

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปี 2556 ที่ผ่านมากระแสดสตาร์ทอัพในเมืองไทยได้โดนปลูกขึ้นมาอีกครั้ง สืบเนื่องจากรัฐบาลจัดงาน Startup Thailand และ ซึ่งมีเจ้าภาพได้แก่กระทรวงวิทยาศาสตร์ และตามด้วยงาน Digital Thailand ซึ่งมีเจ้าภาพ ได้แก่ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ปัจจุบันคือกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม) และงาน Techsauce Summit ที่จัดโดยภาคเอกชน และยังมีการจัดงานสตาร์ทอัพในระดับท้องถิ่นขึ้นอีกใน 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดภูเก็ต ซึ่งในแต่ละพื้นที่ได้รับการตอบรับจากสตาร์ทอัพในระดับท้องถิ่นเป็นอย่างดี รัฐบาลซึ่งนำโดย พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี มีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างผู้ประกอบการที่เป็นสตาร์ทอัพรุ่นใหม่ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 ที่ขับเคลื่อนโดยเทคโนโลยี เป็นแกนหลักสำคัญที่จะต่อยอดธุรกิจอุตสาหกรรมใหม่ หรือ New S-Curve เพื่อให้ประเทศไทยก้าวข้ามกับดักประเทศรายได้ปานกลาง (Middle Income Country)

อย่างไรก็ตามในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมาอัตราการล้มเหลวของสตาร์ทอัพมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่ง Statistic Brain (Statistic Brain, 2016) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจและเทคโนโลยี โดยอธิบายว่าร้อยละของสตาร์ทอัพที่ล้มเหลวภายในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา มีมากถึง 25%, 36% และ 44% ตามลำดับ ซึ่งร้อยละของความล้มเหลวของสตาร์ทอัพมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย (Statistic Brain, 2016) ได้อธิบายว่า กลุ่มธุรกิจสารสนเทศที่ยังคงยืนอยู่รอดภายหลัง 4 ปี มีเพียง 37% ซึ่งถือว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับกลุ่มธุรกิจอื่นๆ ซึ่งอัตราการล้มเหลวจะเป็นไปอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งถึงปีที่ 10 ที่สตาร์ทอัพจะล้มเหลวสูงสุดถึง 71% และในขณะเดียวกันในประเทศไทยมีการคาดคะเนว่าสตาร์ทอัพในกลุ่มดิจิทัลจะมีอัตราการอยู่รอดเพียงแค่ 1% เท่านั้น (กระทิ้ง-เรืองโรจน์ พูนผล, 2559) ซึ่ง Statistic Brain อธิบายว่าสาเหตุที่สตาร์ทอัพล้มเหลวนั้นมาจากการไม่มีความสามารถในการแข่งขัน Competitive Advantage ที่เกิดจากการวางแผนด้านเทคโนโลยีที่ใช้สร้างนวัตกรรม ทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการของสตาร์ทอัพขาดความน่าสนใจและทำให้ผลประกอบการไม่เกิดการขยายตัว สาเหตุอันดับที่สองของการล้มเหลว คือการขาดความร่วมมือระหว่างองค์กรของธุรกิจ ซึ่งมีประมาณ 30% ซึ่งทำให้สตาร์ทอัพขาดความพร้อมและความสมดุลด้านการบริการจัดการทรัพยากรและส่งผลกระทบต่อความเติบโตขององค์กรที่ตามมา

ตารางที่ 1 สถิติความล้มเหลวของสตาร์ทอัพของกลุ่มธุรกิจต่างๆ

ลำดับ	ประเภทธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP	ยอดขายในช่วงระยะเวลา			
		2555	2556	2557	อัตราการ ความ ล้มเหลว
1	สินค้าและบริการธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP (ที่เป็นนิติบุคคล)	19,258	9,355	7,492	25.00%
2	สินค้าและบริการธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP (ที่ไม่ใช่นิติบุคคล)	7,102	4,000	3,839	36.68%
3	มูลค่าตลาดรวม	26,360	13,355	11,331	44.00%

ที่มา : Statistic Brain (2016)

ซึ่งสอดคล้องกับ Forbes และ Entrepreneur Magazine (Furr, 2011 ; Patel, 2015) ที่อธิบายว่าสาเหตุแรกของความล้มเหลวของสตาร์ทอัพคือการขาดความสามารถทางการแข่งขันทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เน้นในการสร้างความแตกต่างกับสินค้าและบริการ โดยจะทำให้สตาร์ทอัพขยายตัวก่อนที่จะมีความพร้อมในการเจริญเติบโตอย่างเต็มที่ (Premature Scaling) โดยเสนอว่ากลยุทธ์การดำเนินงานของสตาร์ทอัพควรเริ่มต้นจากการลงทุนในด้านของการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน Competitive Advantage ที่มีความโดดเด่น ทั้งในด้านของการเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ และการตอบสนองเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม เพื่อที่จะทำให้สตาร์ทอัพเกิดการลงทุนอย่างประหยัดและยั่งยืนได้ในระยะยาว และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ Cook (2011) ที่อธิบายว่าสตาร์ทอัพจะล้มเหลวประมาณร้อยละ 90 โดยมีสาเหตุมาจากตัวขององค์กรเองที่ไม่มีความสามารถที่จะแข่งขันกับธุรกิจภายนอกหรือไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเช่น สภาพเทคโนโลยีและความรุนแรงในการแข่งขัน และยังพบอีกว่า ร้อยละ 74 ของสตาร์ทอัพที่ล้มเหลวไม่สามารถปรับตัวให้ใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตได้เต็มศักยภาพเท่าที่ควร และยังแสดงให้เห็นถึงการลงทุนที่ล้มเหลวกว่าคือมีการลงทุนผ่านทรัพยากรด้านไอทีไม่ถูกเวลาและไม่ต่อเนื่องอีกด้วย ซึ่งสวนทางกับยอดขายและความเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ Giardino และคณะ (Giardino et. al., 2015) ซึ่งวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีความท้าทายต่อสตาร์ทอัพกับการ

พัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกว่า 90 ประเทศทั่วโลก ที่ระบุว่าการประเมินความเหมาะสมการ  
พัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อที่จะสร้างการเรียนรู้ รวมถึงการสื่อสารทั้งภายนอกและภายใน  
องค์กรและการสนับสนุนการปฏิบัติการของสตาร์ทอัพ มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการของ  
สตาร์ทอัพเป็นอย่างมาก เพราะการพัฒนาดังกล่าวจะส่งผลต่อผลประกอบการของสตาร์ทอัพอย่าง  
ยั่งยืนและมั่นคง (Mature Level) โดยมีความร่วมมือระหว่างองค์กรเป็นปัจจัยที่สองที่ส่งผลต่อการ  
พัฒนาของสตาร์ทอัพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Crowne, 2002) ที่อธิบายถึงความล้มเหลว  
ของสตาร์ทอัพที่เกิดขึ้นจากการขาดได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) ว่าในระยะ  
เริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ นั้นมีความเสี่ยงที่จะเกิดความล้มเหลวขึ้นได้จากผู้ประกอบการขาด  
ประสบการณ์ และไม่สามารถที่จะผลิตสินค้าและบริการที่แตกต่าง ตอบโจทย์และแก้ปัญหาในทาง  
ปฏิบัติให้กับลูกค้าได้ ประการต่อมาคือสตาร์ทอัพไม่มีความร่วมมือระหว่างองค์กรด้วยกันเพื่อที่จะ  
สร้าง เครือข่ายด้านการขายและการตลาด เพิ่มความร่วมมือทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ  
บริการ รวมถึงถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างบุคลากรในองค์กร และประการสุดท้าย สตาร์ท  
อัพมีการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศที่ไม่สอดคล้องกับการสร้างความได้เปรียบในเชิง  
การแข่งขันในด้านของความเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า รวมถึงการใช้  
เทคโนโลยีในการตอบสนองลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นต้น

## ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สาเหตุของความล้มเหลวของสตาร์ทอัพ

สาเหตุ	เปอร์เซ็นต์ ความ ล้มเหลว	ข้อผิดพลาด
ขาดความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage)	46%	- ขาดความรู้ในสร้างความได้เปรียบเชิง การแข่งขันในด้าน การเป็นผู้นำด้าน ต้นทุน การสร้างความแตกต่างและการ มุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม
ขาดความสามารถในการใช้ เทคโนโลยี (Technological Capability)	30%	- ปัญหาจาก ความสามารถในการใช้ เทคโนโลยีด้านการเรียนรู้ ด้านการ สื่อสารและด้านการสนับสนุนการ ปฏิบัติการในระดับต่ำ

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

สาเหตุ	เปอร์เซ็นต์ ความ ล้มเหลว	ข้อผิดพลาด
ขาดความร่วมมือระหว่างองค์กร (Interorganizational Collaboration)	11%	- ขาดความขาดความร่วมมือระหว่าง องค์กรในด้านการขายและการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการและ การถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่าง องค์กร
การละเลย การหลอกลวง ภัยพิบัติ (Neglect, fraud, disaster)	1%	ปัญหาเกิดภัยธรรมชาติที่รุนแรงเช่น อุทกภัย แผ่นดินถล่ม เป็นต้น

ที่มา : Statistic Brain (2016)

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาแล้วในข้างต้นจึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาถึงความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทยเพื่อให้ทราบถึงข้อดี ข้อด้อยของภาพรวมของวิสาหกิจของไทยและเพื่อเป็นการศึกษา ค้นหาถึงรูปแบบและลักษณะของความได้เปรียบในการแข่งขันที่จะมีความเหมาะสมต่อธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP เนื่องจากความได้เปรียบในการแข่งขันในแต่ละธุรกิจ อุตสาหกรรมย่อมจะแตกต่างกันออกไปด้วยเหตุปัจจัยข้างต้น จึงนำมาสู่หัวข้อวิจัยเรื่อง ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

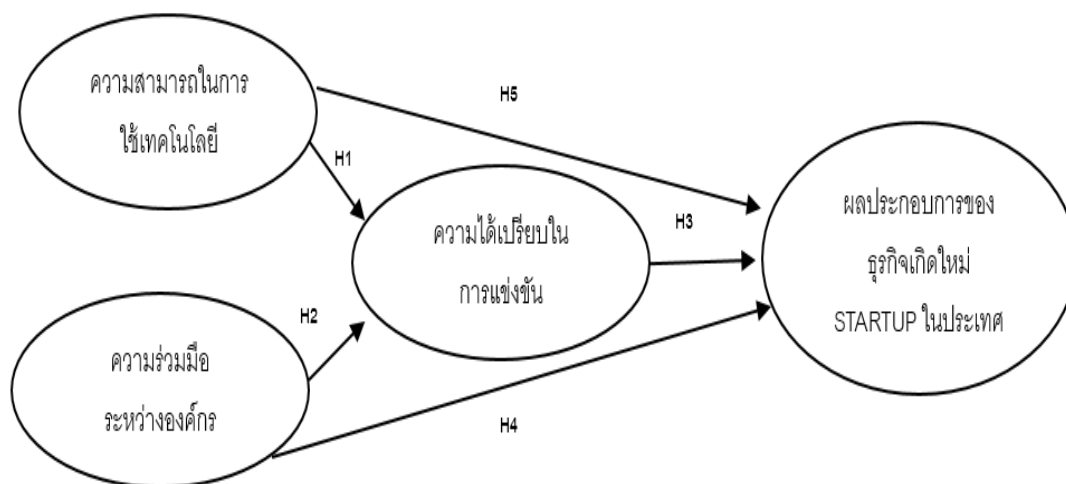
1. เพื่อศึกษาระดับของความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ความร่วมมือระหว่างองค์กร ความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ (STARTUP) ในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเหตุที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย

## กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงปัจจัยเหตุและผลของความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทยโดยผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยของต่างประเทศและในประเทศ เพื่อนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิด โดยการสร้างกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัย ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ตามแนวคิดของ Porter (1985) เนื่องจากเป็นทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับแหล่งที่มาของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่ประกอบไปด้วย ความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุนและการตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดพื้นฐานในการศึกษาเกี่ยวกับ (1) ปัจจัยเหตุที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ด้านความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (Technological Capability) ผู้วิจัยใช้แนวคิดจากงานวิจัยของ (Guifu, Gao and Hongjia, 2009) ประกอบด้วย ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีด้านการเรียนรู้ ด้านการสื่อสารและด้านการสนับสนุนการปฏิบัติการ ด้านความร่วมมือระหว่างองค์กรผู้วิจัยใช้แนวคิดจากงานวิจัยของ (Cater, 2009; Chadee and Kumar, 2001; Chu, 2004) ประกอบด้วย ความร่วมมือระหว่างองค์กรด้านการขายและการตลาด ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้ (3) ผลของความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทยผู้วิจัยใช้แนวคิดผลประกอบการขององค์กร (Firm Performance) ของ (Devinney, Richard, Yip and Johnson, 2005) ที่ประกอบด้วย ผลประกอบการด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา แสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย

## คำถามการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีหลักของ (Porter, 1985) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันใช้ทฤษฎีของ ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันด้านความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (Technological Capability) ผู้วิจัยใช้แนวคิดจากงานวิจัยของ (Gao and Ma, 2009) ประกอบด้วย ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีด้านการเรียนรู้ ด้านการสื่อสารและด้านการสนับสนุนการปฏิบัติการ ด้านความร่วมมือระหว่างองค์กรผู้วิจัยใช้แนวคิดจากงานวิจัยของ (Cater, 2009; Chadee and Kumar, 2001; Chu, 2004) ประกอบด้วย ความร่วมมือระหว่างองค์กรด้านการขายและการตลาด ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้ (3) ผลของความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทยผู้วิจัยใช้แนวคิดผลประกอบการขององค์กร (Organizational Performance) ของ (Devinney, Richard, Yip and Johnson, 2005) ที่ประกอบด้วย ผลประกอบการด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนาซึ่งเป็นที่มาของคำถามการวิจัยที่ว่า

1. ระดับของความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ความร่วมมือระหว่างองค์กร ความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ (STARTUP) ในประเทศไทย อยู่ในระดับไหนอย่างไร
2. ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและความร่วมมือระหว่างองค์กร มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทยหรือไม่อย่างไร
3. ความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUPหรือไม่อย่างไร

### สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 : ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 2 : ความร่วมมือระหว่างองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 3 : ความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 4 : ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 5 : ความร่วมมือระหว่างองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการวิจัยไว้ดังนี้

#### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยเหตุและผลของความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย ซึ่งสามารถอธิบายขอบเขตด้านเนื้อหาของ การวิจัย ได้ดังนี้

1.1 ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีหลักของ (Porter, 1985) ที่ประกอบไปด้วย การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่างและการมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม

1.2 ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (Technological Capability) ผู้วิจัยใช้แนวคิดจากงานวิจัยของ (Gao and Ma, 2009) ประกอบด้วย ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีด้านการเรียนรู้ ด้านการสื่อสารและด้านการสนับสนุนการปฏิบัติการ

1.3 ความร่วมมือระหว่างองค์กรผู้วิจัยใช้แนวคิดจากงานวิจัยของ (Cater, 2009; Chadee and Kumar, 2001; Chu, 2004) ประกอบด้วย ความร่วมมือระหว่างองค์กรด้านการขายและการตลาด ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้

1.4 ผลประกอบการของธุรกิจ (Firm Performance) ของ (Devinney, Richard, Yip and Johnson, 2005) ที่ประกอบด้วย ผลประกอบการด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้

## 2. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาผู้ประกอบการของ Startup ในประเทศไทย โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยจำนวน 4 ภาค ตามหลักเกณฑ์การแบ่งกลุ่มตามภูมิศาสตร์ของ ธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย

## 3. ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาผู้ประกอบการของ Startup ในประเทศไทย แบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยจำนวน 8 ภาค โดยกำหนดประชากรตามหลักเกณฑ์การแบ่งกลุ่มตามภูมิศาสตร์ของ ธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย โดยจะแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มย่อยจำนวน 8 ภาค โดยกำหนดประชากรตามหลักเกณฑ์การแบ่งกลุ่มตามภูมิศาสตร์ของ ธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย มีจำนวนมากกว่า 2.77 ล้านราย แบ่งกระจายออกเป็น 4 ประเภทธุรกิจ คือ ภาคการผลิตจำนวน 511,015 ราย (คิดเป็นร้อยละ 18.4) ภาคบริการ 1,193,038 ราย (คิดเป็นร้อยละ 43.0) ภาคการค้าและซ่อมบำรุง 1,035,089 ราย (คิดเป็นร้อยละ 37.3) และไม่ระบุภาค 35,192 ราย (คิดเป็นร้อยละ 1.3) และมีธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP เพียง 651,325 รายหรือร้อยละ 23.5 ของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP เท่านั้นที่จดทะเบียนนิติบุคคลกับกระทรวงพาณิชย์ กลุ่มวิสาหกิจเหล่านี้มีความเหมาะสมในการเป็น



ประชากรของกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำ การสำรวจข้อมูลของงานวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากเป็นกลุ่ม วิสาหกิจที่มีสถานประกอบการที่แน่นอนสามารถติดต่อได้

#### 4. ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2560 – 2561 โดยมีการเก็บข้อมูลการวิจัยและดำเนินการวิจัย ในช่วงระหว่างเดือน ธันวาคม 2560 – เมษายน 2561

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

#### 1. ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทย

ผู้ประกอบการจะสามารถนำข้อมูลวิจัยที่ได้ไปพัฒนาองค์กรของตนได้อย่างเป็น รูปธรรม เนื่องจากจะเข้าใจถึงระดับความสามารถของตน ตลอดจน องค์ประกอบที่จำเป็นต่อการ ส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรของตน เพื่อที่จะนำไปพัฒนา กำหนดเป็น กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กรโดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นเมื่อเข้าร่วมเป็น สมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

#### 2. ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม

จากที่ได้มีการอธิบายว่า ธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญเป็นอย่าง มากต่อภาพรวมเศรษฐกิจด้านอื่นของประเทศ กอปร กับการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาที่มีขอบเขต อยู่ที่ธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ซึ่งก็จัดได้ว่าเป็นรูปแบบธุรกิจที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อ ประเทศในหลายด้านด้วยกัน ดังนั้นแล้ว ผลการวิจัยที่ได้จะช่วยในการส่งเสริมให้เศรษฐกิจไม่ เฉพาะที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าและบริการเท่านั้นแต่ยังเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน หากแต่ยังคง ช่วยพัฒนาให้สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศมีเสถียรภาพมากยิ่งขึ้นอีกด้วย โดยเฉพาะอย่าง ยิงเมื่อมีการเข้าร่วมเป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ซึ่งจะมีขนาดของเศรษฐกิจ ที่ใหญ่ขึ้นพร้อมกับการขยายตัวอย่างรวดเร็วซึ่งจะทำให้เป็นการช่วยลดอุปสรรคและความเสี่ยงที่ อาจเกิดขึ้น และปรับเปลี่ยนมาเป็นโอกาสของระบบเศรษฐกิจไทย

### 3. ประโยชน์ต่อวงการวิชาการ

การศึกษาที่เกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยเหตุที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ในประเทศไทยนับว่ามีอยู่เป็นจำนวนน้อยมาก โดยที่ส่วนใหญ่แล้วการศึกษาจะเป็นลักษณะที่เกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่ออธิบายและทำนายถึงอุปสงค์และอุปทานโดยรวมของตลาดอุตสาหกรรมการผลิต ในความเป็นจริงแล้วการนำผลการวิจัยที่ได้มาปรับใช้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะไม่สามารถกระทำได้ง่าย เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีองค์ประกอบและบริบทที่แตกต่างจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ โดยสิ้นเชิง ดังนั้นแล้วจากการศึกษากิจการวิจัยครั้งนี้ย่อมจะมีประโยชน์เป็นอย่างมากต่อวงการวิชาการ ทั้งในแง่ของการศึกษาระดับและรูปแบบความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ซึ่งจะแตกต่างจากความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจประเภทอื่นอันเนื่องจากความเป็นธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะเป็นอย่างมาก

### 4. ประโยชน์ต่อภาครัฐ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐจะทราบถึงระดับความได้เปรียบในการแข่งขัน ตลอดจนจุดอ่อนจุดแข็งของธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ของไทย ซึ่งจากข้อมูลการวิจัยที่ได้จะสามารถนำไปกำหนดเป็นนโยบายที่สำคัญในการผลักดัน พัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ STARTUP ของไทย อย่างยั่งยืน

### นิยามศัพท์

ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง ปัจจัยที่มีความแตกต่างเฉพาะตัวอย่างเด่นชัดจากคู่แข่งในอุตสาหกรรม ซึ่งความแตกต่างที่เด่นชัดนี้อาจอยู่ในรูปแบบของความเป็นผู้นำด้านต้นทุน ความแตกต่างของสินค้าและบริการ รวมถึงการตอบสนองเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม และความแตกต่างอย่างเด่นชัดนี้จะนำมาเป็นข้อมูลในการบริหารกลยุทธ์หลักของธุรกิจ

การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) หมายถึง การที่ธุรกิจมีต้นทุนในการดำเนินงานและปฏิบัติการที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยมีการควบคุมต้นทุนอย่างเข้มข้นเพื่อเสนอราคาของสินค้าและบริการของธุรกิจให้ต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) หมายถึง การที่ธุรกิจสร้างความแตกต่างในกลุ่มกลยุทธ์ของบริษัทให้เหนือกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันในตลาด เช่นความแตกต่างผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรและด้านภาพลักษณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (Focus) หมายถึง การที่บริษัทมุ่งเน้นการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเฉพาะกลุ่มในวงแคบ โดยที่บริษัทสามารถสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันได้เนื่องจากเกิดความเชี่ยวชาญในกลุ่มลูกค้าที่แคบแต่ตอบสนองความพึงพอใจได้ดีกว่าคู่แข่ง

ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (Technological Capability) หมายถึง ความสามารถของธุรกิจในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการเรียนรู้ การสื่อสารและการสนับสนุนการปฏิบัติการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและเพิ่มมูลค่าให้แก่องค์กรหรือกระบวนการผลิต

การเรียนรู้ (Learning Ability) หมายถึง ความสามารถของบุคลากรของสตาร์ทอัพที่จะมีการพัฒนาโดยอาศัยประสบการณ์และกิจกรรมการดำเนินงานที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการค้นหาข้อมูล สื่อสารข้อมูล อันจะนำมาซึ่งการเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงาน

การสื่อสาร (Communication) หมายถึงความสามารถในการสื่อสารของบุคลากรของสตาร์ทอัพ ที่จะสามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับข่าวสารทั้งภายในและภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อที่จะกระตุ้นการรับรู้ และแสดงพฤติกรรมที่คาดหวังกลับมาตามที่ต้องการ

การสนับสนุนการปฏิบัติการ (Operating Support) หมายถึงความสามารถของบุคลากรของสตาร์ทอัพที่จะเกิดจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติการและดำเนินการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ความร่วมมือระหว่างองค์กร (Interorganizational Collaboration) หมายถึง การร่วมมือระหว่างสตาร์ทอัพสองหน่วยงานขึ้นไปในการที่จะแบ่งปันหรือใช้ทรัพยากรในด้านต่างๆ ร่วมกัน เช่น ด้านการขายและการตลาด ด้านความรู้ในการผลิตสินค้าและบริการ และด้านทรัพยากรอื่นๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

การขายและการตลาด (Marketing and Sale) หมายถึง ความร่วมมือระหว่างสตาร์ทอัพในด้านของการขายและการตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดและตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ โดยกิจกรรมนั้นสามารถกระตุ้นการรับรู้ การตัดสินใจซื้อและการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าได้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service Development) หมายถึงความร่วมมือระหว่างสตาร์ทอัพในการที่จะสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่มีความแตกต่างที่จะ

นำเสนอเข้าสู่ตลาดโดยที่ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นจะต้องมีคุณค่าต่อลูกค้าและสามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การถ่ายทอดแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) หมายถึงความร่วมมือระหว่างสตาร์ทอัพในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในด้านกิจกรรม ข้อมูล ทักษะ หรือความเชี่ยวชาญภายในกลุ่มสตาร์ทอัพอุตสาหกรรมเดียวกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานสูงสุด

ผลประกอบการของธุรกิจเกิดใหม่ (STARTUP Firm Performance) หมายถึงผลการดำเนินงานหรือผลประกอบการของสตาร์ทอัพเมื่อเปรียบเทียบกับเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของแผนกลยุทธ์ โดยผ่านความร่วมมือรวมใจในการปฏิบัติงานของทุกภาคส่วนขององค์กร ซึ่งผลตอบแทนที่ได้อาจเป็นตัวเงิน เช่นยอดขายและกำไร ความพึงพอใจของลูกค้า ตลอดจนการเติบโตและการเรียนรู้ของบุคลากรภายในองค์กร

ผลตอบแทนด้านการเงิน (Finance Return of Investment) หมายถึง ผลตอบแทนของสตาร์ทอัพที่อยู่ในรูปแบบของตัวเงิน เช่นกำไร ยอดขาย ที่เป็นผลลัพธ์จากการลงทุน การดำเนินโครงการ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีของสตาร์ทอัพ เป็นต้น

ผลตอบแทนด้านลูกค้า (Customer Return of Investment) หมายถึงผลตอบแทนของสตาร์ทอัพในด้านของการรับรู้ต่อตัวสินค้าและบริการของลูกค้า การตัดสินใจซื้อสินค้าซ้ำจากลูกค้า การรับรู้ต่อแบรนด์ของลูกค้า และฐานข้อมูลของลูกค้า เป็นต้น ที่เกิดจากการลงทุนของสตาร์ทอัพ

ผลตอบแทนด้านกระบวนการภายใน (Internal Process) หมายถึงผลตอบแทนของสตาร์ทอัพในด้านของกระบวนการภายในที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพของกระบวนการผลิตสินค้าและบริการที่เกิดจากการลงทุนที่ดีขึ้น

ผลตอบแทนด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth) หมายถึงผลตอบแทนด้านของการเรียนรู้และการพัฒนาของบุคลากรของสตาร์ทอัพในมุมมองของการพัฒนาบุคลากร การสร้างวัฒนธรรมองค์กรร่วมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาองค์กรไปทิศทางที่ดีขึ้น