการใช้งาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
นวัตกรรมกระบวนการ						1.0	ผ่าน
33. องค์กรของท่านมีการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตได้รวดเร็วกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
34. องค์กรของท่านมีทักษะหรืออุปกรณ์ใหม่ ๆ เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการให้บริการอยู่เสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
35. องค์กรของท่านมีความยืดหยุ่นในกระบวนการทำงาน โดยมุ่งไปที่ผลสำเร็จของงานเป็นหลัก	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
นวัตกรรมทางการบริหาร						1.0	ผ่าน
36. ผู้บริหารในองค์กรของท่านสามารถใช้ภาวะความเป็นผู้นำเพื่อพาพนักงานทุกคนไปสู่ความสำเร็จของงาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน



146230796

VRU -Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

รายการความคิดเห็น	ค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ					เฉลี่ย	แปลผล
	1	2	3	4	5		
37. วิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่องค์กรของท่านนำมาใช้ ช่วยให้ผู้บริหารได้รับข้อมูลที่ดีขึ้นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
38. องค์กรของท่านมีความยืดหยุ่นในการบริหาร โดยมุ่งให้ความสำคัญกับการบรรลุเป้าหมายขององค์กรเป็นหลัก	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
39. องค์กรของท่านรับสมัครพนักงานใหม่โดยเน้นผู้ที่มีความสามารถด้านนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
ด้านการเงิน						1.0	ผ่าน
40. องค์กรของท่านมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมา	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
41. องค์กรของท่านมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมา	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
42. องค์กรของท่านมีสภาพคล่องทางการเงินเพิ่มขึ้น	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
43. องค์กรของท่านมีผลกำไรตามเป้าหมายที่กำหนดไว้	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
ด้านลูกค้า						1.0	ผ่าน
44. องค์กรของท่านสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนทำให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
45. องค์กรของท่านสามารถรักษาลูกค้าเก่าให้กลับมาใช้บริการซ้ำได้	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน

รายการความคิดเห็น	ค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ					เฉลี่ย	แปลผล
	1	2	3	4	5		
46. องค์กรของท่านสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ได้	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
47. องค์กรของท่านมีวิธีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเก่าจนสามารถต่อยอดสู่ลูกค้าใหม่ในอนาคต	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
ด้านกระบวนการภายใน						1.0	ผ่าน
48. องค์กรของท่านมีอัตราการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าตรงเวลาเพิ่มขึ้น	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
49. กระบวนการดำเนินงานภายในองค์กรใช้เวลาได้อย่างคุ้มค่า	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
50. องค์กรของท่านมีกระบวนการดำเนินงานภายในที่มีประสิทธิภาพ	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา						1.0	ผ่าน
51. จำนวนครั้งในการแก้ไขงานตามความต้องการของลูกค้าลดลง	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
52. ทักษะคติของพนักงานต่อการทำงานดีขึ้น	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน
53. องค์กรของท่านมีจำนวนพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมต่อคนต่อปีเพิ่มขึ้น	+1	+1	+1	+1	+1	1.0	ผ่าน

GRAD VRU



ภาคผนวก ง

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันของตัวแปรสังเกตได้

GRAD VRU



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงปริมาณ

	PRO1	PRO2	PRO3	PRO4	CRE1	CRE2	CRE3	RIS1	RIS2	RIS3	RIS4	AUT1	AUT2	AUT3	CAG1	CAG2	CAG3	CUS1	CUS2	CUS3	CUS4	CUS5	
PRO1	1																						
PRO2	0.624**	1																					
PRO3	0.616**	0.580**	1																				
PRO4	0.576**	0.554**	0.601**	1																			
CRE1	0.487**	0.511**	0.526**	0.584**	1																		
CRE2	0.437**	0.399**	0.471**	0.558**	0.554**	1																	
CRE3	0.517**	0.487**	0.470**	0.568**	0.560**	0.570**	1																
RIS1	0.540**	0.449**	0.434**	0.474**	0.514**	0.482**	0.519**	1															
RIS2	0.515**	0.445**	0.416**	0.476**	0.456**	0.439**	0.500**	0.630**	1														
RIS3	0.521**	0.499**	0.470**	0.513**	0.453**	0.412**	0.506**	0.577**	0.586**	1													
RIS4	0.557**	0.476**	0.479**	0.470**	0.518**	0.432**	0.523**	0.628**	0.592**	0.585**	1												
AUT1	0.449**	0.330**	0.360**	0.423**	0.504**	0.352**	0.427**	0.590**	0.423**	0.405**	0.543**	1											
AUT2	0.468**	0.422**	0.386**	0.416**	0.442**	0.376**	0.400**	0.538**	0.386**	0.411**	0.454**	0.569**	1										
AUT3	0.449**	0.399**	0.410**	0.357**	0.386**	0.303**	0.437**	0.538**	0.385**	0.401**	0.497**	0.642**	0.618**	1									
CAG1	0.560**	0.497**	0.526**	0.576**	0.569**	0.485**	0.644**	0.500**	0.475**	0.533**	0.541**	0.448**	0.476**	0.389**	1								
CAG2	0.530**	0.483**	0.422**	0.517**	0.510**	0.512**	0.571**	0.568**	0.510**	0.438**	0.549**	0.518**	0.511**	0.464**	0.658**	1							
CAG3	0.544**	0.466**	0.534**	0.550**	0.519**	0.559**	0.547**	0.499**	0.482**	0.398**	0.460**	0.446**	0.480**	0.429**	0.605**	0.666**	1						
CUS1	0.513**	0.419**	0.497**	0.510**	0.495**	0.409**	0.541**	0.377**	0.360**	0.418**	0.437**	0.401**	0.371**	0.339**	0.565**	0.459**	0.534**	1					
CUS2	0.577**	0.486**	0.541**	0.509**	0.530**	0.450**	0.575**	0.465**	0.392**	0.428**	0.492**	0.382**	0.409**	0.430**	0.565**	0.522**	0.570**	0.669**	1				
CUS3	0.481**	0.467**	0.476**	0.451**	0.457**	0.402**	0.513**	0.404**	0.327**	0.455**	0.475**	0.375**	0.379**	0.393**	0.540**	0.491**	0.562**	0.603**	0.658**	1			
CUS4	0.462**	0.455**	0.436**	0.460**	0.412**	0.356**	0.403**	0.471**	0.392**	0.423**	0.510**	0.391**	0.407**	0.396**	0.518**	0.507**	0.461**	0.527**	0.545**	0.555**	1		
CUS5	0.555**	0.520**	0.568**	0.415**	0.524**	0.385**	0.459**	0.396**	0.399**	0.427**	0.509**	0.370**	0.453**	0.375**	0.573**	0.525**	0.559**	0.529**	0.601**	0.590**	0.545**	0.545**	1



146230796

VRU-IThesis 57B73170106-thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

(ต่อ) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การแปรปรวนของตัวแปรทางจิตสังคมในผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษาด้วยยาต้านการติดเชื้อ

	PRO1	PRO2	PRO3	PRO4	CRE1	CRE2	CRE3	RIS1	RIS2	RIS3	RIS4	L1UTV	AUT2	AUT3	CAG1	CAG2	CAG3	TSU2	TSU3	CUS2	CUS3	CUS4	CUS5
COR1	0.442**	0.378**	0.424**	0.414**	0.444**	0.328**	0.379**	0.457**	0.382**	0.386**	0.526**	0.387**	0.386**	0.360**	0.460**	0.409**	0.384**	0.396**	0.445**	0.412**	0.412**	0.462**	0.464**
COR2	0.357**	0.342**	0.388**	0.358**	0.459**	0.458**	0.448**	0.525**	0.380**	0.406**	0.501**	0.432**	0.451**	0.408**	0.511**	0.520**	0.427**	0.373**	0.411**	0.412**	0.412**	0.426**	0.475**
COR3	0.394**	0.345**	0.442**	0.431**	0.484**	0.516**	0.500**	0.510**	0.432**	0.422**	0.517**	0.385**	0.406**	0.389**	0.548**	0.512**	0.540**	0.426**	0.516**	0.554**	0.412**	0.412**	0.489**
INC1	0.488**	0.446**	0.422**	0.508**	0.534**	0.478**	0.542**	0.539**	0.460**	0.436**	0.519**	0.506**	0.526**	0.464**	0.557**	0.623**	0.587**	0.439**	0.517**	0.547**	0.547**	0.466**	0.515**
INC2	0.532**	0.448**	0.485**	0.516**	0.448**	0.448**	0.499**	0.525**	0.441**	0.383**	0.529**	0.482**	0.462**	0.407**	0.539**	0.527**	0.574**	0.419**	0.520**	0.494**	0.478**	0.478**	0.473**
INC3	0.602**	0.492**	0.564**	0.582**	0.559**	0.529**	0.532**	0.552**	0.528**	0.468**	0.505**	0.461**	0.453**	0.411**	0.562**	0.554**	0.646**	0.471**	0.518**	0.425**	0.425**	0.416**	0.512**
PRD1	0.495**	0.467**	0.485**	0.465**	0.419**	0.451**	0.416**	0.464**	0.431**	0.410**	0.432**	0.391**	0.440**	0.311**	0.510**	0.507**	0.558**	0.434**	0.448**	0.455**	0.427**	0.427**	0.485**
PRD2	0.465**	0.427**	0.406**	0.454**	0.469**	0.445**	0.452**	0.572**	0.484**	0.458**	0.533**	0.466**	0.403**	0.348**	0.531**	0.591**	0.514**	0.391**	0.473**	0.489**	0.512**	0.512**	0.481**
PRD3	0.487**	0.452**	0.443**	0.545**	0.514**	0.517**	0.541**	0.625**	0.543**	0.433**	0.577**	0.520**	0.446**	0.477**	0.552**	0.612**	0.571**	0.393**	0.484**	0.447**	0.447**	0.504**	0.479**
PRD4	0.466**	0.466**	0.490**	0.514**	0.507**	0.526**	0.517**	0.595**	0.550**	0.397**	0.546**	0.461**	0.415**	0.373**	0.517**	0.619**	0.619**	0.370**	0.447**	0.443**	0.465**	0.465**	0.518**
PRC1	0.332**	0.282**	0.304**	0.407**	0.392**	0.425**	0.418**	0.555**	0.377**	0.416**	0.514**	0.510**	0.422**	0.422**	0.455**	0.581**	0.380**	0.332**	0.401**	0.430**	0.536**	0.536**	0.326**
PRC2	0.417**	0.385**	0.380**	0.468**	0.459**	0.492**	0.508**	0.616**	0.491**	0.462**	0.510**	0.464**	0.423**	0.423**	0.526**	0.562**	0.526**	0.384**	0.488**	0.460**	0.460**	0.537**	0.449**
PRC3	0.382**	0.321**	0.316**	0.464**	0.433**	0.452**	0.516**	0.579**	0.369**	0.433**	0.518**	0.456**	0.385**	0.439**	0.511**	0.516**	0.420**	0.385**	0.480**	0.453**	0.572**	0.572**	0.331**
MNM1	0.503**	0.442**	0.475**	0.478**	0.495**	0.451**	0.444**	0.574**	0.503**	0.438**	0.543**	0.418**	0.473**	0.347**	0.491**	0.589**	0.534**	0.336**	0.443**	0.374**	0.427**	0.450**	0.527**
MNM2	0.448**	0.431**	0.479**	0.506**	0.542**	0.542**	0.512**	0.582**	0.494**	0.416**	0.510**	0.511**	0.456**	0.371**	0.537**	0.595**	0.603**	0.403**	0.481**	0.427**	0.427**	0.425**	0.542**
MNM3	0.413**	0.407**	0.456**	0.485**	0.526**	0.554**	0.485**	0.542**	0.470**	0.388**	0.523**	0.509**	0.446**	0.374**	0.466**	0.570**	0.580**	0.337**	0.420**	0.380**	0.370**	0.425**	0.451**
MNM4	0.444**	0.409**	0.463**	0.432**	0.477**	0.477**	0.449**	0.523**	0.476**	0.409**	0.443**	0.473**	0.465**	0.381**	0.492**	0.538**	0.554**	0.345**	0.410**	0.394**	0.382**	0.382**	0.488**
FIN1	0.431**	0.405**	0.390**	0.468**	0.414**	0.484**	0.458**	0.531**	0.427**	0.468**	0.497**	0.557**	0.446**	0.420**	0.512**	0.592**	0.494**	0.397**	0.446**	0.508**	0.515**	0.515**	0.453**
FIN2	0.398**	0.357**	0.371**	0.490**	0.478**	0.493**	0.473**	0.609**	0.476**	0.440**	0.513**	0.567**	0.432**	0.458**	0.510**	0.641**	0.524**	0.331**	0.436**	0.419**	0.463**	0.463**	0.392**
FIN3	0.497**	0.451**	0.495**	0.436**	0.564**	0.501**	0.515**	0.586**	0.540**	0.463**	0.559**	0.516**	0.496**	0.449**	0.520**	0.619**	0.649**	0.411**	0.503**	0.492**	0.450**	0.450**	0.592**
FIN4	0.455**	0.423**	0.440**	0.414**	0.497**	0.500**	0.528**	0.541**	0.507**	0.407**	0.463**	0.432**	0.423**	0.343**	0.497**	0.560**	0.585**	0.351**	0.453**	0.401**	0.416**	0.416**	0.496**



146230796

VRU-IThesis 57B73170106-thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

(ต่อ) ตารางค่าสัมประสิทธิ์การแปรผันตามระดับชั้นปีและภาคเรียน

	PRO1	PRO2	PRO3	PRO4	CRE1	CRE2	CRE3	RIS1	RIS2	RIS3	RIS4	AUT1	AUT2	AUT3	CAG1	CAG2	CAG3	1SU1	2SU2	CUS3	CUS4	CUS5
CTM1	0.397**	0.328**	0.324**	0.460**	0.457**	0.411**	0.461**	0.500**	0.491**	0.413**	0.492**	0.442	0.341**	0.340**	0.461**	0.519**	0.447**	0.340**	0.429**	0.342**	0.461**	0.364**
CTM2	0.354**	0.319**	0.321**	0.429**	0.450**	0.452**	0.446**	0.537**	0.441**	0.372**	0.518**	0.462	0.379**	0.344**	0.446**	0.520**	0.458**	0.324**	0.430**	0.358**	0.443**	0.329**
CTM3	0.386**	0.371**	0.360**	0.485**	0.442**	0.491**	0.479**	0.522**	0.417**	0.433**	0.505**	0.466**	0.400**	0.424**	0.497**	0.567**	0.519**	0.341**	0.463**	0.410**	0.431**	0.415**
CTM4	0.448**	0.451**	0.445**	0.498**	0.502**	0.541**	0.463**	0.529**	0.520**	0.375**	0.466**	0.438**	0.390**	0.309**	0.513**	0.550**	0.572**	0.433**	0.496**	0.423**	0.411**	0.502**
TM1	0.456**	0.399**	0.418**	0.498**	0.500**	0.500**	0.496**	0.622**	0.459**	0.440**	0.583**	0.531**	0.475**	0.422**	0.526**	0.609**	0.521**	0.382**	0.421**	0.452**	0.488**	0.414**
TM2	0.505**	0.484**	0.465**	0.528**	0.536**	0.562**	0.535**	0.542**	0.516**	0.482**	0.482**	0.521**	0.494**	0.379**	0.553**	0.582**	0.572**	0.409**	0.431**	0.422**	0.406**	0.535**
TM3	0.544**	0.513**	0.571**	0.532**	0.568**	0.496**	0.532**	0.474**	0.480**	0.402**	0.435**	0.466**	0.422**	0.353**	0.564**	0.571**	0.572**	0.461**	0.470**	0.466**	0.433**	0.548**
LEN1	0.389**	0.313**	0.255**	0.486**	0.451**	0.408**	0.469**	0.561**	0.412**	0.376**	0.543**	0.515**	0.410**	0.427**	0.427**	0.561**	0.389**	0.328**	0.414**	0.432**	0.512**	0.310**
LEN2	0.522**	0.441**	0.409**	0.553**	0.521**	0.526**	0.555**	0.617**	0.481**	0.481**	0.559**	0.578**	0.475**	0.477**	0.525**	0.610**	0.552**	0.397**	0.494**	0.455**	0.460**	0.451**
LEN3	0.456**	0.404**	0.494**	0.478**	0.478**	0.469**	0.481**	0.519**	0.473**	0.359**	0.450**	0.458**	0.405**	0.351**	0.470**	0.548**	0.541**	0.381**	0.426**	0.425**	0.385**	0.496**



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ (ต่อ)

	COR1	COR2	COR3	INC1	INC2	INC3	PRD1	PRD2	PRD3	PRD4	PRC1	PRC2	PRC3	MINM1	MINM2	MINM3	MINM4	FIN1	FIN2	FIN3	FIN4	
COR1	1																					
COR2	0.482**	1																				
COR3	0.528**	0.658**	1																			
INC1	0.472**	0.510**	0.530**	1																		
INC2	0.471**	0.481**	0.585**	0.633**	1																	
INC3	0.417**	0.438**	0.527**	0.620**	0.644**	1																
PRD1	0.360**	0.387**	0.378**	0.507**	0.507**	0.637**	1															
PRD2	0.429**	0.432**	0.472**	0.579**	0.539**	0.560**	0.675**	1														
PRD3	0.468**	0.492**	0.552**	0.616**	0.556**	0.602**	0.608**	0.736**	1													
PRD4	0.415**	0.523**	0.539**	0.612**	0.567**	0.618**	0.607**	0.658**	0.718**	1												
PRC1	0.416**	0.475**	0.440**	0.610**	0.473**	0.476**	0.423**	0.588**	0.636**	0.552**	1											
PRC2	0.464**	0.536**	0.522**	0.630**	0.563**	0.538**	0.574**	0.641**	0.677**	0.637**	0.751**	1										
PRC3	0.432**	0.423**	0.472**	0.550**	0.494**	0.475**	0.483**	0.595**	0.668**	0.545**	0.690**	0.732**	1									
MINM1	0.429**	0.470**	0.441**	0.523**	0.516**	0.609**	0.598**	0.583**	0.679**	0.703**	0.501**	0.540**	0.484**	1								
MINM2	0.440**	0.570**	0.565**	0.614**	0.584**	0.654**	0.617**	0.617**	0.654**	0.731**	0.626**	0.708**	0.519**	0.634**	1							
MINM3	0.392**	0.509**	0.517**	0.601**	0.559**	0.651**	0.556**	0.552**	0.634**	0.696**	0.568**	0.632**	0.479**	0.654**	0.797**	1						
MINM4	0.359**	0.485**	0.519**	0.534**	0.542**	0.610**	0.607**	0.505**	0.584**	0.613**	0.401**	0.526**	0.416**	0.574**	0.677**	0.679**	1					
FIN1	0.413**	0.492	0.425**	0.618**	0.529**	0.541**	0.567**	0.605**	0.591**	0.564**	0.667**	0.623**	0.581**	0.587**	0.650**	0.622**	0.520**	1				
FIN2	0.370**	0.519**	0.528**	0.631**	0.556**	0.560**	0.501**	0.616**	0.710**	0.693**	0.689**	0.698**	0.622**	0.593**	0.730**	0.683**	0.535**	0.730**	1			
FIN3	0.464**	0.561**	0.585**	0.607**	0.622**	0.633**	0.595**	0.597**	0.670**	0.699**	0.514**	0.643**	0.462**	0.674**	0.736**	0.673**	0.633**	0.644**	0.743**	1		
FIN4	0.396**	0.470**	0.527**	0.604**	0.562**	0.643**	0.612**	0.578**	0.674**	0.677**	0.511**	0.683**	0.535**	0.621**	0.713**	0.656**	0.638**	0.574**	0.701**	0.794**	1	



146230796

VRU-IThesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

(ต่อ) ได้สังเกตตั้งศูนย์ประเภท ฐานพิมพ์หรือประเภทกระดาษการ

	COR1	COR2	COR3	INC1	INC2	INC3	PRD1	PRD2	PRD3	PRD4	PRC1	PRC2	PRC3	MINM1	MINM2	MINM3	MINM4	FIN1	FIN2	FIN3	FIN4
CTM1	0.461**	0.428**	0.439**	0.506**	0.480**	0.477**	0.471**	0.636**	0.623**	0.582**	0.575**	0.653**	0.580**	0.529**	0.628**	0.582**	0.473**	0.587**	0.655**	0.607**	0.565**
CTM2	0.430**	0.476**	0.458**	0.521**	0.480**	0.477**	0.463**	0.556**	0.590**	0.576**	0.636**	0.668**	0.614**	0.503**	0.603**	0.631**	0.487**	0.642**	0.636**	0.562**	0.554**
CTM3	0.385**	0.475**	0.451**	0.552**	0.498**	0.529**	0.536**	0.604**	0.639**	0.589**	0.569**	0.617**	0.601**	0.530**	0.634**	0.624**	0.528**	0.682**	0.676**	0.586**	0.591**
CTM4	0.405**	0.455**	0.490**	0.515**	0.544**	0.615**	0.625**	0.567**	0.604**	0.624**	0.437**	0.558**	0.460**	0.618**	0.680**	0.651**	0.607**	0.631**	0.607**	0.667**	0.628**
ITN1	0.424**	0.494**	0.526**	0.580**	0.572**	0.568**	0.585**	0.637**	0.650**	0.628**	0.655**	0.659**	0.601**	0.613**	0.674**	0.658**	0.587**	0.678**	0.700**	0.648**	0.656**
ITN2	0.410**	0.474**	0.497**	0.556**	0.565**	0.648**	0.605**	0.534**	0.590**	0.629**	0.476**	0.580**	0.476**	0.607**	0.703**	0.658**	0.676**	0.619**	0.606**	0.646**	0.672**
ITN3	0.369**	0.469**	0.491**	0.553**	0.570**	0.647**	0.597**	0.562**	0.605**	0.634**	0.406**	0.485**	0.403**	0.529**	0.644**	0.565**	0.659**	0.512**	0.552**	0.619**	0.596**
LEN1	0.404**	0.420**	0.468**	0.618**	0.500**	0.505**	0.429**	0.622**	0.634**	0.513**	0.736**	0.659**	0.703**	0.479**	0.566**	0.595**	0.430**	0.597**	0.675**	0.534**	0.521**
LEN2	0.432**	0.533**	0.526**	0.639**	0.609**	0.614**	0.565**	0.698**	0.682**	0.636**	0.619**	0.702**	0.641**	0.569**	0.666**	0.656**	0.578**	0.665**	0.681**	0.638**	0.607**
LEN3	0.349**	0.456**	0.428**	0.566**	0.531**	0.618**	0.599**	0.528**	0.623**	0.676**	0.582**	0.633**	0.438**	0.599**	0.744**	0.641**	0.592**	0.565**	0.628**	0.661**	0.656**



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สันของตัวแปรสังเกตได้ (ต่อ)

	CTM1	CTM2	CTM3	CTM4	ITN1	ITN2	ITN3	LEN1	LEN2	LEN3
CTM1	1									
CTM2	0.750**	1								
CTM3	0.679**	0.686**	1							
CTM4	0.591**	0.635**	0.677**	1						
ITN1	0.585**	0.650**	0.616**	0.659**	1					
ITN2	0.538**	0.565**	0.611**	0.651**	0.708**	1				
ITN3	0.433**	0.420**	0.498**	0.590**	0.609**	0.705**	1			
LEN1	0.601**	0.612**	0.614**	0.492**	0.682**	0.527**	0.406**	1		
LEN2	0.635**	0.626**	0.660**	0.606**	0.666**	0.630**	0.559**	0.708**	1	
LEN3	0.578**	0.553**	0.570**	0.632**	0.601**	0.673**	0.623**	0.551**	0.624**	1

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24



ALONGKORN RAJABHAT UNIVERSITY
ในพระบรมราชูปถัมภ์

GRAD VRU



ภาคผนวก จ
รายชื่อผู้ให้ข้อมูล

GRAD VRU



146230796

VRU iThesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

รายชื่อผู้ให้ข้อมูล

ลำดับที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง
1	คุณทินกร เหล่าเราวิโรจน์	นายกสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย และ ประธานกรรมการบริหาร บริษัท นายเน็ต จำกัด
2	คุณอภิเชษฐ ฤาบุตร	หัวหน้างานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงาน ส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa)
3	ดร.อุดมธิปก ไพรเกษตร	รองประธานสมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย กรรมการสมาคมดิจิทัลไทย และกรรมการ ผู้จัดการ บริษัท ดิจิทัล บิสิเนส คอนซัลท์ จำกัด
4	คุณสิทธิชัย เพชรสังข์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทูนาเว็ท จำกัด
5	คุณณัฐพันธ์ เขาวนศิลป์	Founder บริษัท ไอเดีย วูว์ฒน์ จำกัด
6	คุณณัฐนันท์ สอนศรี	รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็มเจ ไอที โซลูชั่นส์ จำกัด
7	คุณกฤตณัฐ ฉุน้อย	Co-Founder บริษัท แพลนเตอร์ กรุ๊ป จำกัด
8	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลธิชา ทิพย์ประทุม	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจ
9	ดร.พรพิมล ขำเพชร	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ



146230796

VRU :Thesis 57B73170106 thesis / rev: 08062566 13:25:32 / seq: 24

GRAD VRU

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นายอดิเทพ ครุฑธามาศ
วัน เดือน ปี เกิด 4 ตุลาคม 2524
สถานที่เกิด นครศรีธรรมราช
วุฒิการศึกษา พ.ศ. 2548 บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ
โรฒ
พ.ศ. 2549 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนคริ
นทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน 317/41 ซอยลาดพร้าว 41 แขวงสามเสนนอก เขตห้วยขวาง
กรุงเทพมหานคร



146230796

VRU_1Thesis 57B73170106 thesis / recv: 08062566 13:25:32 / seq: 24

GRAD VRU