# โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย

# The Causal Relationship Model between Business Innovation Orientation, Entrepreneurial Capacity, Entrepreneurial Opportunity and Performance of Startup Firms in Thailand

ชัชวาล ภานุศุภนิรันดร์[1]
Chatchavan Panusupanirun[1]
ศิริกานดา แหยมคง[2*]
Sirikarnda Yaemkong [2*]

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย จำนวน 300 คน ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยตัวแปรแฝงภายนอก จำนวน 1 ตัวแปร คือ การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ ตัวแปรแฝงภายใน จำนวน 3 ตัวแปร คือ ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงาน โดยวัดจากตัวแปรสังเกตได้ 15 ตัว แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือมีค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงตั้งแต่ 0.912 ถึง 0.947 และมีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรแฝงที่สกัดได้อยู่ระหว่าง 0.776 ถึง 0.845 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM)

ผลการวิจัย พบว่า ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงต่อโอกาสในการประกอบการ มากที่สุด รองลงมา พบว่า การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลยังพบว่า โมเดลการวิเคราะห์ความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีความเหมาะสมพอดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ดังนั้น ผู้ประกอบการกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทยควรพัฒนาความสามารถการเป็นผู้ประกอบการโดยการให้ความสำคัญกับการแสวงหาทรัพยากรนวัตกรรมใหม่เพื่อนำมาพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ความสามารถทางนวัตกรรมการจัดการ การตลาด การเงินและบัญชีอยู่เสมอ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงาน

[1] อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
Lecturer, Modern Business Management Program, Faculty of Management Science, Uttaradit Rajabhat University
[2] อาจารย์ ดร., ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์
Lecturer Dr., Modern Business Management Program, Faculty of Management Science, Uttaradit Rajabhat University
* Corresponding Author, email: sirikarnda.yea@uru.ac.th

Received: 1 March 2024/ Revised: 24 April 2024/ Accepted: 30 April 2024

ที่สูงขึ้น ทั้งนี้ ตัวแปรในโมเดลสมการโครงสร้าง สามารถอธิบายผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพได้ร้อยละ 86.70, 82.10 และ 89.10

**คำสำคัญ**: การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ, กิจการสตาร์ทอัพ, ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ, ผลการดำเนินงาน, โอกาสในการประกอบการ

**Abstract**

This research aims to investigate the causal relationship model between business innovation orientation, entrepreneurial capacity, entrepreneurial opportunity and performance of entrepreneurs of Startup Firms, by using a questionnaire as an instrument for collecting data from 300 entrepreneurs of Startup Firms in Thailand; The variables consisted of one exogenous latent variable Business Innovation Orientation; and three endogenous latent variables: Entrepreneurial Capacity, Entrepreneurial Opportunity, Performance. These latent variables were measured by 15 observed variables. All the composite reliability values of questionaire ranged from 0.912 to 0.947 and all the average variance extracted values ranged from 0.776 to 0.845. Data was analyzed by SEM.

The results show that the highest-level factor influencing the entrepreneurial capacity directly influenced entrepreneurial opportunity. In addition, subordinate highest-level factor influencing the business innovation orientation directly influenced entrepreneurial capacity. Moreover, the results found that the measurement model was in congruence with the empirical data. This model exhibits goodness of fit. Therefore, entrepreneurs of startup firms in Thailand should develop their entrepreneurial capacities by giving importance to acquiring new innovation resources to the developing product innovation, management innovation, marketing innovation, finance and accounting innovation capability to create a competitive advantage and higher performance. However, the variables in the structural equation model can explain the performance of entrepreneurs of Startup Firms by coefficient of determination (percentage = 86.70, 82.10, and 89.10).

**Keywords**: Business Innovation Orientation, Startup Firms, Entrepreneurial Capacity, Performance, Entrepreneurial Opportunity

**บทนำ**

กระแสการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคย้อนหลัง 3-5 ปีที่ผ่านมา มีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่พัฒนามาจากนวัตกรรมและเทคโนโลยีมากขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการตอบสนองความต้องการและสร้างความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะในช่วงระหว่างและหลังที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคมีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนวัตกรรมมากขึ้นและมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคต เนื่องจากในบริบทของสถานการณ์ที่มี

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว และค่านิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เป็นนวัตกรรมและเทคโนโลยี ทำให้เกิดการยกระดับการใช้ชีวิตของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้นมากกว่าเดิม ประกอบกับในปัจจุบันผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปจากเดิม จากเมื่อก่อนมีการซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านของร้านค้าเป็นหลัก แต่ปัจจุบันผู้บริโภคมีการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการโดยพิจารณาถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการ พิจารณาความหลากหลาย ราคา และคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น และมีความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการนวัตกรรมมากขึ้น (Jungang, 2023 : 25-33)

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความสนใจและต้องการผลิตภัณฑ์หรือบริการนวัตกรรม ทำให้เป็นความท้าทายของผู้ประกอบการในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ที่จะต้องมีการมุ่งใช้นวัตกรรมและการตลาดดิจิทัลมาเป็นตัวนำในการประกอบธุรกิจ และผู้ประกอบการที่จะอยู่รอดได้จะต้องเป็นผู้ที่มีการปรับตัวให้เป็นผู้นำในตลาดการแข่งขันในด้านการใช้นวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจเป็นหลัก และการที่ผู้ประกอบการจะมีการเติบโตอย่างก้าวกระโดดได้นั้น จำเป็นต้องมีการผสานพลังของนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ตอบสนองผู้บริโภคให้ตรงความต้องการและความคาดหวังสูงสุดด้วย ประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลดูแนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้า คู่แข่งและมีการประมวลผลข้อมูลให้ได้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคว่าผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์และบริการแบบใด และนำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มาใช้กำหนดเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน นอกจากนั้น การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้เห็นว่าธุรกิจที่มีการให้บริการผ่านออนไลน์ในรูปแบบใหม่มีจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่การเติบโตของธุรกิจออนไลน์ในตลาดอีคอมเมิร์ช (e-Commerce) ที่มีการขายผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่ใช่นวัตกรรมและเทคโนโลยียังให้ภาพสะท้อนการเติบโตอย่างยั่งยืนทางเศรษฐกิจของประเทศไม่ได้ทั้งหมด และหากมีความผันผวนทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงภาวะเงินเฟ้อ ดอกเบี้ย และเสถียรภาพทางการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้องธุรกิจเหล่านี้ในตลาด e-Commerce จะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องได้หรือไม่ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน และโอกาสทางธุรกิจด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการนวัตกรรม มีการปรับกระบวนการใหม่ ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิตมากขึ้น แต่การพัฒนาความสามารถนวัตกรรมธุรกิจผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือผู้ประกอบการที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นในการทำธุรกิจ จะมีข้อเสียเปรียบทางการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ เนื่องจากผู้ประกอบการขนาดเล็ก หรือที่เรียกว่าผู้ประกอบการสตาร์ทอัพมักจะมีแนวความคิดการทำธุรกิจสมัยใหม่ ที่เน้นสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีซึ่งเป็นตัวผลักดันทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ดีและสร้างการเติบโตแบบก้าวกระโดดได้ แต่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ ขาดแหล่งเงินทุนในการดำเนินธุรกิจทำให้การเติบโตของธุรกิจเป็นไปได้ช้าเมื่อเปรียบกับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีแหล่งเงินทุนและทรัพยากรต่าง ๆ ที่มากกว่า (Rattanasombat, 2023)

ในปัจจุบันประเทศไทยได้มีการสนับสนุนผู้ประกอบการสตาร์ทอัพให้ทำธุรกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ในการเป็นผู้ประกอบการที่มีการเติบโตสูง และมีการเติบโตที่ก้าวกระโดด โดยได้มีหน่วยงานของรัฐ คือ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สนับสนุนให้มีการจัดตั้งกองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม(Technology and Innovation Based Enterprise Development Fund หรือ TED Fund) เพื่อเป็นหน่วยงานสนับสนุนและส่งเสริมการให้เงินทุนและองค์ความรู้ และทรัพยากรที่จำเป็นกับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในการทำธุรกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีให้สามารถนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการได้จริงในเชิงพาณิชย์ มีการให้องค์ความรู้ในการทำการตลาดและการจัดทำแผนธุรกิจ โดยมุ่งสนับสนุนเงินทุนช่วงเริ่มต้นในการประกอบธุรกิจเพื่อลด

ความเสี่ยงในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ซึ่งการสนับสนุนของหน่วยงานรัฐดังกล่าวมีความเชื่อว่า การที่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ มีทรัพยากรที่นำมาใช้ในการทำธุรกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีมากขึ้น และการได้รับปัจจัยเกื้อหนุนของหน่วยงานรัฐ เช่น เงินทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการนวัตกรรม บุคลากรวิจัย โครงสร้างพื้นฐาน การสนับสนุนแหล่งเงินทุนทางการเงิน การสนับสนุนทางการตลาด การบริหารจัดการองค์กร จะสามารถทำให้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพมีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการและมีโอกาสในการประกอบการมากขึ้น รวมถึงเป็นตัวเร่งสำคัญในการเพิ่มปริมาณการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้สูงขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุนและก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจที่มีความก้าวหน้าและยั่งยืนให้กับประเทศได้ (Technology and Innovation Based Enterprise Development Fund, 2023)

จากการที่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ อาทิเช่น เงินทุนและองค์ความรู้ในการทำธุรกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมถึงการได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมทางการตลาด การบริหารองค์กรอย่างมืออาชีพ เพื่อเร่งการเติบโตและเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจให้สูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพสามารถดำเนินธุรกิจอยู่รอดได้จนถึงปัจจุบัน แต่อัตราการเติบโตแบบก้าวกระโดดของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในประเทศไทยมีบางส่วนที่มีการเติบโตสูง และมีบางส่วนที่การเติบโตยังช้าอยู่ และแม้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพอีกจำนวนหนึ่งจะมีอุปสรรคในการดำเนินงาน แต่การเติบโตของสตาร์ทอัพไทยก็ไม่ได้นิ่งเฉย ยังคงมีหนทางสู่การพัฒนาเพื่อสร้างระบบนิเวศที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งการเติบโตของกิจการสตาร์ทอัพที่ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ เกิดจากยังมีการศึกษาเกี่ยวกับการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจในบริบทของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทยปัจจุบันยังมีน้อยมาก ทำให้หน่วยงานสนับสนุนกิจการสตาร์ทอัพรวมถึงผู้ประกอบการสตาร์ทอัพมีข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการมุ่งเป้าความสำเร็จและให้การสนับสนุนกิจการสตาร์ทอัพ มีไม่เพียงพอซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การเติบโตของกิจการสตาร์ทอัพเติบโตได้ไม่เต็มที่ตามที่คาดหวังไว้ได้ (National Innovation Agency (Public Organization), 2023) การมีข้อมูลทางวิชาการเกี่ยวกับการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจที่ไม่เพียงพอ ทำให้การได้รับการสนับสนุนการทำธุรกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในประเทศไทย ยังเห็นภาพไม่ชัดเจนว่าการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจสามารถทำให้ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพดีขึ้นหรือไม่ ช่วยทำให้เกิดโอกาสในการประกอบการมีความสามารถทางการแข่งขัน รวมถึงมีความสามารถทางการตลาดและผลการดำเนินงานดีขึ้นได้หรือไม่ และการสนับสนุนต่าง ๆ ของหน่วยงานรัฐที่สนับสนุนให้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพมีการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจถือเป็นกลไกและปัจจัยสำคัญที่สามารถผลักดันส่งเสริมให้เกิดการเติบโตและผลักดันให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดีให้กับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพได้ในทิศทางและแนวทางที่ถูกต้องแล้วหรือไม่

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงตัวแปรที่ทำให้เกิดอิทธิพลที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย โดยผลที่ได้จากงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการกำหนดแผนการดำเนินธุรกิจโดยมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการนวัตกรรมเพื่อสร้างการเติบโตแบบก้าวกระโดดได้ และนำข้อมูลที่ได้ไปใช้วางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการนวัตกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและตลาดมากยิ่งขึ้น และนำไปวางแผนทางการตลาดให้ตรงตามเป้าหมายผู้บริโภคได้ นอกจากนี้หน่วยงานรัฐยังสามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบาย หรือยุทธศาสตร์ รวมถึงจัดสรรงบประมาณในการพัฒนากิจการ

สตาร์ทอัพให้เหมาะสมกับกิจกรรมการส่งเสริมการมุ่งเป้าความสำเร็จ และสร้างการเติบโตแบบก้าวกระโดดได้อย่างเหมาะสมได้

**วัตถุประสงค์**

เพื่อศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาสมมติฐานการวิจัย โดยได้นำทฤษฎีฐานทรัพยากร Resource-Based View (RBV) มาใช้อธิบายปรากฏการณ์ในงานวิจัยนี้ ซึ่งทฤษฎีระบุถึงการมีความพร้อมของทรัพยากรของธุรกิจเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่สูงขึ้น ซึ่ง Barney (1991) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรที่มีคุณค่าหมายถึง สินทรัพย์ (Assets) ความสามารถ (Capabilities) กระบวนการทำงานในองค์การ (Organization process)เอกลักษณ์หรือคุณสมบัติของธุรกิจ (Firm Attributes) ข้อมูลสารสนเทศ (Information) ความรู้ (Knowledge) ทรัพยากรเหล่านี้ทำให้กิจการมีความสามารถในการประกอบการ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

ในงานวิจัยนี้ การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจเป็นความสามารถที่เกิดการมีสินทรัพย์นวัตกรรม กระบวนการทำงานที่เน้นนวัตกรรมและความรู้ทางนวัตกรรมที่กิจการนำมาใช้ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สร้างความสามารถและโอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทยให้เพิ่มสูงขึ้น และจากการทบทวนวรรณกรรมในการกำหนดสมมติฐานที่ 1 ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยของ (Farooq, Vij & Kaur, 2021 : 1-19 ; Chhabra et al., 2023 : 1-10 ; Mohedano-Suanes et al., 2021 : 741-757 ; Ayinaddis, 2023 : 1-15 ; Rachmawati & Widowati, 2021 : 122-129) ในการกำหนดสมมติฐานที่ 2 ได้ศึกษางานวิจัยของ (Soelaiman & Liediana, 2020 : 501-507 ; Nawir & Christiani, 2019 : 33-40 ; Li et al., 2022 : 1-19 ; Awolaja, 2020 : 42-52 ; Oyson, 2014 : 34-35) ในการกำหนดสมมติฐานที่ 3 ศึกษางานวิจัยของ (Stock, MCdermott & MCdermott, 2018 : 108-116 ; Musawa & Ahmad, 2019 : 1-7 ; Thoumrungroje & Racela, 2022 : 178 ; Kamau et al., 2023 : 29-47 ; Dankwah et al., 2024 : 1-16) ในการกำหนดสมมติฐานที่ 4 ศึกษางานวิจัยของ (Taleb et al., 2023 : 1-17 ; Afriany et al., 2021 : 1-5 ; Stanić, 2020 : 1-12 ; Gumel, 2018 : 20748-20759) ในการกำหนดสมมติฐานที่ 5 ศึกษางานวิจัยของ (Kastelli et al., 2023 : 11 ; Lv et al., 2015 : 1-19 ; Gao & Raju, 2023 : 61-66 ; Oyson, 2014 : 30-34 ; Rachmawati & Widowati, 2021 : 122-129) ในการกำหนดสมมติฐานที่ 6 ศึกษางานวิจัยของ (Khin & Lim, 2018 : 1-6 ; Li et al., 2022 : 1-19 ; Awolaja, 2020 : 42-52 ; Gumel, 2018 : 20748-20759 ; Nawir & Christiani, 2019 : 33-40 ; Fan & Su, 2021 : 1-10 ; Kuckertz et al., 2019 : 6 ; Zhang et al., 2023 : 1-21) กำหนดสมมติฐานทั้งหมดได้ ดังนี้

**H1 :** การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถการเป็นผู้ประกอบการของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย

**H2 :** การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อโอกาสในการประกอบการของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย

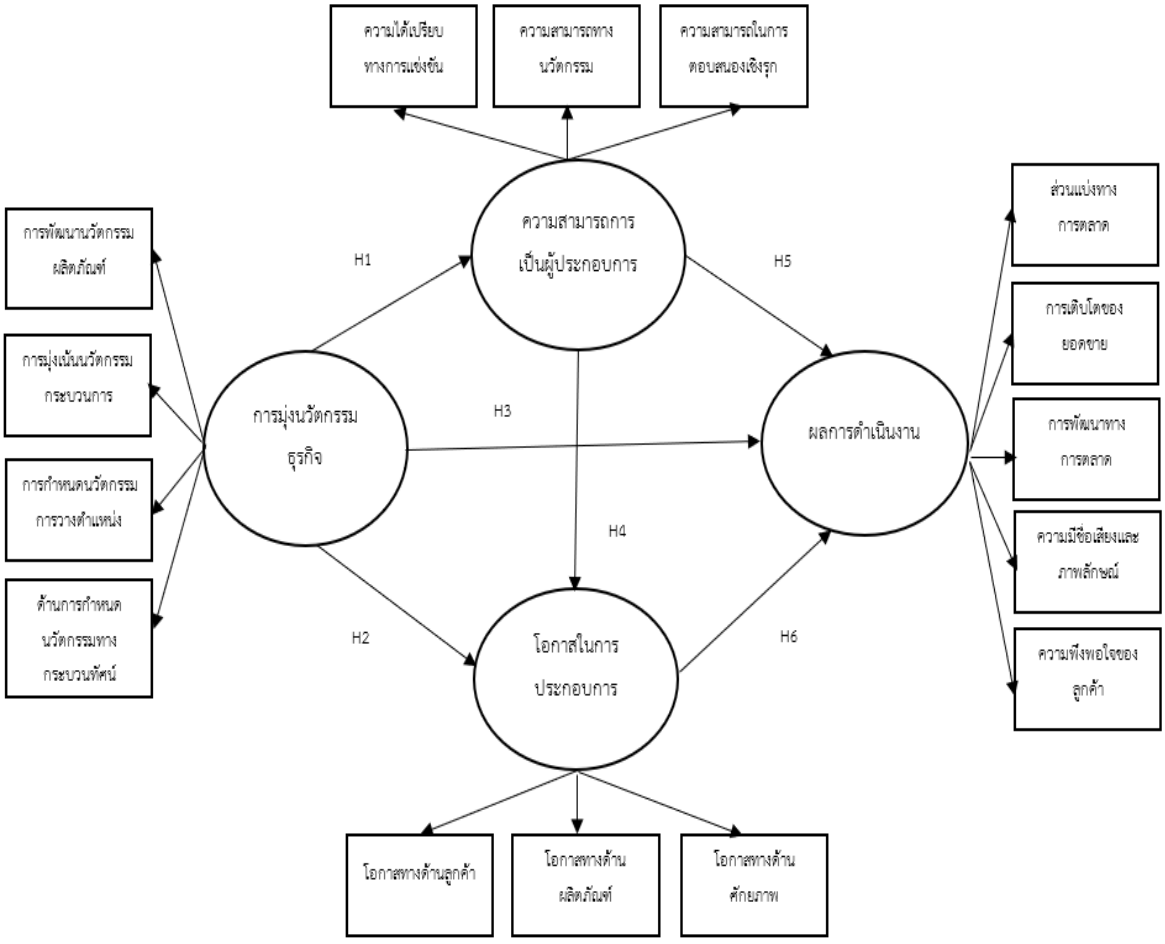
**H3 :** การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย

**H4 :** ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงต่อโอกาสในการประกอบการของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย

**H5 :** ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย

**H6 :** โอกาสในการประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และการพัฒนาสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยจึงสร้างกรอบแนวคิดในงานวิจัยตามภาพ 1




**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดการวิจัย
**ที่มา:** ผู้เขียน

**วิธีดำเนินการวิจัย**

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ประชากร คือ กิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย ที่เป็นผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากกองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรมในฐานะนิติบุคคล จำนวน 543 แห่ง เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมในการทำธุรกิจสูงและมีการทำธุรกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่มีการมุ่งเป้าการเติบโตแบบก้าวกระโดด (Technology and Innovation Based Enterprise Development Fund, 2023)

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ เป็นการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุในสมการโครงสร้าง เพื่อวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยได้ใช้หลักเกณฑ์ของ Hair et al., (2010) ในการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยได้แนะนำว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยควรมีขนาดตัวอย่าง 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตในงานวิจัยนั้นจึงจะเพียงพอต่อการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในสมการโครงสร้างได้อย่างน่าเชื่อถือ โดยในการวิจัยครั้งนี้ มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 15 ตัวแปร ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย 20 เท่า x 15 ตัวแปรสังเกตได้ ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ จึงมีจำนวนเท่ากับ 300 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้จำนวนแบบสอบถามตอบกลับในจำนวนที่มากขึ้นและเพียงพอตามเกณฑ์อัตราตอบกลับที่ยอมรับได้ผู้วิจัยจึงกำหนดส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 543 ตัวอย่าง ซึ่ง Aaker et al., (2001) ระบุว่าการเก็บแบบสอบถามควรมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ามีอัตราตอบกลับที่ยอมรับได้

การพัฒนาเครื่องมือ

งานวิจัยนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ Business Innovation Orientation (BIO) เป็นตัวแปรแฝงภายนอก มีคำถามจำนวน 8 ข้อ วัดจาก ตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (X1) จำนวน 2 ข้อคำถาม การมุ่งเน้นนวัตกรรมกระบวนการ (X2) จำนวน 2 ข้อคำถาม การกำหนดนวัตกรรมการวางตำแหน่ง (X3) จำนวน 2 ข้อคำถาม และการกำหนดนวัตกรรมทางกระบวนทัศน์ (X4) จำนวน 2 ข้อคำถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ Entrepreneurial Capacity (ENC) เป็นตัวแปรแฝงภายใน มีคำถามจำนวน 8 ข้อ วัดจาก ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Y1) จำนวน 3 ข้อคำถาม ความสามารถทางนวัตกรรม (Y2) จำนวน 2 ข้อคำถาม และความสามารถในการตอบสนองเชิงรุก (Y3) จำนวน 3 ข้อคำถาม

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการประกอบการ Entrepreneurial Opportunity (ENO) เป็นตัวแปรแฝงภายใน มีคำถามจำนวน 7 ข้อ วัดจาก โอกาสด้านศักยภาพ (Y4) จำนวน 3 ข้อคำถาม โอกาสด้านผลิตภัณฑ์ (Y5) จำนวน 2 ข้อคำถาม และโอกาสด้านลูกค้า (Y6) จำนวน 2 ข้อคำถาม

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน Performance (PER) จำนวน 5 ข้อคำถาม วัดจาก ส่วนแบ่งทางการตลาด (Y7) การเติบโตของยอดขาย (Y8) การพัฒนาทางการตลาด (Y9) ความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ (Y10) และความพึงพอใจของลูกค้า (Y11) โดยแบบสอบถามในตอนที่ 1-4 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ท (Likert Ratio Scales) เป็นมาตรวัดที่ใช้สำหรับให้ผู้แสดงระดับ

ความคิดเห็นในแบบสอบถามปลายปิดที่มีตัวเลือกให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบตามระดับความเห็นด้วยจากน้อยที่สุดจนถึงมากที่สุด 5 ระดับ

การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านกระบวนการวิจัยทางสังคมศาสตร์ จำนวน 1 ท่าน และ 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 2 ท่าน รวมผู้เชี่ยวชาญในการตรวจความถูกต้องของเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน ทำการพิจารณาความครอบคลุมของเนื้อหาและความสอดคล้องของเนื้อหากับประเด็นต่าง ๆ ว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ แล้วจึงนำแบบสอบถามไปคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (index of item objective congruence :IOC) ซึ่งค่าคะแนน IOC ที่คำนวณได้จะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จากการคำนวณได้ค่าคะแนน IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1 (Suriyawong et al., 2008 : 53-56) จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง โดยหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discrimination Power) ด้วยเทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงาน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.537-0.831 ซึ่งมีค่าเกินกว่า 0.40 (Nunnally, 1978) และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.822-0.898 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 (Nunnally & Bernstein, 1994)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างผ่าน Google Form โดยส่งไปยังอีเมล์ของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย ที่เป็นผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากกองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรมในฐานะนิติบุคคลโดยตรง จำนวน 300 แห่ง โดยมีการใช้คำถามกลั่นกรองกลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงด้วยคำถามว่า ท่านเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากกองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรมหรือไม่ และมีประสบการณ์ในการประกอบกิจการอย่างน้อย 1 ปี หรือไม่ หากตอบใช่ จึงจะสามารถตอบแบบสอบถามต่อไปได้ หากตอบไม่ใช่ ให้ยุติการตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ตั้งค่าให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบคำถามได้เพียง 1 ครั้งเพื่อป้องกันการให้ข้อมูลซ้ำ และผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจนได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบถ้วนตอบกลับมาทั้งสิ้น จำนวน 300 ชุด คิดเป็นอัตราผลตอบกลับ ร้อยละ 55.25 ซึ่งถือว่าเป็นอัตราการตอบกลับที่อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้กล่าวคืออัตราการตอบกลับของแบบสอบถามมากกว่าร้อยละ 20 (Aaker, Kumar & Day, 2001)

การตรวจสอบความตรงเชิงสอดคล้อง ความตรงเชิงจำแนก และความเชื่อถือได้ของมาตรวัดเรียงหมวด

หลังจากผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้วได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงสอดคล้องโดยพิจารณาจากค่า Factor Loading ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรโครงสร้างทั้ง 4 ตัวแปร มีค่าอยู่ระหว่าง 0.628-0.885 และ ค่า t-value ของค่า Factor Loading มีนัยสำคัญทางสถิติทุกตัวแปร สะท้อนถึงมีระดับความพอเพียงของความตรงในการวัดตามโครงสร้าง และพบว่า มีค่า Factor loading มากกว่า 0.40 ทุกตัวแปร สะท้อนถึงมาตรวัดมีความสอดคล้องภายในในแต่ละตัวแปรแยกจากกันชัดเจน (Chow & Chan, 2008 : 458-462) จากนั้นทำการวิเคราะห์ดัชนีความเชื่อถือได้ของมาตรวัดเรียงหมวด Composite Reliability (CR) โดยคำนวณหาค่า CR มีค่าอยู่ระหว่าง 0.912-0.947 ชี้ให้เห็นว่ามีความตรงเชิงสอดคล้องและมีความเชื่อถือได้ของมาตรวัดเนื่องจากค่าที่คำนวณได้เกินกว่า 0.70 (Fornell & Larcker,

1981, pp. 39-50; Hair et al., 2010) และผู้วิจัยได้คำนวณหาดัชนีค่า Average Variance Extracted (AVE) เพื่อพิจารณาความตรงเชิงสอดคล้อง ผลการวิเคราะห์ พบว่า ดัชนีค่า AVE มีค่าอยู่ระหว่าง 0.776-0.845 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 สะท้อนถึงมีความตรงเชิงสอดคล้องในระดับที่เพียงพอและสะท้อนถึงตัวแบบมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Barclay et al., 1995 : 285-309) จากนั้นผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนกของตัวแปรโครงสร้าง ซึ่งพิจารณาค่าสหสัมพันธ์ไขว้ระหว่างโครงสร้างเปรียบเทียบกับค่ารากที่สองของค่า AVE พบว่า ค่ารากที่สองของ AVE มีค่าอยู่ระหว่าง 0.881-0.919 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าสหสัมพันธ์ในแต่ละแถวที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0.567-0.836 แสดงถึงการมีความตรงเชิงจำแนกอย่างเพียงพอ (Fornell & Larcker, 1981 : 39-50)

การวิเคราะห์ และการแปรผล

เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง Structural equation model (SEM)

**ผลการวิจัย**

ผลการวิเคราะห์การวัดความเหมาะสมโดยรวม

จากการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ค่า $\chi^2$/df เท่ากับ 0.799 มีค่าน้อยกว่า 2 ค่า RMSEA เท่ากับ 0.000 มีค่าน้อยกว่า 0.05 ค่า GFI เท่ากับ 0.971, ค่า AGFI เท่ากับ 0.958, ค่า NFI เท่ากับ 0.991, ค่า NNFI เท่ากับ 1.003, ค่า IFI เท่ากับ 1.002 และค่า CFI เท่ากับ 1.000 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.95 และค่า CN เท่ากับ 513.374 มีค่ามากกว่า 200 สะท้อนถึงโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนั้น ค่า RFI เท่ากับ 0.988 มีค่าสูงกว่า 0.95 และค่า SRMR เท่ากับ 0.024 มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงถึงความกลมกลืนโมเดลตามทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Schumacker & Lomax, 2010)

เมื่อพิจารณาค่า $R^2$ ของความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงานมีค่าเท่ากับ 0.767 0.721 และ 0.711 สามารถอธิบายได้ว่าสมการโครงสร้างความแปรปรวนของตัวแปรแฝงภายในได้แก่ ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงานถูกอธิบายได้ด้วยความแปรปรวนของตัวแปรอิสระคือ การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ ได้ ร้อยละ 76.70 72.10 และ 71.10 แสดงให้เห็นว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ รายละเอียด ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

| ดัชนี | เกณฑ์พิจารณา | ค่าที่ได้ | การพิจารณา |
|---|---|---|---|
| $\chi^2$ | - | 67.134 | - |
| df | - | 84 | - |
| $\chi^2$/df | $\chi^2$/df<2 | 0.799 | ผ่านเกณฑ์ |
| RMSEA | RMSEA<0.05 | 0.000 | ผ่านเกณฑ์ |

**ตารางที่ 1** ค่าวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ต่อ)

| ดัชนี | เกณฑ์พิจารณา | ค่าที่ได้ | การพิจารณา |
|---|---|---|---|
| GFI | GFI>0.95 | 0.971 | ผ่านเกณฑ์ |
| AGFI | AGFI>0.95 | 0.958 | ผ่านเกณฑ์ |
| NFI | NFI>0.95 | 0.991 | ผ่านเกณฑ์ |
| NNFI | NNFI>0.95 | 1.003 | ผ่านเกณฑ์ |
| IFI | IFI>0.95 | 1.002 | ผ่านเกณฑ์ |
| CFI | CFI>0.95 | 1.000 | ผ่านเกณฑ์ |
| RFI | RFI>0.95 | 0.988 | ผ่านเกณฑ์ |
| SRMR | SRMR<0.05 | 0.024 | ผ่านเกณฑ์ |
| CN | CN>200 | 513.374 | ผ่านเกณฑ์ |
| สรุปผล | ค่าดัชนีผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงถึงโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ | | |

**ที่มา:** Schumacker & Lomax (2010)

ผลการทดสอบโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุตามสมมติฐาน

จากการทดสอบโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า

การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ (BIO) มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ (ENC) ($\beta$ = 0.567, t - value = 9.138, $p<0.05$) ดังนั้นจึง **ยอมรับสมมติฐานที่ 1** การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ (BIO) มีอิทธิพลทางตรงต่อโอกาสในการประกอบการ (ENO) ($\beta$ = 0.375, t-value = 6.472, $p<0.05$) ดังนั้นจึง **ยอมรับสมมติฐานที่ 2** การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ (BIO) มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน (PER) ($\beta$ = 0.239, t-value = 3.130, $p<0.05$) ดังนั้น จึง **ยอมรับสมมติฐานที่ 3** ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ (ENC) มีอิทธิพลทางตรงต่อโอกาสในการประกอบการ (ENO) ($\beta$ = 0.611, t-value = 9.771, $p<0.05$) ดังนั้นจึง **ยอมรับสมมติฐานที่ 4** ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ (ENC) มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน (PER) ($\beta$ = 0.242, t-value = 2.448, $p<0.05$) ดังนั้นจึง **ยอมรับสมมติฐานที่ 5** และโอกาสในการประกอบการ (ENO) มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน (PER) ($\beta$ = 0.464, t-value = 3.540, $p<0.05$) ดังนั้นจึง **ยอมรับสมมติฐานที่ 6** รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 2 ตารางที่ 3 และภาพที่ 2

**ตารางที่ 2** สัมประสิทธิ์เส้นทางและการทดสอบสมมติฐาน

| ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ | | Path Coefficient | T- value | Decision |
|---|---|---|---|---|
| H1 | การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ | 0.567* | 9.138 | ยอมรับสมมติฐาน |
| H2 | การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อโอกาสในการประกอบการ | 0.375* | 6.472 | ยอมรับสมมติฐาน |
| H3 | การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน | 0.239* | 3.130 | ยอมรับสมมติฐาน |
| H4 | ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อโอกาสในการประกอบการ | 0.611* | 9.771 | ยอมรับสมมติฐาน |
| H5 | ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน | 0.242* | 2.448 | ยอมรับสมมติฐาน |
| H6 | โอกาสในการประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน | 0.464* | 3.540 | ยอมรับสมมติฐาน |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

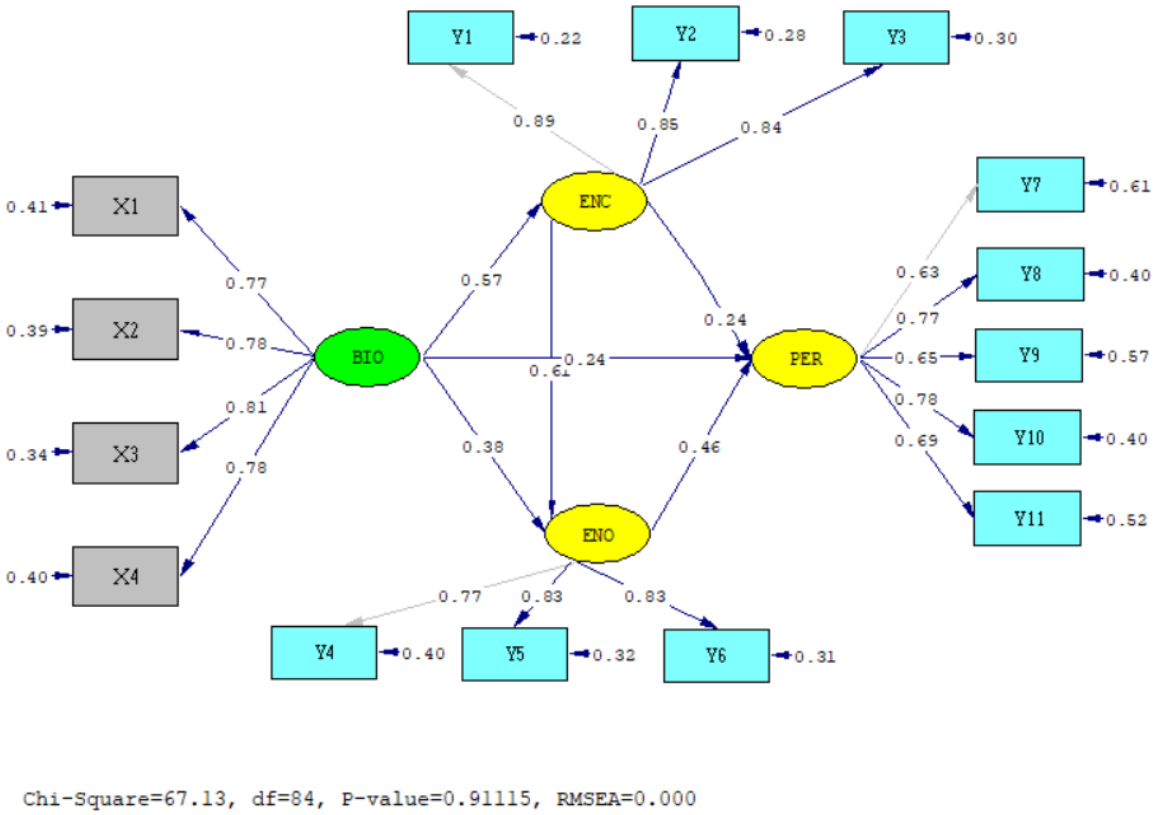
**ที่มา:** ผู้เขียน

**ตารางที่ 3** การวิเคราะห์อิทธิพลโดยรวม (TE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลทางตรง (DE) ของการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ (BIO) ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ (ENC) โอกาสในการประกอบการ (ENO) และผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพ (PER) ในประเทศไทย

| ตัวแปรผล | ENC | | | ENO | | | PER | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ตัวแปรเหตุ | TE | IE | DE | TE | IE | DE | TE | IE | DE |
| ENC | - | - | - | 0.611* (0.063) | - | 0.661* (0.063) | 0.526* (0.071) | 0.284* (0.083) | 0.242* (0.099) |
| ENO | | - | | - | - | - | 0.464* (0.131) | - | 0.464* (0.131) |
| BIO | 0.567* (0.062) | - | 0.567* (0.062) | 0.721* (0.067) | 0.346* (0.049) | 0.375* (0.058) | 0.711* (0.079) | 0.472* (0.074) | 0.239* (0.076) |
| $R^2$ | 0.767 | | | 0.721 | | | 0.711 | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ที่มา:** ผู้เขียน




**ภาพที่ 2** ค่า Standardized Estimates จากผลการวิเคราะห์เส้นทาง
**ที่มา:** ผู้เขียน

**สรุปและอภิปรายผล**

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย แสดงถึงการที่กิจการมีทรัพยากรนวัตกรรมสามารถทำให้กิจการมีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่มีคุณค่า ลอกเลียนแบบได้ยาก ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่ง โอกาสทางธุรกิจและผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Barney (1991) กล่าวว่า ทรัพยากรที่มีคุณค่า ได้แก่ สินทรัพย์ ความสามารถ กระบวนการทำงานในองค์การ เอกลักษณ์หรือคุณสมบัติของธุรกิจ ข้อมูลสารสนเทศ ความรู้ ทรัพยากรเหล่านี้ทำให้กิจการมีความสามารถในการประกอบการ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ เป็นผลมาจากการที่กิจการมีทรัพยากรที่เป็นความรู้ ความสามารถในการประกอบกิจการด้วยนวัตกรรมทำให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีให้ดีกว่าเดิมอยู่เสมอทำให้กิจการมีความสามารถการเป็นผู้ประกอบการที่มีการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการนวัตกรรมที่ส่งมอบคุณค่าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ

Chhabra et al. (2023) พบว่า การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจมีผลกระทบต่อความสามารถการเป็นผู้ประกอบการและการสร้างการเติบโตแบบก้าวกระโดดให้กับกิจการได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ayinaddis (2023) พบว่า การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางตรงกับการพัฒนากระบวนการภายในของกิจการและทำให้เกิดความสามารถในการใช้ทรัพยากรนวัตกรรมที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดและสามารถก้าวเข้าสู่การเป็นผู้นำในตลาดแข่งขันได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rachmawati & Widowati (2021) พบว่า การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจที่เน้นการพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านการวางตำแหน่ง และด้านการกำหนดนวัตกรรมทางกระบวนทัศน์มีความสัมพันธ์ทางตรงกับความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ

ผลการวิจัยบ่งชี้ว่าการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อโอกาสในการประกอบการเนื่องจากการที่กิจการมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการผลิตในรูปแบบใหม่ที่ดีกว่าเดิม มีการค้นคว้าและระดมความคิดเห็นเพื่อหาวิธีการทำงานที่ดีกว่าเดิมทำให้กิจการมีความสามารถในการวิเคราะห์หาโอกาสในการประกอบการและสามารถคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าในอนาคตได้อย่างแม่นยำมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Li et al. (2022) พบว่า ความสามารถในการดำเนินกิจการด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการทำงานด้วยนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ได้ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mohedano-Suanes et al. (2021) พบว่า การมุ่งเน้นนวัตกรรมธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการสร้างโอกาสในการประกอบการที่ช่วยให้การผลิต กระบวนการทำงานภายใน การทำการตลาดและการตอบสนองลูกค้าดีขึ้น และทำให้เกิดแนวความคิดในการดำเนินธุรกิจด้วยการพึ่งพาเทคโนโลยีและนวัตกรรมในกระบวนการต่าง ๆ มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Soelaiman & Liediana (2020) พบว่า การมุ่งเน้นนวัตกรรมธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมและทำให้เกิดโอกาสในประกอบการมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Awolaja (2020) พบว่า การมุ่งเน้นนวัตกรรมธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการเพิ่มโอกาสในการประกอบการ ทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้นและทำให้เกิดโอกาสในการขยายฐานลูกค้าใหม่ได้มากขึ้น

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน เนื่องจากการที่กิจการมีการปรับปรุงแผนป้องกันและวิธีการรับมือเพื่อเตรียมแก้ไขปัญหาในอนาคตอยู่เสมอ สามารถจัดหาทรัพยากรนวัตกรรมใหม่ ๆ สำหรับใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและจัดสรรทรัพยากรที่หามาได้ใหม่อย่างเพียงพอและเหมาะสมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จะช่วยให้การเติบโตของกิจการสูงขึ้น มีความสามารถในการทำกำไรดีขึ้น และผลการดำเนินงานทางการเงินและการตลาดดีขึ้นได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kamau et al. (2023) พบว่า การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจที่มีการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ปรับกระบวนการภายใน มีการกำหนดนวัตกรรมการวางตำแหน่ง และกำหนดนวัตกรรมทางกระบวนทัศน์อยู่เสมอ มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันกับการมีผลการดำเนินงานในด้านการเงิน ลูกค้า กระบวนการ และการตลาดดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dankwah et al. (2024) พบว่า การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานและทำให้มีการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้น มูลค่าการตลาดและมูลค่าของผลิตภัณฑ์สูงขึ้น รวมถึงส่งผลให้เกิดการเติบโตทางธุรกิจแบบก้าวกระโดดได้ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thoumrungroje & Racela (2022) พบว่า การทำธุรกิจด้วยนวัตกรรมทำให้เกิดการปรับกระบวนทัศน์ให้ยอมรับการเปลี่ยนแปลงในการใช้ผลิตภัณฑ์ได้ และให้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ตอบสนองต่อลูกค้าได้ดีขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Stock et al. (2018) พบว่า การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน และช่วยให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณค่าและ

มีความแตกต่าง รวมถึงให้ประโยชน์กับลูกค้าสูงสุดได้ทั้งในด้านคุณภาพ ค่าน่าเชื่อถือ และภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงต่อโอกาสในการประกอบการเป็นผลมาจากการที่กิจการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าน่าประทับใจและความตื่นเต้นให้กับลูกค้าได้เมื่อมีการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ สามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ให้กับลูกค้าได้ทันตามกระแสความนิยมจนทำให้ลูกค้ารู้สึกภาคภูมิใจและรู้สึกถึงการได้รับสิ่งใหม่เป็นคนแรกเสมอ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงความต้องการจะทำให้เกิดโอกาสในการขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นได้ และโอกาสในการขยายธุรกิจได้มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Stanić (2020) พบว่า ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับโอกาสในการประกอบการ โดยกิจการมีความสามารถในการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณค่า และสร้างคุณค่าในกิจการให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น และมีแนวโน้มการเติบโตทางธุรกิจสูงขึ้นในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Taleb et al. (2023) ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการมีผลกระทบต่อโอกาสในการประกอบการ และสร้างโอกาสในการประกอบการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เกิดจากการคาดการณ์ความต้องการได้อย่างแม่นยำและเหมาะสม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Afriany et al. (2021) พบว่า ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวผลักดันให้กิจการค้นพบโอกาสในการทำธุรกิจ ที่สามารถนำมาใช้ในการเร่งการเติบโตและสร้างประสิทธิภาพให้กิจการสูงขึ้น

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน เกิดจากการที่กิจการสามารถดึงความร่วมมือจากพันธมิตรทางการค้าใหม่ได้เพิ่มขึ้น มีขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการนวัตกรรมได้เพิ่มมากขึ้น สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีคุณค่าและคุณภาพสูงขึ้นได้ จะทำให้การทำตลาดง่ายขึ้นและการสร้างการรับรู้ให้ลูกค้าผ่านออนไลน์และออฟไลน์รับรู้ได้มากขึ้น สามารถขยายฐานลูกค้าใหม่ได้เพิ่มขึ้น ได้รับความไว้วางใจ ความชื่นชอบ และการยอมรับในผลิตภัณฑ์หรือบริการจากลูกค้ามากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Gao & Raju (2023) พบว่า ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานโดยจะทำให้เกิดการปรับปรุงกระบวนการทำงานและผลิตภัณฑ์ให้เกิดความแปลกใหม่และเกิดคุณค่าใหม่ต่อลูกค้าในตลาดได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chhabra et al. (2023) พบว่า ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถตอบสนองความต้องการเชิงรุกให้กับลูกค้าได้ และมีนวัตกรรมใหม่นำเสนอลูกค้าให้มีทางเลือกที่หลากหลายจะทำให้ผลการดำเนินงานของกิจการดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kastelli et al. (2023) พบว่า ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการช่วยให้กิจการมีการสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อสร้างความแตกต่างในตลาดแข่งขันและเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันสูงขึ้น รวมถึงส่งผลให้มีผลการดำเนินงานดีขึ้นได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Oyson (2014) พบว่า ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงาน

และผลการวิจัยชี้ว่าโอกาสในการประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน เกิดจากการที่กิจการสามารถวิเคราะห์โอกาสในการทำธุรกิจจะทำให้มีความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละกลุ่มได้ตรงตามความสนใจ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำให้ผลกำไรของกิจการเพิ่มขึ้น มีการขยายตลาดได้ดีขึ้น และได้รับความพึงพอใจจากลูกค้ามากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhang et al. (2023) พบว่า โอกาสในการประกอบการด้านศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์ และด้านลูกค้า มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันกับผลการดำเนินงานที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพทาง

การตลาด การเติบโตของยอดขาย และความจงรักภักดีของลูกค้าสูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Awolaja (2020) พบว่า ความสามารถในการวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการเติบโตของกิจการ ประสิทธิภาพการดำเนินงาน และผลการดำเนินงานที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Fan & Su (2021) พบว่า การมีความสามารถในการสร้างโอกาสในการประกอบการจะช่วยให้กิจการวิเคราะห์ธุรกิจและวางแผนธุรกิจได้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nawir & Christiani (2019) พบว่า การมีโอกาสในการประกอบการจะทำให้เกิดการปรับปรุงกระบวนการภายในของกิจการดีขึ้น และจะช่วยผลักดันให้เกิดผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นได้

**ข้อเสนอแนะ**

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ผลการวิจัย พบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทยที่พัฒนามาจากทฤษฎีฐานทรัพยากรมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และผลการวิจัยพบว่า การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางตรงกับความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผลที่ได้จากการวิจัยนี้สนับสนุนแนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากรที่ระบุถึงการมีทรัพยากรที่มีคุณค่าและหายากจะทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่สูงขึ้น ซึ่งงานวิจัยนี้ได้เติมเต็มข้อมูลทางวิชาการในบริบทของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทยที่นำทรัพยากรที่เป็นความสามารถ และความรู้ทางนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากการมีความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงานให้ดีขึ้น ซึ่งผลงานวิจัยที่ได้นี้จะช่วยให้กิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทยมีความมั่นใจในการพัฒนาและนำนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจเป็นหลักให้มากขึ้นเพื่อเร่งการเติบโตแบบก้าวกระโดด และหน่วยงานกำกับดูแลมีข้อมูลประกอบการจัดสรรงบประมาณในกิจกรรมที่จำเป็นสำหรับส่งเสริมกิจการสตาร์ทอัพ เช่น งบประมาณสำหรับนำไปใช้พัฒนานวัตกรรม และงบประมาณสำหรับสร้างความสามารถในการประกอบการ ได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น

1.2 ผลการวิจัย พบว่า ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางตรงกับโอกาสในการประกอบการ รองลงมาคือการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ มีความสัมพันธ์ทางตรงกับความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้น กิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรที่เป็นนวัตกรรมเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจให้มากขึ้นเพื่อสร้างความแตกต่างในคุณค่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ให้เกิดโอกาสที่สร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขัน โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีให้ดีกว่าเดิมอยู่เสมอ มีการเปลี่ยนแปลงวิธีการผลิตในรูปแบบใหม่ที่ดีกว่าเดิมอยู่เสมอ มีการค้นคว้าและระดมความคิดเห็นเพื่อหาวิธีการทำงานที่ดีกว่าเดิม มีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม มีการสร้างการรับรู้และความเข้าใจผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อลูกค้าในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไปจากเดิม มีกลยุทธ์ในการเปลี่ยนพฤติกรรมของลูกค้าให้ยอมรับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ท่านนำเสนอใหม่อย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการลูกค้าแบบใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปจากกรอบความคิดเดิมอยู่ตลอดเวลา และหน่วยงานกำกับดูแลควรมีการสนับสนุนงบประมาณเพื่อให้กิจการ

นำไปใช้พัฒนานวัตกรรมในการดำเนินธุรกิจและมีการส่งเสริมให้ความรู้ เช่น ความรู้การพัฒนานวัตกรรมใหม่ ความรู้นวัตกรรมทางการตลาด ความรู้นวัตกรรมการบริหารจัดการ ความรู้นวัตกรรมทางการเงินและบัญชี อย่างสม่ำเสมอ เพื่อส่งเสริมให้กิจการสตาร์ทอัพมีทักษะความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ และสร้างโอกาสในการเร่งการเติบโตแบบก้าวกระโดดมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิจัย พบว่า ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงานถูกอธิบายได้ด้วยความแปรปรวนของตัวแปรอิสระคือ การมุ่งนวัตกรรมธุรกิจ ได้ ร้อยละ 76.70 72.10 และ 71.10 ชี้ให้เห็นว่านอกจากทรัพยากรที่เป็นความรู้ ความสามารถในการดำเนินธุรกิจด้วยนวัตกรรม ยังมีปัจจัยอื่นที่สามารถทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลักดันให้เกิดผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทยได้ ดังนั้น การศึกษาหัวข้อในการทำวิจัยในอนาคตควรค้นหาปัจจัยอื่น ๆ ที่สามารถทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงาน เช่น ปัจจัยความสามารถทางเทคโนโลยีขั้นสูง เป็นต้น หรือใช้โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุในงานวิจัยนี้ไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เพื่อให้ทราบถึงความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลในบริบทของกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างธุรกิจเทคโนโลยีในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นต้น

## Reference


Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2001). *Marketing Research.* New York: John Wiley and Son.

Afriany, A. N., Ardiyanto, F., Sumantika, A. & Prakosa, A. (2021). An Entrepreneurial Capacity Highlight In Feather Duster SMEs, Karanglo Village, Klaten Selatan District. *Journal of Physics: Conference Series, 1823*(2021), 1-5.

Awolaja, A.M. (2020). Entrepreneurial Opportunity and Collaborative Research Efforts as Panaceas for Improving Academic Entrepreneurship Among Ekiti State University Staff. *Archives of Business Research, 8*(3), 42-52.

Ayinaddis, S. G. (2023). The effect of innovation orientation on firm performance: evidence from micro and small manufacturing firms in selected towns of Awi Zone, Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship, 12*(26), 1-19.

Barclay, D., Higgins, C. & Thompson, R. (1995). The partial least squares (PLS) approach to causal modeling:Personal computer adoption and use as an illustration. *Technology studies, 2*(2), 285-309.

Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management, 17*, 99-120.

Chhabra S., Callander, N., Watts, N.L., Costa, L.J., Thapa, B., Kaufman, J.L., Laubach, J., Sborov, D.W., Reeves, B., Rodriguez, C., Chari, A., Silbermann, R., Anderson, L.D. Jr, Bal, S., Dhakal, B., Nathwani, N., Shah, N., Medvedova, E., Bumma, N., Holstein, S.A., Costello, C., Jakubowiak, A., Wildes, T.M., Schmidt, T., Orlowski, R.Z., Shain, K.H., Cowan, A.J., Dholaria, B., Cornell, R.F., Jerkins, J.H., Pei, H., Cortoos, A., Patel, S., Lin, T.S., Usmani, S.Z., Richardson, P.G., & Voorhees, P.M. (2023). Stem Cell Mobilization Yields with

Daratumumab- and Lenalidomide-Containing Quadruplet Induction Therapy in Newly Diagnosed Multiple Myeloma: Findings from the Master and Griffin Trials. *Transplantation and Cellular Therapy, 29*(3), 1-10.

Chow, W.S. & Chan, L.S. (2008). Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing. *Information and Management, 45*(7), 458-462.

Dankwah, J.B., Nnindini, S.I. & Bukari, Z. (2024). Innovation orientation and firms' financial performance: The moderating role of new product development Innovation orientation and firms' financial performance: The moderating role of new product development. *Cogent Business & Management, 11*(1), 1-16.

Fan, J. & Su, J. (2021). Influence of Social Network Strength on Entrepreneurial Opportunity Recognition: A Chain Mediation Model of Need Knowledge and Technological Knowledge. *Discrete Dynamics in Nature and Society, 2021*, 1-10.

Farooq, R., Vij, S. & Kaur, J. (2021). Innovation orientation and its relationship with business performance: moderating role of firm size. *Measuring Business Excellence, 25*(3), 1-19.

Fornell, C. & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Market Research, 18*(1), 39-50.

Gao, H. & Raju, V. (2023). Entrepreneur Ability and Firm Growth: A Review Paper. *Journal of Reproducible Research, 1*(1), 61-66.

Gumel. B.I. (2018). Critical Factors Influencing Opportunity Recognition and Exploitation. *International Journal of Contemporary Research and Review, 9*(4), 20748-20759.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). New Jersey: Pearson Education Inc.

Jungang, W. (2023). The Effect of Product Innovation and Product Variations on Consumer Buying Interest. *Siber International Journal of Digital Business (SIJDB), 1*(1), 25-33.

Kamau, A. ., Nkaabu, C., & Cherono, V. . (2023). Innovation Orientation and Firm Performance: The Role of Organizational Commitment among Commercial Banks in Meru County, Kenya. *Human Resource and Leadership, 3*(1), 29–47.

Kastelli, L., Siokas, G. & Tsakanikas, A. (2023). Entrepreneurial Absorptive Capacity as Enabler of Knowledge Intensive Entrepreneurship: An Empirical Investigation. *Journal of the Knowledge Economy, 2023*, 1-32

Khin, S. & Lim, T.H. (2018). Entrepreneurial opportunity recognition, Exploitation and new venture success: Moderating role of prior market and Technology knowledge. *International Journal of Entrepreneurship, 22*(4), 1-6.

Kuckertz, A., Hinderer, S. & Röhm, P. (2019). Entrepreneurship and entrepreneurial opportunities in the food value chain. *Science of Food, 3*(1), 6.

Li, Z., Jiang, B., Bi, S., Feng, J. & Cui, Q. (2022). Impact of different types of entrepreneurial alertness on entrepreneurial opportunities identification. *Frontiers in Psychology, 13,* 1-19.

Lv, R.W., Lai, C. and Liu, J. (2015). Entrepreneurial Capability Scale and New Venture Performance: The Moderating Role of Entrepreneurship education. *Mediterranean Journal of Social Sciences, 7*(1), 97-104.

Mohedano-Suanes, A., Revilla-Camacho, M. A. & Garzón, D. (2021). Innovation orientation and long-term performance: The mediating role of market perception capability. *International Entrepreneurship and Management Journal, 17*(1), 741–757.

Musawa, M.S., & Ahmad, K. (2019). Entrepreneurial Orientation and Innovation Performance: The Moderating Role of Competitive Environment. *Journal of Global Economics, 7*(1), 1-7.

Nawir, C.P. & Christiani, N. (2019). The Effect of Entrepreneurial Passion and Opportunity Awareness toward the Sustainability of Startup Businesses. *Journal of Entrepreneur and Entrepreneurship, 8*(1), 33-40.

National Innovation Agency (Public Organization). (2023). *sarup 3 praden samkhan chak ngan SITE 2023 pakmut phatna sattat up thai ok su talatlok*. Retrieved March 16, 2023, from https://nia.or.th/Thai-Startup-2023. (In Thai)

Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory.* New York: McGraw-Hill.

Nunnally, J.C. & Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric Theory.* (3rd ed.). New York, NY:McGraw-Hill.

Oyson, M. J. (2014). *Entrepreneurship in Small Firm Internationalisation.* (degree of Doctor of Philosophy in Management Thesis). The University of Auckland.

Rachmawati, R. & Widowati. (2021). Research of the Impact of Financial Dimensions and Entrepreneurial Capacity on Business Performance in Small and Medium Enterprises In Central Java. *Universal Journal of Accounting and Finance, 9*(1), 122-129.

Rattanasombat, B. (2023). *Thunkit lae prathet chatoepto tong chai nawatkam lae kan talat pen Tuanam* Retrieved August 2, 2023, from https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1074309. (In Thai)

Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2010). *A beginner's guide to structural equation modeling.* (3rd ed). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Soelaiman, L. & Liediana, L. (2020). Factors Affecting Entrepreneurial Opportunity Recognition Among Food and Beverage SMEs. *Advances in Economics, Business and Management Research, 174*, 501-507.

Stanić, M. (2020). Decoding the Entrepreneurial Capacity: The Case of Entrepreneurial Alertness. *Zagreb International Review of Economics & Business, 23,* 1-12.

Stock, G.N., McDermott, C. & McDermott, M. (2018). Early Stage Venture Strategy and the Survival of Nascent Entrepreneurial Firms: A Sand Cone Model Approach. *IEEE Engineering Management Review, 46*(3), 108-116.

Suriyawong, S., Panthai, B., Gatesa, T., Amornratanasak, S., Ruangsri, S. and Sethawong, P. (2008). *Educational Research and Statistics: wichai lae sathiti thang kan suek sa* (3rd ed). Bangkok: Academic promotion center publishing. (In Thai)

Taleb, S.T.T., Hashim, N. & Zakaria, N. (2023). Entrepreneurial Leadership and Entrepreneurial Success: The Mediating Role of Entrepreneurial Opportunity Recognition and Innovation Capability. *Sustainability, 15*(7), 1-17.

Technology and Innovation Based Enterprise Development Fund. (2023). *Rai ngan pra cham Pi 2565 Annual Report 2022*. Retrieved August 20, 2023, from https://tedfund.mhesi.go.th/images/news/reports/2565/ARTED2022.pdf (In Thai)

Thoumrungroje, A. & Racela, O.C. (2022). Innovation and Performance Implications of Customer-Orientation across Different Business Strategy Types. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and complexity, 8,* 178.

Zhang, H., Hu, L. & Kim, Y. (2023). How Does Iteration of Entrepreneurial Opportunities in User Enterprises Affect Entrepreneurial Performance? A Dual Case Study Based on Dual Strategic Orientations. *Systems, 11*(9), 1-21.