

ประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย

The Business Performance Efficiency of Startup in Thailand

พิสิษฐ์ พจนजारูวิท¹

Pisit Potjanjaruwit¹

Received 31 ธ.ค. 61 & Retrieved 7 เม.ย. 62

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย 2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเหตุที่มีผลต่อประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย โดยงานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) คือ การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ร่วมกับการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามโดยมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ 0.78 ขึ้นไป โดยผู้วิจัยกำหนดประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการและผู้บริหารที่มีส่วนร่วมในการสร้างประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย จำนวน 420 คน โดยผู้วิจัยใช้เทคนิคการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อยืนยันผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้ความมีประสิทธิภาพของผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ทั้งหมด 4 ตัวแปร ประกอบด้วย 1. ผลตอบแทนด้านลูกค้า 2. ผลตอบแทนด้านการเรียนรู้และพัฒนา 3. ผลตอบแทนด้านกระบวนการภายใน และ 4. ผลตอบแทนด้านการเงิน ตามลำดับ และ ตัวแปรความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ความร่วมมือระหว่างองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจและความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ นอกจากนี้ยังพบว่าความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและความร่วมมือระหว่างองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ความร่วมมือระหว่างองค์กร ความได้เปรียบในการแข่งขัน และประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่

Abstract

This research had the first objective to study the business performance efficiency components of startups in Thailand. Second to study the causal factors that affect business performance efficiency of startups in Thailand. This research was a mixed methods research that encompassed both qualitative and quantitative tools through the use of in-depth interviews and questionnaires with 0.78 (Reliability). The sample employed in this research consisted of entrepreneurs and executives involve the business performance efficiency of startups in Thailand for 420 sampling that were selected and using a stratified

¹ อาจารย์สาขาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

¹ Lecturer for Research Faculty of Management Science SuanSunandha Rajabhat University.

random sampling technique. Structural Equation Modeling: (SEM) was used to analyses the obtained data and focus group will provide in order to validate the research findings. From the obtained results, it shows that the business performance efficiency components variables are important in weight indicates of all 4 variables contain the 1. Customer perspective 2. Financial perspective 3. Internal Process perspective and 4. Learning and Growth respectively. In addition, the causal factors of technological capability and inter-organizational collaboration had a direct positive effect on the competitive advantage of startups, and competitive advantage had a direct positive effect on the business performance efficiency of startups in Thailand. Furthermore, it was apparent that technological capability and interorganizational collaboration had a direct effect on the business performance efficiency of startups in Thailand, whereby all the foregoing effects were statistically significant.

Key words: Business Performance Efficiency Competitive Advantage Technological Capability and Interorganizational Collaboration

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากในปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดรวมถึงธุรกิจเกิดใหม่ Startup เป็นหัวใจหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและแก้ปัญหาการว่างงานของคนในสังคม และสามารถสร้างนวัตกรรมและความยั่งยืนให้แก่ระบบเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม (Baard and van den Berg, 2004; Molapo, 2007) ซึ่งการจ้างงานที่เกิดขึ้นนับเป็นสิ่งที่ทำนายสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กที่เกิดใหม่เพราะยึดโยงอยู่กับผลประกอบการของกิจการถ้าธุรกิจประสบกับปัญหายอดขายหรือกำไรลดลงก็จะส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจและส่งผลกระทบต่อยังภาวะการจ้างงานรวมถึงการค้าและการลงทุน ดังนั้น ธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) ทั้งขนาดกลางและขนาดเล็กจำเป็นต้องบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของธุรกิจ แต่ถึงกระนั้นในระบบเศรษฐกิจของโลกในปัจจุบัน ธุรกิจไม่สามารถที่จะตัดต้นทุนในการดำเนินงานที่จำเป็นออกไปได้แต่จำเป็นที่จะต้องแข่งขันกันทางกลยุทธ์ ความรู้นวัตกรรมคุณค่าเพิ่มที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้ามากกว่า (Bahiti, 2008) ดังนั้นในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมาอัตราการล้มเหลวของสตาร์ทอัพมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่ง Statistic Brain (Statistic Brain, 2016) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจและเทคโนโลยี โดยอธิบายว่าร้อยละของสตาร์ทอัพที่ล้มเหลวภายในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา มีมากถึง 25%

36% และ 44% ตามลำดับ ซึ่งร้อยละของความล้มเหลวของสตาร์ทอัพมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย (Statistic Brain, 2016) ได้อธิบายว่า กลุ่มธุรกิจสารสนเทศที่ยังคงยืนอยู่รอดภายหลังจาก 4 ปี มีเพียง 37% ซึ่งถือว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับกลุ่มธุรกิจอื่นๆ ซึ่งอัตราการล้มเหลวจะเป็นไปอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งถึงปีที่ 10 ที่สตาร์ทอัพจะล้มเหลวสูงสุดถึง 71% และในขณะเดียวกันในประเทศไทยมีการคาดคะเนว่าสตาร์ทอัพในกลุ่มดิจิทัลจะมีอัตราการอยู่รอดเพียงแค่ 1% เท่านั้น (Krating, 2016) ซึ่ง Statistic Brain อธิบายว่าสาเหตุที่สตาร์ทอัพล้มเหลวนั้นมาจากการไม่มีความสามารถในการแข่งขัน Competitive Advantage ที่เกิดจากการวางแผนด้านเทคโนโลยีที่ใช้สร้างนวัตกรรมทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการของสตาร์ทอัพขาดความน่าสนใจและทำให้ผลประกอบการไม่เกิดการขยายตัว สาเหตุอันดับที่สองของการล้มเหลว คือการขาดความร่วมมือระหว่างองค์กรของธุรกิจ ซึ่งมีประมาณ 30% ซึ่งทำให้สตาร์ทอัพขาดความพร้อมและความสมดุลด้านการบริหารจัดการทรัพยากรและส่งผลกระทบต่อความเติบโตขององค์กรที่ตามมา ซึ่งสอดคล้องกับ Forbes และ Entrepreneur Magazine (Furr, 2011; Patel, 2015) ที่อธิบายว่าสาเหตุแรกของความล้มเหลวของสตาร์ทอัพคือการขาดความสามารถทางการแข่งขันทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ในการสร้างความแตกต่างกับสินค้าและบริการ โดยจะทำให้สตาร์ทอัพขยายตัวก่อนที่จะมีความพร้อมในการเจริญเติบโตอย่างเต็มที่ (Premature Scaling) โดยเสนอว่า

กลยุทธ์การดำเนินงานของสตาร์ทอัพควรเริ่มต้นจากการลงทุนในด้านของการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน Competitive Advantage ที่มีความโดดเด่น ทั้งในด้านของการเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ และการตอบสนองเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม เพื่อที่จะทำให้สตาร์ทอัพเกิดการลงทุนอย่างประหยัดและยั่งยืนได้ในระยะยาว และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ (Cook, 2011) ที่อธิบายว่าสตาร์ทอัพจะล้มเหลวประมาณ 90% โดยมีสาเหตุมาจากตัวขององค์กรเองที่ไม่มีความสามารถที่จะแข่งขันกับธุรกิจภายนอกหรือไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น สภาพเทคโนโลยีและความรุนแรงในการแข่งขัน และยังพบอีกว่า 74% ของสตาร์ทอัพที่ล้มเหลวไม่สามารถปรับตัวให้ใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตได้เต็มศักยภาพเท่าที่ควร และยังคงแสดงให้เห็นถึงการลงทุนที่ล้มเหลว กล่าวคือ มีการลงทุนผ่านทรัพยากรด้านไอทีไม่ถูกเวลาและไม่ต่อเนื่องอีกด้วย ซึ่งสวนทางกับยอดขายและความเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ (Giardino et. al., 2015) ซึ่งวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีความท้าทายต่อสตาร์ทอัพกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกว่า 90 ประเทศทั่วโลก ที่ระบุว่า การประเมินความเหมาะสมการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อที่จะสร้างการเรียนรู้ รวมถึงการสื่อสารทั้งภายนอกและภายในองค์กรและการสนับสนุนการปฏิบัติการของสตาร์ทอัพ มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการของสตาร์ทอัพเป็นอย่างมาก เพราะการพัฒนาดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของสตาร์ทอัพอย่างยั่งยืนและมั่นคง (Mature Level) โดยมีความร่วมมือระหว่างองค์กรเป็นปัจจัยที่สองที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาของสตาร์ทอัพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Crowne, 2002) ที่อธิบายถึงความล้มเหลวของสตาร์ทอัพที่เกิดขึ้นจากการขาดได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) ว่าในระยะเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ นั้นมีความเสี่ยงที่จะเกิดความล้มเหลวขึ้นได้จากผู้ประกอบการขาดประสบการณ์ และไม่สามารถที่จะผลิตสินค้าและบริการที่แตกต่าง ตอบโจทย์และแก้ปัญหาในทางปฏิบัติให้กับลูกค้าได้

ประการต่อมาคือสตาร์ทอัพไม่มีความร่วมมือระหว่างองค์กรด้วยกันเพื่อที่จะสร้าง เครือข่ายด้านการขายและการตลาด เพิ่มความร่วมมือทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

และบริการ รวมถึงถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างบุคลากรในองค์กร และประการสุดท้าย สตาร์ทอัพมีการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศที่ไม่สอดคล้องกับการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันในด้านของความเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการตอบสนองลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นต้น ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาแล้วในข้างต้นจึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาถึงประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทยเพื่อให้ทราบถึงสาเหตุ ข้อดี ข้อด้อยของภาพรวมของวิสาหกิจของไทย และเพื่อเป็นการศึกษา ค้นหาถึงรูปแบบและลักษณะของความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีความเหมาะสมต่อธุรกิจเกิดใหม่ Startup เนื่องจากความได้เปรียบในการแข่งขันในแต่ละธุรกิจ อุตสาหกรรมย่อมจะแตกต่างกันออกไปด้วยเหตุปัจจัยข้างต้น จึงนำมาสู่หัวข้อวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเหตุที่มีผลต่อประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 : ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 2 : ความร่วมมือระหว่างองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 3 : ความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 4 : ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 5 : ความร่วมมือระหว่างองค์กรมี

อิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจ
เกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาผู้ประกอบการของ
Startup ในประเทศไทยโดยแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยจำนวน
8 ภาค จำนวน 420 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบใช้
ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และใช้เทคนิค
การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random
sampling) โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย
ความได้เปรียบในการแข่งขัน ความสามารถในการใช้
เทคโนโลยีและความร่วมมือระหว่างองค์กร รวมถึงดำเนิน
การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ
ประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup
ในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2560 – 2561 โดยมีการเก็บ
ข้อมูลการวิจัยและดำเนินการวิจัย ในช่วงระหว่างเดือน
ธันวาคม 2560 – เมษายน 2561

นทวณธรรมรส

ประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจ (The Business Performance Efficiency)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ผลประกอบการ
นับเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับการวัดผลการบริการ
จัดการด้านกลยุทธ์ ถึงแม้ว่าจะมีประเด็นที่สำคัญที่เป็นองค์
ประกอบที่สำคัญของการกำหนดกลยุทธ์ให้กับธุรกิจแต่สิ่ง
ที่วัดผลเชิงประจักษ์ได้ดีและเห็นชัดที่สุดก็คือผลประกอบ
การ (Franco-Santos et al., 2007) ซึ่งในช่วงเวลาที่ผ่าน
มามีผลการศึกษากิจการและนักวิจัยหลายท่าน ที่
อธิบายว่าผลประกอบการของธุรกิจเริ่มมีการวัดผลในเชิง
โครงสร้างอย่างชัดเจนโดย (Kaplan and Norton, 1996;
Morgan and Strong, 2003; Simpson et al., 2012) ได้
วัดผลประกอบการในมิติของการเงินและการดำเนินงาน
รวมถึงประสิทธิภาพขององค์กรในกระบวนการดำเนินงาน
ภายในกิจกรรมการดำเนินธุรกิจรวมถึงการเรียนรู้และ
การเติบโตของบุคลากรในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้
มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร โดยพิจารณาความมีส่วนได้
ส่วนเสียจากผลกำไร มูลค่าทางตลาด อัตราการเติบโต
ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า เช่นกัน
และยังพิจารณาจากปัจจัยภายนอกเช่นความเป็นอยู่ของ

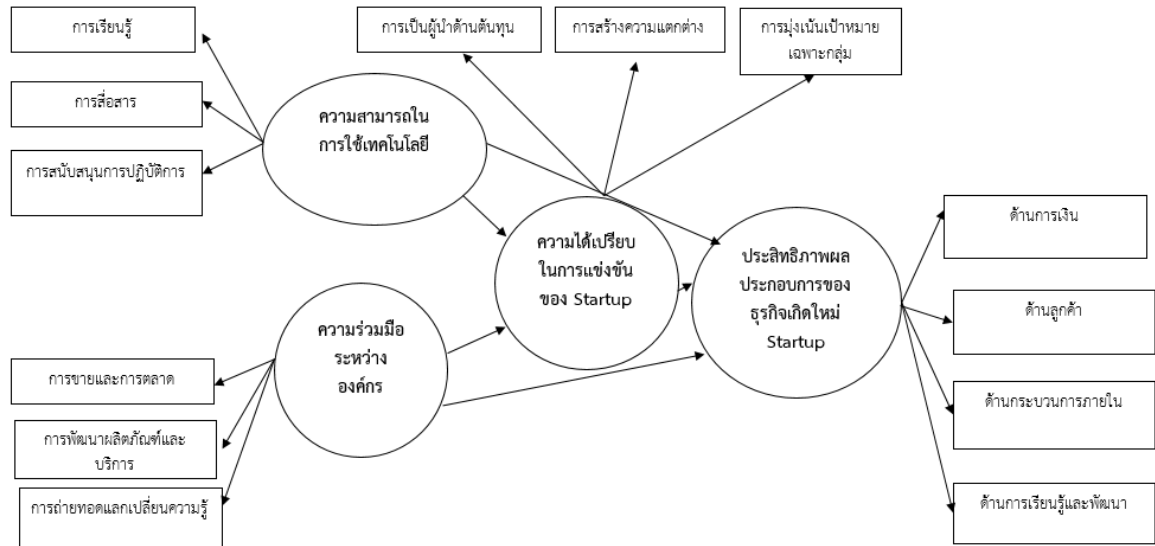
สังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นต้น (Santos and
Brito, 2012) ในขณะที่การยอมรับมิติในการวัดผลประกอบ
การของธุรกิจยังมีการถกเถียงกันอย่างกว้างขวาง ซึ่งส่วน
ใหญ่จะใช้การวัดประสิทธิภาพผลประกอบการในเชิงเดียว
คือเน้นผลประกอบการในด้านของการเงินเพียงอย่างเดียว
ซึ่งแท้ที่จริงแล้วผลประกอบการของธุรกิจควรจะมีการ
วัดผลโดยพิจารณาจากมุมมองภายนอกและภายในองค์กร
(Carton and Hofer, 2006; Combs et al., 2005;
Richard et al., 2009), especially in relation to SMEs
(Jarvis et al., 2000; Wood, 2006) ซึ่งต่อมามีการแบ่ง
วัดผลประจักษ์ในการวัดผลประกอบการของนักวิชาการและ
นักวิจัยออกเป็นการวัดผลจากหน่วยงานที่เป็นวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs และ ธุรกิจเกิดใหม่
Startup (Beal, 2000) โดยส่วนใหญ่แล้วธุรกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมที่เกิดขึ้นนั้นสามารถวัดผลประกอบการได้
จากผลประกอบการด้านการเงิน เช่น ยอดขายและกำไร
เนื่องจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กล้วนยังไม่มี
พร้อมด้านระบบบัญชีและการเงินเท่าที่ควรจึงจำเป็นจะ
ต้องวัดผลประกอบการของธุรกิจด้วยผลประกอบการด้าน
การเงินเป็นหลัก อีกทั้งธุรกิจยังสามารถที่จะแสดงผล
ประกอบการด้านเงินที่เป็นเชิงประจักษ์เหล่านั้นให้กับผู้
มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจทั้งภายนอกและภายใน (Gibcus
and Kemp, 2003) และท้ายที่สุดผู้ประกอบการก็สามารถ
บรรลุเป้าหมายได้มากกว่าผลตอบแทนด้านการเงินหรือ
กำไรในรูปของตัวเงินเพียงเท่านั้น แต่องค์กรก็จะมีการเติบโต
อย่างยั่งยืนในทุกๆ ด้านอีกด้วย ซึ่ง (Meijaard et al.,
2002; Peacock, 2004) ได้อธิบายว่านี่คือเหตุผลที่ว่าทำไม
ผลการศึกษามากมายทฤษฎีจึงยอมรับมิติในการวัดผล
ประกอบการของกิจการดังเช่นผลการศึกษามาแล้วข้างต้น
ยกตัวอย่างเช่น (Ren et al., 2015) ที่อธิบายว่ามีผู้
ประกอบการธุรกิจเกิดใหม่หลายรายที่วัดประสิทธิภาพผล
ประกอบการโดยใช้การประเมินจากมิติด้านการเงินเมื่อ
เปรียบเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ในด้านของ
กำไร ผลตอบแทนจากการลงทุน และผลสัมฤทธิ์จากเป้า
หมายทางการเงิน รวมถึงผู้จัดการอาวุโสของธุรกิจทั้งขนาด
กลางและขนาดย่อมต่างก็มีแนวทางในการประเมินผล
ประกอบการของธุรกิจโดยการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
ภายในอุตสาหกรรมเดียวกันในมิติทางด้านการเงิน เช่น
การเติบโตของผลกำไร มูลค่าทางการตลาด ความพึงพอใจ

ของลูกค้าและพนักงานในองค์กร ความเป็นอยู่ของผู้คนในสังคม (Santos and Brito, 2012); รวมถึงตัวผู้ประกอบการธุรกิจเองก็ตามต่างก็มีการประเมินผลประกอบการของธุรกิจโดยพิจารณาจากส่วนครองตลาด อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย ความพึงพอใจของลูกค้า ผลตอบแทนจากการลงทุน อัตราการคงอยู่ของลูกค้า หรือการวางตำแหน่งทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น (Morgan and Strong, 2003). สรุปจากการทบทวนวรรณกรรมองค์ประกอบของประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup พบว่า ประกอบไปด้วยประสิทธิภาพด้านการเงิน ประสิทธิภาพด้านลูกค้า ประสิทธิภาพด้านกระบวนการภายใน และประสิทธิภาพด้านการเรียนรู้และพัฒนา

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า Zaridis (2009) ที่อธิบายว่าความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หรือแม้แต่กระทั่งธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) เพราะความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) นั้นจะเป็นนำมาซึ่งความยั่งยืนและการอยู่รอดของธุรกิจอันเกิดจากการบริการทรัพยากรทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นธุรกิจจึงจะต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่จะมีการกำหนดความได้เปรียบในการแข่งขันในด้านของความเป็นผู้นำต้นทุน การสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการของธุรกิจรวมถึงการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ให้สอดคล้องกับโอกาสและอุปสรรคของสิ่งแวดล้อมภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ปัจจัยฐานทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ในห่วงโซ่ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจได้และยังมีความแตกต่างที่เด่นชัดจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกันอีกทั้งยังป้องกันอุปสรรคในเรื่องของสินค้าทดแทนได้เป็นอย่างดี

ประกอบกับจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า (Nguyen, 2008) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของงบการเงินและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมถึงธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) ในประเทศอังกฤษที่ผลการวิจัยอธิบายว่า ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญต่อธุรกิจทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือรวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจเกิดใหม่ทุกประเภทเนื่องจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยีนั้นสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจในด้านการเงินด้านลูกค้า รวมถึงการใช้ IT ในด้านของการเรียนรู้ของบุคลากรในองค์กรและการสื่อสารไปยังลูกค้าของธุรกิจยังเป็นการสร้างความเปรียบในเชิงการแข่งขัน อีกด้วย และจากการทบทวนวรรณกรรมยังพบว่า (Tajeddini, Elg and Ghauri, 2015) อธิบายถึงการเพิ่มมูลค่าให้กับผลประกอบการขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เกิดใหม่โดยการใช้ความร่วมมือระหว่างองค์กร ที่อธิบายว่าการสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กร (Organization Collaboration) โดยเฉพาะความร่วมมือทางด้านความรู้ที่ธุรกิจหรือองค์กรนั้นๆ ขาดแคลนรวมถึงจะมีการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวบนพื้นฐานของความเชื่อมั่นระหว่างกันและอยู่บนบรรทัดฐานเดียวกันในการทำธุรกิจจะสามารถลดข้อจำกัดในเรื่องของทรัพยากรภายในแต่ละองค์กรเช่นการตลาด เงินทุน ทรัพยากรมนุษย์ และส่งผลในทางบวกต่อประสิทธิภาพของผลประกอบการของธุรกิจ รวมถึงการพัฒนาองค์กรได้ในระยะยาวดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันโดยอาศัยความร่วมมือระหว่างองค์กร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการขายและการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างองค์กรเพื่อให้ธุรกิจทั้งระบบเติบโตอย่างยั่งยืนทั้งในของประสิทธิภาพผลประกอบการด้านการเงินด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนาของบุคลากรในองค์กร



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

แนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่องประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) คือ การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) Creswell, (2009) ผู้วิจัยได้ศึกษาใน 3 ส่วนด้วยกันคือ ส่วนแรก ได้ศึกษากับผู้ประกอบการและผู้บริหารที่มีส่วนร่วมในการสร้างประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ส่วนที่สอง ศึกษาที่ศึกษากับผู้ประกอบการของธุรกิจ Startup ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) Fowler Jr, F. J. (2013) โดยใช้แบบสอบถาม และในส่วนที่สามซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Interview) Rabiee, F. (2004). โดยศึกษาถึงปัจจัยเหตุและประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการและโครงสร้างของตัวแปรที่ต้องการจะศึกษา จากนั้นผู้วิจัยได้

ทำการสร้างข้อคำถามตามนิยามเชิงปฏิบัติการ พัฒนาเครื่องมือวัดและประเด็นคำถามที่ได้ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสมกับการวิจัยและเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องตรงตามเนื้อหาโดยได้ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) อยู่ระหว่าง 0.70–1.00 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ที่ได้ มีค่า 0.78 ขึ้นไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) เพื่อทำให้ผู้วิจัยได้รับความรู้พื้นฐานในการวิจัยและนำมาใช้ในการพัฒนารอบแนวคิดการวิจัยจากฐานข้อมูลงานวิจัย บทความวิชาการ ทั้งในและต่างประเทศ จากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ (Interview Questionnaire) กับผู้ประกอบการของ Startup ในประเทศไทยหลังจากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม กับผู้ประกอบการของ Startup ในประเทศไทย แบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยจำนวน 8 ภาค ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ของโฟว์เลอร์ จูเนียร์ (Fowler Jr., 2013) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

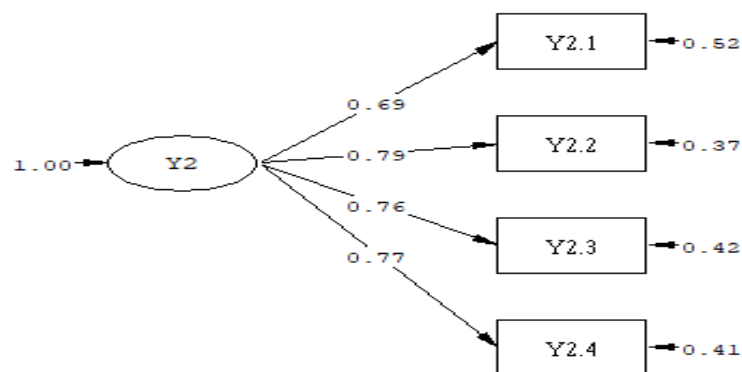
เมื่อมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเหตุของประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย ที่ผู้วิจัยทำการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยและกำหนดให้เป็นโมเดลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยโปรแกรม LISREL for Windows version 8.80 เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Assessment of Model Fit) โดยดัชนีที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ประกอบด้วยดัชนีค่า Chi-Square, X^2/df , CFI, GFI, AGFI, RMSEA และ SRMR

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อการตรวจสอบความเหมาะสมและถูกต้องของโมเดลสมการเชิง

โครงสร้างด้วยการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ และค่า R² เพื่อตรวจสอบความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ของตัวแปรประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ตัวแปรองค์ประกอบประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลตอบแทนด้านการเงิน (Y2.1) ผลตอบแทนด้านลูกค้า (Y2.2) ผลตอบแทนด้านกระบวนการภายใน (Y2.3) และผลตอบแทนด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Y2.4) ซึ่งผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดได้ค่า Chi-Square = 1.67, df = 2, p = 0.43371, RMSEA = 0.000, GFI = 1.00, AGFI = 0.99 แสดงให้เห็นว่าโมเดลการวัดผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ (Y1) มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่พบว่าตัวแปรมีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้ความเป็นผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ทั้งหมด 4 ตัวแปร ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ผลตอบแทนด้านลูกค้า (Y2.2) ผลตอบแทนด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Y2.4) ผลตอบแทนด้านกระบวนการภายใน (Y2.3) และผลตอบแทนด้านการเงิน (Y2.1) ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.79, 0.77, 0.76 และ 0.69 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ร้อยละ 63, 59, 58 และ 48 ตามลำดับ ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ในภาพที่ 1 และตารางที่ 2



Chi-Square=1.67, df=2, P-value=0.43371, RMSEA=0.000

ตาราง 1 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลประสิทธิภาพการวัดผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ความตรงของตัวแปรสังเกตได้ และสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบประสิทธิภาพการวัดผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่

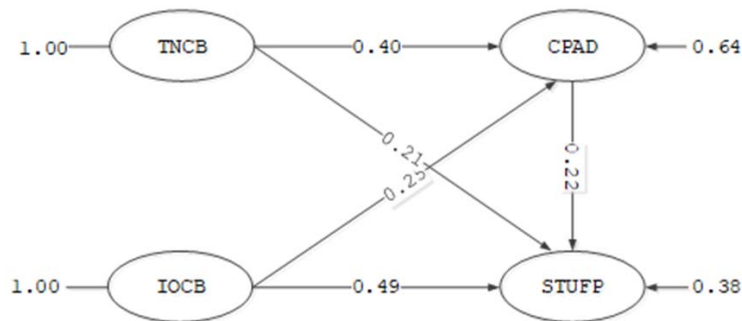
ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ				
	สัมประสิทธิ์	SE	t	คะแนนองค์ประกอบ	R ²
Y2.1	0.69	-	-	0.43	0.48
Y2.2	0.79	0.03	13.23**	0.73	0.63
Y2.3	0.76	0.03	12.84**	0.60	0.58
Y2.4	0.77	0.03	12.96**	0.63	0.59
Chi-Square = 1.67, df = 2, p = 0.43371, RMSEA = 0.000, GFI = 1.00, AGFI = 0.99					

หมายเหตุ : ** p < 0.01

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเหตุที่มีผลต่อประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย เพื่อทำการตอบคำถามการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย โดยผู้วิจัยนำเสนอผลของอิทธิพลทางตรง (Direct Effects: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects: IE) และอิทธิพลรวม (Total Effects: TE) ซึ่งจากการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรใน

โมเดลเชิงสาเหตุของประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย (อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม) ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า โมเดลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 1 และตารางที่ 2

ภาพที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลเชิงสาเหตุของประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย



Chi-Square = 3.21, df = 3, P-value = 0.35019, RMSEA = 0.013

ตาราง 2 แสดงการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลเชิงสาเหตุของความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย (Standardize Score)

ปัจจัยผล	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE
CPAD	0.34**	-	0.34**	0.22*	-	0.22*	-	-	-
	(0.04)	-	(0.04)	(0.05)	-	(0.05)	-	-	-
STUFP	0.25**	0.07**	0.17*	0.47**	0.05**	0.42**	0.22**	-	0.22**
	(0.04)	(0.02)	(0.04)	(0.04)	(0.01)	(0.04)	(0.04)	-	(0.04)
ค่าสถิติ									
ไคร์-สแควร์ = 3.21, df = 3, P = 0.35975, GFI = 1.00, AGFI = 0.99, RMR = 0.004, RMSEA = 0.013									
สมการโครงสร้างของตัวแปร			CPAD	STUFP					
R Square			0.36	0.62					
เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง									
ตัวแปรแฝง	CPAD	STUFP	TNCB	IOCB					
CPAD	1.00								
STUFP	0.59	1.00							
TNCB	0.57	0.65	1.00						
IOCB	0.52	0.74	0.66	1.00					
ปัจจัยเหตุ	TNCB			IOCB			CPAD		

หมายเหตุ : * p < 0.05 ** p < 0.01

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลต่อตัวแปรความได้เปรียบในการแข่งขัน (CPAD) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (TNCB) และความร่วมมือระหว่างองค์กร (IOCB) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.34 และ 0.22 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งนอกจากอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (CPAD) ยังมีตัวแปรอื่นๆ ที่ได้รับอิทธิพลทางตรง คือ ตัวแปรประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ (STUFP) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (TNCB) และความร่วมมือระหว่างองค์กร (IOCB) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.17 และ 0.42 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 และยังได้รับอิทธิพลทางตรงจากความได้เปรียบในการแข่งขัน (CPAD) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.22 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (TNCB) และความร่วมมือระหว่างองค์กร

(IOCB) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.07 และ 0.05 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (TNCB) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (CPAD) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.34 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
2. ความร่วมมือระหว่างองค์กร (IOCB) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (CPAD) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.22 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
3. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (TNCB) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ (STUFP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.17 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ความร่วมมือระหว่างองค์กร (IOCB) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ (STUFP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.42

ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5. ความได้เปรียบในการแข่งขัน (CPAD) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ (STUFP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.22 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (TNCB) และความร่วมมือระหว่างองค์กร (IOCB) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ (STUFP) ผ่านความได้เปรียบในการแข่งขัน (CPAD) โดยมีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.07 และ 0.05 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุป และข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์การตรวจสอบความตรงของโมเดลประสิทธิภาพการวัดผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่(ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ความตรงของตัวแปรสังเกตได้ และสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ พบว่าตัวแปรที่มีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้ประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่มีทั้งหมด 4 ตัวแปร ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ผลตอบแทนด้านลูกค้า (Y2.2) ผลตอบแทนด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Y2.4) ผลตอบแทนด้านการภายใน (Y2.3) และผลตอบแทนด้านการเงิน (Y2.1) ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.79, 0.77, 0.76 และ 0.69 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ร้อยละ 63, 59, 58 และ 48 ตามลำดับ ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ประสิทธิภาพการวัดผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ที่เกิดจากความได้เปรียบในการแข่งขันด้านความเป็นผู้นำด้านต้นทุนสามารถเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจได้ ประกอบกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้านความแตกต่างของธุรกิจนั้นสามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจซึ่งนำมาสู่การเพิ่มสภาพคล่องของกระแสเงินเข้า-ออก ของธุรกิจได้ และสอดคล้องกับ (Franco-Santos et al., 2007) ที่อธิบายว่าผลประกอบการของธุรกิจเริ่มมีการวัดผลในเชิงโครงสร้างอย่างชัดเจนโดย

Construct (Kaplan and Norton, 1996; Morgan and Strong, 2003; Simpson et al., 2012) โดยวัดผลประกอบการในมิติของการเงินและการดำเนินงานรวมถึงประสิทธิภาพขององค์กรในกระบวนการดำเนินงานภายใน กิจกรรมการดำเนินงานธุรกิจรวมไปถึงการเรียนรู้และการเติบโตของบุคลากรในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร โดยพิจารณาความมีส่วนได้ส่วนเสียจากผลกำไร มูลค่าทางตลาด อัตราการเติบโต ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้า เช่นกัน และยังพิจารณาจากปัจจัยภายนอกเช่นความเป็นอยู่ของสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น (Santos and Brito, 2012) ในขณะที่การยอมรับมิติในการวัดผลประกอบการของธุรกิจยังมีการถกเถียงกันอย่างกว้างขวาง ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้การวัดประสิทธิภาพผลประกอบการในเชิงเดียวคือเน้นผลประกอบการในด้านของการเงินเพียงอย่างเดียว ซึ่งแท้จริงแล้วผลประกอบการของธุรกิจควรจะมีการวัดผลโดยพิจารณาจากมุมมองภายนอกและภายในองค์กร (Carton and Hofer, 2006; Combs et al., 2005; Richard et al., 2009), especially in relation to SMEs (Jarvis et al., 2000; Wood, 2006)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเหตุที่มีผลต่อประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ Startup ในประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรประสิทธิภาพผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ (STUFP) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (TNCB) และความร่วมมือระหว่างองค์กร (IOCB) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.17 และ 0.42 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 และยังได้รับอิทธิพลทางตรงจากความได้เปรียบในการแข่งขัน (CPAD) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.22 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (TNCB) และความร่วมมือระหว่างองค์กร (IOCB) มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.07 และ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ซึ่งสอดคล้องกับ (Zaridis, 2009) ที่กล่าวว่าความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หรือแม้แต่กระทั่งธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) เพราะความได้เปรียบเชิงการแข่งขันนั้นจะเป็นนำมา

ซึ่งความยั่งยืนและการอยู่รอดของธุรกิจอันเกิดจากการบริการทรัพยากรทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นธุรกิจจึงจะต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่จะมีการกำหนดความได้เปรียบในการแข่งขันในด้านของความเป็นผู้นำต้นทุน การสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการของธุรกิจรวมถึงการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ให้สอดคล้องกับโอกาสและอุปสรรคของสิ่งแวดล้อมภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ปัจจัยฐานทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ในห่วงโซ่ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจได้และยังมีความแตกต่างที่เด่นชัดจากคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกันอีกทั้งยังป้องกันอุปสรรคในเรื่องของสินค้าทดแทนได้เป็นอย่างดีและสอดคล้องกับ (Nguyen, 2008) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของการบูรณาการและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมถึงธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) ในประเทศอังกฤษ ที่ได้อธิบายว่า ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญต่อธุรกิจทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือรวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจเกิดใหม่ทุกประเภท

เนื่องจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยีนั้นสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานซึ่งส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันในด้านของความเป็นผู้นำด้านต้นทุนและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ (Tajeddini, Elg and Ghauri, 2015) อธิบายถึงการเพิ่มมูลค่าให้กับผลประกอบการขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เกิดใหม่โดยการใช้ความร่วมมือระหว่างองค์กรด้านการตลาด ที่อธิบายว่าในมุมมองของธุรกิจเกิดใหม่ระหว่างประเทศนั้นสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันให้กับธุรกิจผ่านการสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กร (Organization Collaboration) โดยแนวคิดการสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรนั้นเป็นการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก โดยเฉพาะความร่วมมือทางด้านความรู้ที่ธุรกิจหรือองค์กรนั้นๆ ขาดแคลน (Un, Cervo-Cazurra, and Asakawa, 2010) และยังพบอีกว่าธุรกิจเกิดใหม่ที่ทำธุรกิจระหว่างประเทศนั้นจะสามารถได้แนวคิดในการพัฒนาธุรกิจที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างองค์กรในท้องถิ่นนั้นๆ รวมถึงจะมีการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวบนพื้นฐานของ ความเชื่อมั่นระหว่างกันและอยู่บนบรรทัดฐานเดียวกันในการทำธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

- Baard, V.C. and Van den Berg, A. (2004). Interactive Information Consulting System for South African Small Businesses – Part 1, *South African Journal of Information Management*, 6, 2
- Bahiti, R. (2008). ICT in small and medium enterprises Case of Albania. *Epoka University Center for European Studies*, 1, 184-207.
- Beal, R. M., and Lockamy III, A. (2000). Quality differentiation for competitive advantage: a contingency approach. *European Journal of Innovation Management*, 22, 71-81.
- Creswell, J. W. (2009). Mapping the field of mixed methods research.
- Cook J. (2011). The No. 1 reason startups fail: Premature scaling. Accessed January 13, 2017
- Carton, R. B., and Hofer, C. W. (2006). Measuring organizational performance: Metrics for entrepreneurship and strategic management research. Edward Elgar Publishing.
- Crowne M. (2002). Why Software Product Startups Fail and What to Do about it: Evolution of Software Product Development in Startup Companies. In: *IEEE International Engineering Management Conference*, 1, 338-343.
- Combs, J. G., Russell Crook, T., and Shook, C. L. (2005). The dimensionality of organizational performance and its implications for strategic management research. In *Research methodology in strategy and management* pp. 259-286. Emerald Group Publishing Limited.
- Furr N., (2011). : #1 Cause of Startup Death? Premature Scaling. Accessed December 28, 2016.
- Forsgren, M. 2002. The concept of learning in the Uppsala internationalization process model: A critical review. *International Business Review*, 113, 257–277.
- Fowler Jr, F. J. (2013). *Survey research methods*. Sage publications.
- Franco-Santos, M., Kennerley, M., Micheli, P., Martinez, V., Mason, S., Marr, B., and Neely, A. (2007). Towards a definition of a business performance measurement system. *International Journal of Operations and Production Management*, 278, 784-801.
- Giardino C., et. al., (2015). Key Challenges in Early-Stage Software Startups. Lassenius et al. Eds., *LNBIP* 212, 52-63.
- Gibcus, P., and Kemp, R. (2003). Strategy and small firm performance, scientific analysis of entrepreneurship and SMEs.
- Jarvis, R., Curran, J., Kitching, J., and Lightfoot, G. (2000). The use of quantitative and Qualitative criteria in the measurement of performance in small firms. *Journal of Small business and enterprise development*, 72, 123-134.
- Kaplan, R. S., and Norton, D. P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system.
- Meijaard, J., and Folkeringa, M. (2007). The relationship between knowledge management, innovation and firm performance: evidence from Dutch SMEs. *Scientific analysis of entrepreneurship and SMEs*, 1-26
- Molapo, D. (2007). Financing for growth.
- Morgan, R. E., and Strong, C. A. (2003). Business performance and dimensions of strategic orientation. *Journal of Business research*, 563, 163-176.

- Nguyen, T.H. (2008). Information technology adoption in SMEs: an integrated framework, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 15, 2, 162-186
- Peacock, R.W. (2004). *Understanding small business: practice, theory and research*. 2nd Ed. Adelaide: Scarman Publishing.
- Patel N. (2015). *How to Avoid the Premature Scaling Death Trap*. Accessed January 13, 2017.
- Richard, C. M., Tang, E. P., and Lau, A. K. (2009). Innovation strategy and performance during economic transition: Evidences in Beijing, China. *Research Policy*, 38(5), 802-812.
- Ren, S., Eisingerich, A. B., and Tsai, H. T. (2015). How do marketing, research and development capabilities, and degree of internationalization synergistically affect the innovation performance of small and medium-sized enterprises SMEs? A panel data study of Chinese SMEs. *International Business Review*, 24(4), 642-651.
- Rabiee, F. (2004). Focus-group interview and data analysis. *Proceedings of the nutrition society*, 63(4), 655-660.
- Statistic Brain. (2016). *Startup Business Failure Rate by Industry*. Entrepreneur Weekly, Small Business Development Center, Bradley University, University of Tennessee Research.
- Srivastava, R., Fahey, L. and Christensen, K. (2001). "The resource-based view and marketing:the role of market-based assets in gaining competitive advantage", *Journal of Management*, 27, 6, 777-802.
- Santos, J. B., and Brito, L. A. L. (2012). Toward a subjective measurement model for firm performance. *BAR-Brazilian Administration Review*, 9(SPE), 95-117.
- Simpson, M., Padmore, J., and Newman, N. (2012). Towards a new model of success and performance in SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 18(3), 264-285.
- Tajeddini, K., Elg, U., & Ghauri, P. N. (2015). Enhancing organizational performance of international SMEs through inter-firm marketing collaborations. In *International Marketing in the Fast Changing World* (pp. 109-133). Emerald Group Publishing Limited.
- UN, C. A., Cuervo Cazurra, A., and Asakawa, K. (2010). RandD collaborations and product innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 27(5), 673-689.
- Wood, G., and Ramsay, J. (2006). Drivers of environmental behavior in manufacturing SMEs and the implications for CSR. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 317-330.
- Zaridis, A. D. (2009), August. Competitive advantage and its sources in an evolving market. In *AIP Conference Proceedings*, 1148, 1, 917-921. AIP