

ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่

MOTIVATION FACTORS AFFECTING DECISION TO ESTABLISH STARTUP BUSINESS OF ENTREPRENEURS IN CHIANG MAI PROVINCE

ธชิตา ศรีจอมทอง¹ อรพิน สันติธีรากุล² และเขมกร ไชยประสิทธิ์³

Thashisa Srichomthong¹ Orapin Santidhirakul² and Kemakorn Chaiprasit³

¹อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ^{2,3}คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

¹Science & Technology Park, Chiang Mai University

^{2,3}Faculty of Business Administration, Chiang Mai University

Received: December 22, 2018 / Revised: March 18, 2019 / Accepted: March 28, 2019

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup Business) ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาองค์ประกอบหรือสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจที่มีส่วนส่งเสริมให้ธุรกิจสตาร์ทอัพเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 ราย ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ ทั้งนี้ข้อมูลจากแบบสอบถามได้นำมาวิเคราะห์คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติอนุमान ได้แก่ X^2 และความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า ประเภทธุรกิจที่พบมากที่สุดในการธุรกิจสตาร์ทอัพของจังหวัดเชียงใหม่คือ ธุรกิจประเภท IT 1) ผลการวิจัยระดับแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมพบว่า ด้านปัจจัยมีระดับแรงจูงใจมากที่สุดและด้านปัจจัยสนับสนุนมีระดับแรงจูงใจมาก 2) ผลการวิจัยระดับแรงจูงใจทางด้านลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการพบว่า ด้านความต้องการความสำเร็จ มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด และด้านความต้องการอำนาจมีระดับแรงจูงใจมาก 3) ผลการวิจัยความสัมพันธ์พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับระดับแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน และประเภทธุรกิจมีความสัมพันธ์กับระดับแรงจูงใจทางลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ 4) ด้านความต้องการความสำเร็จ ผลการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน (ก่อนเป็นผู้ประกอบการ) แตกต่างตามสถานภาพสมรสของผู้ประกอบการ

คำสำคัญ: ปัจจัยแรงจูงใจ ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ การตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ

Abstract

The objectives of this research were to study the motivation factors affecting the decision to establish startup business of entrepreneurs in Chiang Mai province and to study the component or business environment enhancing the fast growth of start up business. A questionnaire was the research instrument employed to collect data from 60 startup business entrepreneurs. The background data of the research sample was analyzed using the percentage, mean, and standard deviation. Inferential statistics of chi-square test and one-way ANOVA were employed for hypothesis testing.

The results showed that the type of startup business that was most prominent was the IT business. 1) The results from the study of motivation factors in terms of social act showed that the motivation level in terms of the attracting factor was at the highest level, while the motivation level in terms of supporting factor was at the high level. 2) The results from the study of motivation factors in terms of entrepreneur's characteristics showed that the motivation level in terms of the needs for success was at the highest level, while the motivation level in terms of the needs for power was at the high level. 3) The results from the study of the relationships showed that age correlated with social act factors in terms of ability or supporting factor; and type of business correlated with the needs for success factor of entrepreneur's characteristics. 4) The results from ANOVA showed that the means of social act motivation factor in terms of mobilizing factors (before becoming entrepreneur) were different for entrepreneurs with different marital statuses.

Keywords: Motivation factors, Startup business entrepreneurs, Decision to establish startup business

บทนำ

ในปัจจุบันมีการดำเนินธุรกิจหลากหลายรูปแบบ และมีขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกันทั้งธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม หรือที่เรียกว่า SMEs ธุรกิจขนาดใหญ่ที่เติบโตในตลาดมานาน และยังมีหน่วยธุรกิจใหม่ที่เป็นที่น่าจับตามองเกิดขึ้นในปัจจุบันคือ ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup Business) ซึ่งเป็นธุรกิจที่ถูกออกแบบมาให้เติบโตอย่างรวดเร็วตั้งแต่แรกเริ่มด้วยทีมงาน โครงสร้างธุรกิจ ไปจนถึงการจัดการด้านการเงินและการทำตลาด ซึ่งธุรกิจสตาร์ทอัพไม่จำเป็นจะต้องเป็นธุรกิจด้านเทคโนโลยีหรือเป็นธุรกิจที่ได้รับการร่วมลงทุน (Venture Capital) หรือมีการจัดตั้งธุรกิจใหม่ผ่านการควบกิจการ

หรือการเข้าตลาดหุ้นแต่อย่างใด (SM Magazine, 2015) นักธุรกิจสตาร์ทอัพนั้นมุ่งเน้นการสร้างธุรกิจที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน เพื่อส่งมอบคุณค่าของสินค้า หรือบริการไปสู่ลูกค้าได้อย่างแท้จริง และยังมีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศไปส่งเสริมให้กับตลาดหรือสังคม เช่น การสร้างพฤติกรรมผู้บริโภคใหม่ การสร้างวิถีชีวิตใหม่ๆ ให้แก่ผู้บริโภค โดยการสร้างสรรค์ผลงานด้วยการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้เป็นหัวใจหลักในการสร้างธุรกิจ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่ที่มีการรวมตัวของ นักธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพมหานคร

สตาร์ทอัพในปัจจุบันมีจำนวนไม่ต่ำกว่า 500 ราย อยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพ (80%) เชียงใหม่ (10%) และภูเก็ต (5%)

อุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ (STeP) เป็นสถาบันที่ให้การสนับสนุนการก่อตั้งธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งดำเนินงานในฐานะแม่ข่ายอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ ดูแลเครือข่าย 6 มหาวิทยาลัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยพะเยา มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม (Chummano & Manohan, 2016) ประกอบกับนโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐที่กระตุ้นให้เกิดการเริ่มต้นธุรกิจมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด อาทิ การสนับสนุนจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีร่วมกับหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่และอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือในการจัดโครงการการสร้างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมรุ่นใหม่ของภาคเหนือ (Northern Innovative Startup Thailand) จัดกิจกรรม ณ จังหวัดเชียงใหม่ โดยต่อไปในอนาคต จังหวัดเชียงใหม่จะเป็นเขตเศรษฐกิจที่เกิดธุรกิจสตาร์ทอัพรุ่นใหม่เพิ่มขึ้นอีกกว่า 240 ราย และสร้างมูลค่าเศรษฐกิจกว่า 1,200 ล้านบาท (Thailand Startup Association, 2016)

ปัจจุบันสถานการณ์ธุรกิจสตาร์ทอัพของประเทศไทยมีความหลากหลาย อาทิ Hardware, Software, Web, Mobile Application, Lifestyle Business และ Business to Business เป็นต้น ซึ่งเงินลงทุนมหาศาลจากนักลงทุนสามารถที่จะจูงใจให้คนรุ่นใหม่เข้ามาเป็นสตาร์ทอัพมากขึ้น แต่อัตราความล้มเหลวก็มีสูงถึง

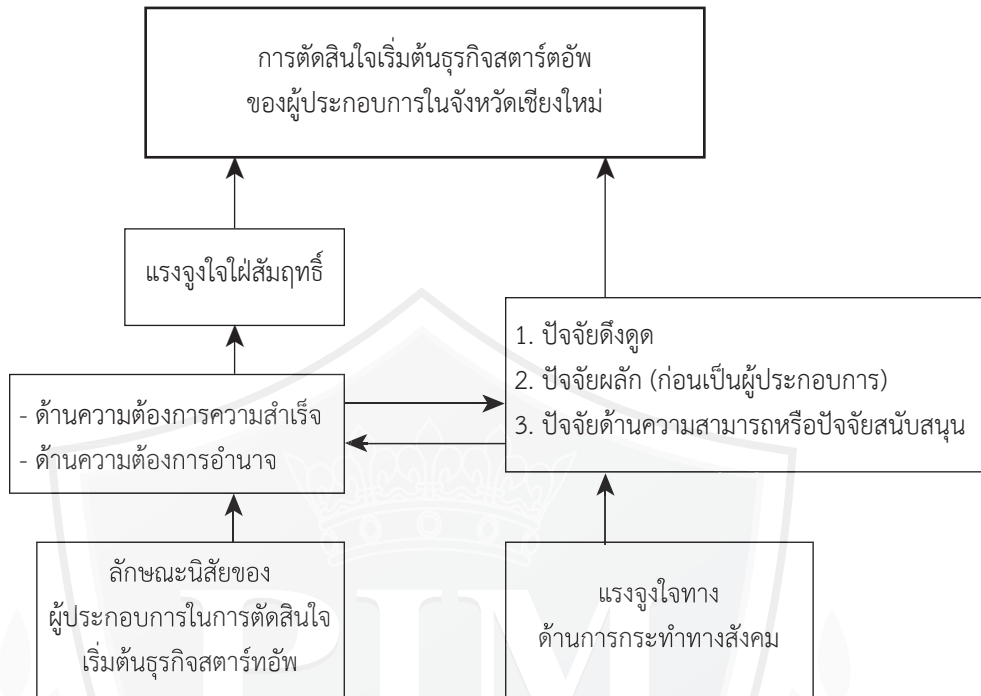
ร้อยละ 80-90 การเติบโตของธุรกิจนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมหลายประการ ประการหนึ่งที่สำคัญอย่างยิ่งคือ ความมุ่งมั่นของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากธรรมชาติของธุรกิจสตาร์ทอัพนั้น จะต้องมีการลองผิดลองถูกในช่วงระยะเวลาหนึ่งของการเริ่มต้นธุรกิจ ผู้ประกอบการจะต้องสามารถรับมือกับความล้มเหลว เรียนรู้ และนำมาปรับใช้เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำรงต่อไปได้ ปัจจัยอีกประการคือ สิ่งแวดล้อมในการทำธุรกิจ ที่จะผลักดันหรือส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจให้บรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจได้

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษานี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยแรงจูงใจที่แตกต่างกันมีผลในการตัดสินใจเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้นี้ไปวางแผนการส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพให้เหมาะสมกับแต่ละบุคคล แต่ละธุรกิจที่ใกล้เคียงกันในจังหวัดเชียงใหม่ และหากสามารถพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพให้อยู่รอดต่อไปได้ ก็จะสามารถดึงดูดนักลงทุนทั้งไทยและต่างชาติส่งผลให้ภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยดีขึ้นตามไปด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบหรือสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจที่มีส่วนส่งเสริมให้ธุรกิจสตาร์ทอัพเติบโตอย่างรวดเร็ว

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

จากทฤษฎีการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม (The Multiple Factors Theory of Decision Making and Social Action) (Reeder, 1971) อธิบายว่า เหตุผลในการตัดสินใจกระทำสิ่งใดของบุคคลนั้นประกอบด้วยปัจจัยหลายๆ อย่าง โดยการตัดสินใจนั้นจะขึ้นอยู่กับเหตุผลพื้นฐานที่ผู้ตัดสินใจคิดว่าสอดคล้องหรือตรงกับปัญหา เหตุผลบางอย่างอาจจะต่อต้านการตัดสินใจ ดังนั้นการลงมือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคลนั้นๆ ด้วยเหตุผลในการตัดสินใจดังกล่าวนี้ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงปัจจัยเดียวเท่านั้น แต่จะประกอบไปด้วยหลายๆ ปัจจัยที่เป็นเหตุผลนำมาช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยดึงดูด (Full Factors) ประกอบด้วย เป้าหมาย ความเชื่อ ค่านิยม นิสัยและขนบธรรมเนียมประเพณี 2) ปัจจัยผลัก (Push Factors) ประกอบด้วย ความคาดหวัง ข้อผูกพัน และ

การบังคับ 3) ปัจจัยความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน (Ability Factors) ประกอบด้วยโอกาส ความสามารถ และการสนับสนุน

จากทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของ (McClelland, 1987) ได้อธิบายถึงการจูงใจของบุคคลที่กระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการความสำเร็จ โดยมีความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยจูงใจครั้งนี้ 2 ประเภท ได้แก่ 1) ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement: N-Ach) บุคคลที่ต้องการความสำเร็จสูง จะมีลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบงานที่ท้าทาย และต้องการได้รับข้อมูลป้อนกลับเพื่อประเมินผลงานของตนเอง มีความชำนาญในการวางแผน มีความรับผิดชอบสูง และกล้าที่จะเผชิญกับความล้มเหลว 2) ความต้องการอำนาจ (Need for Power: N-Power) เป็นความต้องการอำนาจเพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น บุคคลที่มีความต้องการอำนาจสูงจะแสวงหาวิถีทางเพื่อให้ตนมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น

ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับหรือยกย่อง ต้องการความเป็นผู้นำ ต้องการงานให้เหนือกว่าบุคคลอื่น และจะกังวลเรื่องอำนาจมากกว่าการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

Fiedler (1967) ได้เสนอแนวคิดการบริหารเชิงสถานการณ์ (Contingency Approach) ซึ่งถือเป็นทฤษฎีการบริหารที่ขึ้นอยู่กับสภาพข้อเท็จจริงด้วยแนวคิดที่ว่าทางเลือกทางออกที่จะไปสู่การแก้ปัญหาทางการบริหารถือว่าไม่มีวิธีใดที่ดีที่สุด หากแต่สถานการณ์ต่างหากที่จะเป็นตัวกำหนดว่าควรจะใช้การบริหารแบบใดในสถานการณ์เช่นนั้น การบริหารจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ สถานการณ์จะเป็นตัวกำหนดการตัดสินใจ และรูปแบบการบริหารที่เหมาะสมและผู้บริหารจะต้องพยายามวิเคราะห์สถานการณ์ให้ดีที่สุด

Schermerhorn, Hunt & Osborn (2003) ได้สรุปคุณลักษณะของผู้ประกอบการในธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เน้นการเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยจะต้องมีคุณลักษณะสำคัญและเป็นจุดแข็งของผู้นำ ได้แก่ 1) มีพลัง มีการปรับตัว หรือมีความอดทนต่อความเครียด และมีความตื่นตัวอยู่เสมอ 2) มีแรงจูงใจในอำนาจทางสังคม มีความต้องการด้านอำนาจสูง และใช้อำนาจเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้อื่น 3) มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ 4) มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ 5) มีความเชื่อมั่นในตนเอง 6) มีความยึดมั่นในคุณธรรม 7) มีความบากบั่นอดสาหัส 8) มีความรู้ ความสามารถในการรับรู้เข้าใจสังคม โดยสามารถบูรณาการ อธิบายหรือถ่ายทอดข้อมูลได้เป็นอย่างดี 9) มีความรู้เกี่ยวกับงาน โดยเฉพาะด้านธุรกิจ อุตสาหกรรมของธุรกิจที่ดำเนินงานอยู่ และ 10) มีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยน แก้ไขข้อกำหนดต่างๆ ที่ได้วางไว้ได้อย่างเหมาะสม

Triphopsakul (2015) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจต่อการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการเติบโตและความมุ่งมั่นที่จะเติบโตของธุรกิจ: กรณีศึกษาประเทศไทย เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชากรไทยที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมผู้ประกอบการจำนวนทั้งสิ้น 728 ตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ Independent Sample t-test และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง พบว่า ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาสมีการเติบโตของธุรกิจมากกว่าผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเพราะความจำเป็น อย่างมีนัยสำคัญ และผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเพราะมองเห็นโอกาสมีความมุ่งมั่นหวังการเติบโตของธุรกิจในอนาคตมากกว่าผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเพราะความจำเป็นอย่างมีนัยสำคัญ

ระบบนิเวศของสตาร์ทอัพประกอบด้วยคนและองค์กรต่างๆ แบ่งออกเป็นหลายประเภท ดังแสดงในภาพที่ 2 ได้แก่ มหาวิทยาลัย หน่วยงานที่สนับสนุนงบประมาณ หน่วยงานที่สนับสนุนการดำเนินงาน หน่วยงานวิจัย และอื่นๆ เช่น ฝ่ายกฎหมาย ฝ่ายการเงิน เป็นต้น องค์กรต่างๆ เหล่านี้ มีวัตถุประสงค์ขององค์กรที่แตกต่างกันแต่มีจุดมุ่งหมายบางส่วนที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ของสตาร์ทอัพ ซึ่งประกอบด้วย 1) ความคิดนวัตกรรม และงานวิจัย 2) ตัวองค์กรสตาร์ทอัพซึ่งอาจอยู่ในระยะการเติบโตที่ต่างกัน 3) ผู้ประกอบการ 4) สมาชิกในทีมสตาร์ทอัพ 5) นักลงทุน 6) ที่ปรึกษา 7) บุคคลที่เป็นผู้ประกอบการรายอื่นๆ และ 8) บุคคลจากหน่วยงานต่างๆ อยู่ในระบบนิเวศ (Wikipedia, 2016)



ภาพที่ 2 แสดงระบบนิเวศของสตาร์ทอัพ

ที่มา: Wikipedia (2016)

Suwannaroj et al. (2017) ระบุในรายงานการวิจัย THAILAND ISO STARTUP PROFILE ว่าปัจจุบันสตาร์ทอัพที่ใช้ยุทธศาสตร์แบบระบบนิเวศ (Ecosystem Startup) มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Moon (2016) ระบุว่า ในปี พ.ศ. 2559 ได้มีการจัดอันดับศูนย์กลางของสตาร์ทอัพแบบระบบนิเวศโดยพิจารณาจากสตาร์ทอัพที่ถูกประเมินราคาไว้มากกว่า 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ พบว่า ศูนย์กลางของสตาร์ทอัพระบบนิเวศที่ติดอันดับคะแนนดีที่สุดเป็น 10 อันดับแรกของโลก อยู่ในกลุ่มประเทศตะวันตก (อเมริกาและยุโรป) ถึง 7 ศูนย์กลาง เป็นกลุ่มประเทศเอเชียอีก 3 ศูนย์กลาง ได้แก่ อิสราเอล จีน และเกาหลีใต้ โดยจำนวนสตาร์ทอัพที่ถูกประเมินราคาไว้มากกว่า 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยส่วนมากเกิดและอยู่ในศูนย์กลางซิลิคอนแวลลีย์ โดยมีปัจจัยที่คล้ายคลึงกันสรุปได้คือ 1) การระดมทุนของระบบและการหมุนเวียนออกจากระบบ 2) การวิศวกรรมพรสวรรค์ 3) การเฝ้าระวังอย่างกระตือรือร้น 4) โครงสร้างภายในด้านเทคนิค 5) วัฒนธรรมองค์กรสตาร์ทอัพ 6) โครงสร้างภายในด้านกฎหมายและนโยบาย 7) พื้นฐานทางเศรษฐกิจ และ

8) นโยบายและแผนงานของรัฐบาล

Thailand Startup Association (2016) ศึกษาปัจจัยและข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา Startup Ecosystem ในประเทศไทย โดยการศึกษาเปรียบเทียบกับสถาบัน The Global Entrepreneurship Development Institute (GEDi) พบว่า สตาร์ทอัพไทยมีศักยภาพอยู่ที่ค่าเฉลี่ยของโลกและเหนือกว่าค่าเฉลี่ยของอาเซียนเล็กน้อย หากแต่สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ (Ecosystem) ของประเทศไทยไม่เอื้อต่อการพัฒนาสตาร์ทอัพ ทำให้สตาร์ทอัพของไทยไม่สามารถแสดงศักยภาพได้อย่างเต็มที่ จำนวนสตาร์ทอัพที่มีคุณภาพและนำลงทุนจึงมีอยู่จำนวนจำกัด จึงเป็นจุดเริ่มต้นที่ภาครัฐต้องเข้ามาศึกษาถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาสตาร์ทอัพ (Startup Ecosystem) ที่ภาครัฐควรเร่งดำเนินการปรับปรุงและแก้ไขอย่างเร่งด่วนพบว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาสตาร์ทอัพ (Startup Ecosystem) ประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลักซึ่งเรียงลำดับตามความสำคัญและเร่งด่วน ดังนี้ 1) กฎหมายและระเบียบที่ไม่เอื้อต่อ

การลงทุนและไม่รองรับธุรกิจรูปแบบใหม่ 2) นโยบายสนับสนุนการเติบโตอย่างมีคุณภาพ และ 3) การสนับสนุนด้านอื่นๆ สำหรับ Startup

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้คือ ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากการศึกษาคั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน แต่จากข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่พบว่า มีหน่วยบ่มเพาะธุรกิจของอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งมีธุรกิจสตาร์ทอัพในการดูแลจำนวน 30 ราย (Chummano & Manohan, 2016) และยังมีการรวมกลุ่มเครือข่ายสตาร์ทอัพเชียงใหม่ที่มีสมาชิกกว่า 227 ราย โดยมีผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ร้อยละ 25 ของสมาชิกเครือข่าย ดังนั้นจึงทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากหน่วยงานดังกล่าว เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่มีศักยภาพและได้รับการคัดเลือกในเบื้องต้นแล้ว

กลุ่มตัวอย่างกำหนดจำนวน 60 ราย โดยจำแนกเป็น 2 กลุ่ม คือ 30 รายแรก เลือกวิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และเก็บข้อมูลด้วยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) มุ่งไปที่กลุ่มตัวอย่างในหน่วยบ่มเพาะธุรกิจของอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่วนอีก 30 ราย ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) โดยอาศัยการแนะนำของหน่วยตัวอย่างที่ได้เก็บข้อมูลไปแล้ว จากหน่วยบ่มเพาะธุรกิจของอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นอกจากนี้ยังคัดเลือกผู้ประกอบการจำนวน 3 ราย จากกลุ่มตัวอย่าง 60 ราย ข้างต้น เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการคัดเลือกพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจและความมุ่งมั่น (Passion) ในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ข้อความในคำถามมีทั้งข้อความที่เป็นนิยาม และข้อความที่เป็นนิเสธ ในแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือกเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และเป็นการถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับแรงจูงใจทางด้านการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพประกอบด้วย 1) ปัจจัยดึงดูด 2) ปัจจัยผลักดัน และ 3) ปัจจัยสนับสนุนที่ตอบสนองแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ตามแนวคิดของ McClelland (1987) ในด้านความต้องการความสำเร็จและด้านความต้องการอำนาจชุดคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงจุดเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพสำหรับเก็บข้อมูลเชิงลึกโดยสัมภาษณ์ โดยคัดเลือกพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความพร้อมและศักยภาพในการดำเนินธุรกิจและการเติบโต รวมถึงมีความมุ่งมั่น (Passion) ในการทำธุรกิจ จำนวน 3 ราย ณ สถานที่ประกอบการของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ โดยเป็นข้อคำถาม ถึงเหตุปัจจัยในการเริ่มต้นธุรกิจ และองค์ประกอบที่ช่วยผลักดันให้ธุรกิจเติบโตอย่างมีศักยภาพ ประกอบด้วย ที่มาของจุดเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ เป้าหมายของธุรกิจระยะเวลาในการบ่มเพาะธุรกิจสตาร์ทอัพ องค์ประกอบของธุรกิจ สิ่งแวดล้อมที่มีส่วนผลักดันให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ
2. วิเคราะห์ระดับแรงจูงใจทางด้านการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ตอบสนองแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์รายด้านและรายข้อ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อระดับของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม และระดับของแรงจูงใจทางด้านลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการในการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ

โดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ Chi-Square Test

4. วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคมและทางด้านลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการในการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพที่แตกต่างตามลักษณะประชากรศาสตร์ ด้วยค่าทางสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)

5. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ กรณีกลุ่มตัวอย่างที่มีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจและความมุ่งมั่น (Passion) ของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพโดยการจำแนกชนิดข้อมูลตามเหตุการณ์ (Event) ในการกำหนดปัจจัยแรงจูงใจองค์ประกอบและสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจที่มีส่วนส่งเสริมในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้เติบโตได้อย่างรวดเร็ว

ผลการวิจัย

ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ มีดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วงระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป และประเภทธุรกิจที่พบมากที่สุดคือ ธุรกิจประเภท IT

2. ระดับแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด อยู่ในระดับมากที่สุด (4.47) ด้านปัจจัย

ผลักดัน (ก่อนเป็นผู้ประกอบการ) อยู่ในระดับน้อยที่สุด (2.46) ด้านปัจจัยด้านความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน อยู่ในระดับมาก (3.86) ในขณะที่ระดับแรงจูงใจทางด้านลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ ด้านความต้องการความสำเร็จ อยู่ในระดับมากที่สุด (4.66) และด้านความต้องการอำนาจ อยู่ในระดับมาก (4.10)

3. ความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรศาสตร์ กับระดับของแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูดและด้านปัจจัยผลักดัน (ก่อนเป็นผู้ประกอบการ) ในการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพพบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กัน ส่วนด้านปัจจัยความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนพบว่า มีความสัมพันธ์กับลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ในขณะที่ความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากร กับระดับของแรงจูงใจด้านลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ ด้านความต้องการความสำเร็จพบว่า มีความสัมพันธ์กับลักษณะประชากรด้านประเภทธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อีกทั้งด้านสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันส่งผลต่อค่าเฉลี่ยแรงจูงใจทางการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 1 และ 2

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด ด้านปัจจัยผลักดัน (ก่อนเป็นผู้ประกอบการ) ปัจจัยสนับสนุนที่แตกต่างกันตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ลักษณะทางประชากร	ค่าทางสถิติ					
	ด้านปัจจัยดึงดูด		ด้านปัจจัยผลักดัน (ก่อนเป็นผู้ประกอบการ)		ปัจจัยสนับสนุน	
	Sig.	แปลผล	Sig.	แปลผล	Sig.	แปลผล
เพศ	0.425	ไม่สัมพันธ์	0.795	ไม่สัมพันธ์	0.891	ไม่สัมพันธ์
อายุ	0.423	ไม่สัมพันธ์	0.125	ไม่สัมพันธ์	0.004	สัมพันธ์
สถานภาพสมรส	0.506	ไม่สัมพันธ์	0.223	ไม่สัมพันธ์	0.619	ไม่สัมพันธ์
ระดับการศึกษาสูงสุด	0.126	ไม่สัมพันธ์	0.204	ไม่สัมพันธ์	0.595	ไม่สัมพันธ์
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.136	ไม่สัมพันธ์	0.146	ไม่สัมพันธ์	0.275	ไม่สัมพันธ์
ประเภทธุรกิจ	0.295	ไม่สัมพันธ์	0.708	ไม่สัมพันธ์	0.433	ไม่สัมพันธ์

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของแรงจูงใจทางด้านลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ ความต้องการความสำเร็จ และความต้องการอำนาจ แตกต่างกันตามลักษณะประชากรศาสตร์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ลักษณะทางประชากร	ค่าทางสถิติ			
	ความต้องการความสำเร็จ		ความต้องการอำนาจ	
	Sig.	แปลผล	Sig.	แปลผล
เพศ	0.676	ไม่สัมพันธ์	0.812	ไม่สัมพันธ์
อายุ	0.108	ไม่สัมพันธ์	0.388	ไม่สัมพันธ์
สถานภาพสมรส	0.848	ไม่สัมพันธ์	0.192	ไม่สัมพันธ์
ระดับการศึกษาสูงสุด	0.710	ไม่สัมพันธ์	0.453	ไม่สัมพันธ์
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.403	ไม่สัมพันธ์	0.172	ไม่สัมพันธ์
ประเภทธุรกิจ	0.022	สัมพันธ์	0.396	ไม่สัมพันธ์

4. ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ จำนวน 3 ราย ถึงเหตุปัจจัยในการเริ่มต้นธุรกิจและองค์ประกอบที่ช่วยผลักดันให้ธุรกิจเติบโตอย่างมีศักยภาพ ประกอบด้วย ที่มาของจุดเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ เป้าหมายของธุรกิจระยะเวลา

ในการบ่มเพาะธุรกิจสตาร์ทอัพ องค์ประกอบของธุรกิจสิ่งแวดล้อมที่มีส่วนผลักดันให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ผลการสัมภาษณ์พบว่า

4.1 การมีผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย จะทำให้เกิด

การใช้ซ้ำ และการมีทีมงานที่มีคุณภาพ มีเป้าหมายและความปรารถนาไปในทิศทางเดียว เป็นส่วนสำคัญในการผลักดันธุรกิจให้ขับเคลื่อนจนประสบความสำเร็จได้อย่างดี และในด้านเทคโนโลยีนั้นเป็นที่น่าสนใจที่จังหวัดเชียงใหม่มีกลุ่มโปรแกรมเมอร์จากต่างประเทศมาทำงานค่อนข้างมากและได้รับความนิยมอย่างยิ่ง ทำให้เกิดเครือข่ายในการพัฒนาทางด้านดิจิทัล (Digital)

4.2 เนื่องด้วยเจ้าของธุรกิจเป็นคนคิดค้นสิ่งใหม่ๆ หาโอกาสใหม่ๆ มาต่อยอด ดัดแปลงอยู่เสมอ จึงต้องการอิสระในการทำงานทุกอย่างอย่างเต็มที่และต้องการสร้างสิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น ในการจัดตั้งบริษัทได้กำหนดเป้าหมายทั้งแผนระยะสั้น ระยะ 3 ปี ไว้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยการจะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้นั้นมีองค์ประกอบที่ช่วยผลักดันดังนี้ 1) ทีมที่ดี (Core Team) และความเป็นผู้นำ (Strong leadership) 2) แผนธุรกิจที่ชัดเจนจับต้องได้ และเหนือกว่าคู่แข่ง (Realistic business model) และ Business Model Canvas 3) สถาบันการเงินพร้อมให้การสนับสนุน 4) กลไกการสนับสนุนของภาครัฐที่เอื้อต่อธุรกิจ เพื่อสามารถแข่งขันในตลาดได้

4.3 องค์ประกอบของความสำเร็จมาจากผู้ร่วมก่อตั้งธุรกิจที่ไม่ละทิ้งบริษัทในทุกสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และการมีทีมงานที่ดีในการขับเคลื่อนงานแต่ละส่วนให้สอดคล้องและตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ทั้งนี้สิ่งที่บริษัทสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ต้องการคือ การเอื้อประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับสตาร์ทอัพ เช่น เรื่องระเบียบทางสังคม ที่ต้องสนับสนุนให้เกิด eco-system และการสร้างสังคมให้เกิดการเข้าใจด้านดิจิทัล (Digital) มากขึ้น และเข้าใจคำว่านวัตกรรมมากขึ้น โดยเน้นการสร้างคนที่มีศักยภาพมาสนับสนุนการทำงานของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ

สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบที่ทำให้การดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้เติบโตได้อย่างรวดเร็วและบรรลุเป้าหมายได้นั้น ประกอบด้วย ปัจจัย 4 ประการ คือ 1) ผู้ประกอบการต้องมีสินค้าหรือบริการที่สามารถแก้ไขปัญหาและตอบสนองความ

ต้องการของลูกค้าได้ 2) มีการกำหนดเป้าหมายความสำเร็จในแต่ละขั้นและกำหนดแผนการดำเนินงานของธุรกิจในแต่ละช่วงเวลาไว้อย่างชัดเจน 3) การมีทีมงานและทรัพยากรบุคคลที่มีศักยภาพ 4) กลไกการสนับสนุนของภาครัฐที่เอื้อต่อธุรกิจ เพื่อสามารถแข่งขันในตลาดได้

อภิปรายผล

1. ปัจจัยแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่

ด้านปัจจัยดึงดูดพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่สัมพันธ์ต่อระดับแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด บ่งบอกได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ในแต่ละด้านนั้นเป็นอิสระต่อกัน สอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม (The Multiple Factors Theory of Decision Making and Social Action) ของ Reeder (1971) อธิบายว่า การตัดสินใจขึ้นอยู่กับเหตุผลพื้นฐานที่ผู้ตัดสินใจคิดว่าสอดคล้องหรือตรงกับปัญหา โดยในการตัดสินใจอาจมีเพียงปัจจัยเดียวหรือหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งในด้านของปัจจัยดึงดูดนั้น มุ่งเน้น 3 ด้าน ได้แก่ 1) เป้าหมาย (Goal) 2) ความเชื่อ (Belief Orientation) และ 3) ค่านิยม (Value) โดยปัจจัยเหล่านี้ไม่สามารถชี้เฉพาะได้ชัดเจนตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล สอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานค่าสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ของงานวิจัยครั้งนี้พบว่า ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยดึงดูด ไม่แตกต่างกันตามลักษณะประชากรศาสตร์

ด้านปัจจัยผลักดัน (ก่อนเป็นผู้ประกอบการ) พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน (ก่อนเป็นผู้ประกอบการ) และเมื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One

Way ANOVA) พบว่า ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน (ก่อนเป็นผู้ประกอบการ) ไม่แตกต่างกันตามลักษณะประชากรศาสตร์ (ในแต่ละด้าน) ทั้งนี้สอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม Reeder (1971) เสนอว่า ด้านปัจจัยผลักดันเป็นความคาดหวังจากบุคคลอื่นที่มีต่อผู้กระทำ รวมถึงข้อผูกพันและการบังคับในสถานการณ์ที่ผู้กระทำต้องตัดสินใจในสถานการณ์ต่างๆ โดยเหตุผลในการตัดสินใจดังกล่าวไม่ได้จำกัดอยู่เพียงปัจจัยเดียวเท่านั้น แต่จะประกอบไปด้วยหลายๆ ปัจจัยที่เป็นเหตุผลนำมาช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจ ซึ่งการตัดสินใจดังกล่าวไม่ได้ขึ้นกับลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตามภายใต้สถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมรอบข้างที่ต่างกันนั้น ขณะที่ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ (The Contingency Approach) ของ Fiedler (1967) อธิบายว่าผู้บริหารหรือผู้ประกอบการจะเลือกวิธีการแก้ปัญหาตามสถานการณ์ที่ต่างกัน ซึ่งเชื่อว่าไม่มีวิธีหรือทฤษฎีการบริหารใดที่เลือกทางออกการแก้ปัญหาได้ดีที่สุด สถานการณ์จึงเป็นตัวกำหนดทิศทางในการตัดสินใจและรูปแบบการบริหารและการตัดสินใจที่เหมาะสม

ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุมีความสัมพันธ์กับระดับแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยด้านความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจและการกระทำทางสังคม (The Multiple Factors Theory of Decision Making and Social Action) ด้านปัจจัยความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุน (Ability Factors) ที่มุ่งเน้นโอกาส (Opportunity) ความสามารถ (Ability) และการสนับสนุน (Support) ซึ่งโดยส่วนมากเป็นสิ่งที่กระตุ้นจากภายนอกตัวผู้ประกอบการที่จะผลักดันให้เกิดการตัดสินใจขึ้นได้นั้น แต่ทั้งนี้ในปัจจัยด้านความสามารถที่จะอาศัยความสามารถในตัวบุคคล ในการรับรู้ของผู้กระทำเกี่ยวกับพลังขีดความสามารถของเขาใน

การกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จนกระทั่งสามารถบรรลุความสำเร็จได้ภายใต้สถานการณ์นั้น ที่ผู้กระทำตระหนักถึงความสามารถของตนเองและจะนำไปสู่การตัดสินใจและการกระทำทางสังคมนั้น จะต้องสอดคล้องกับประสบการณ์และใช้เวลาในการพิจารณาให้เห็นถึงโอกาสและการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เข้ามา จึงสัมพันธ์ถึงอายุของผู้ประกอบการที่จะบ่งบอกถึงประสบการณ์หรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่ผ่านเข้ามาในแต่ละช่วงอายุได้ และจากผลการศึกษาพบว่า การมองเห็นโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการหรือสร้างธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด จัดอยู่ในระดับแรงจูงใจมากที่สุด สอดคล้องกับ Smith-Hunter, Kapp & Yonker (2003) กล่าวว่า ผู้ประกอบการบางคนเริ่มต้นธุรกิจใหม่จากการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ (Market Opportunity) ในขณะที่ผู้ประกอบการบางคนจำเป็นต้องเริ่มต้นธุรกิจใหม่เนื่องจากความจำเป็น (Necessity) เช่น การตกงานหรือไม่สามารถหางานประจำได้

จากการทดสอบสมมติฐานค่าเฉลี่ยแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถ หรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกันตามลักษณะประชากรศาสตร์พบว่า ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนแตกต่างกันตามลักษณะประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรส โดยสถานภาพโสดมีค่าเฉลี่ยแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนสูงกว่าสถานภาพสมรส เนื่องด้วยลักษณะของธุรกิจสตาร์ทอัพมุ่งเน้นการเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยมีทฤษฎีคุณลักษณะของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ได้ให้นิยามของคุณลักษณะของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพไว้หลากหลายมุมมอง ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพคือ ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ ต้องการที่จะประสบความสำเร็จ มีแรงผลักดันที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ มีความรับผิดชอบ และมุ่งมั่นให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งต้องทุ่มเททั้งแรงกายแรงใจในการขับเคลื่อนธุรกิจให้สามารถเติบโตแบบก้าวกระโดดได้ ทั้งนี้สถานภาพโสด

นั้นจึงมีความคล่องตัว และการะผูกพัน ความรับผิดชอบที่น้อยกว่าสถานภาพสมรส จึงส่งผลให้มีค่าเฉลี่ยแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุนที่สูงกว่า

2. ผลการวิจัยปัจจัยแรงจูงใจทางด้านลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการที่มีผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่

ด้านความต้องการความสำเร็จพบว่า ประเภทธุรกิจนั้นมีความสัมพันธ์ต่อระดับแรงจูงใจทางด้านลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ ด้านความต้องการความสำเร็จโดยที่ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับแรงจูงใจสูงที่สุดในด้านการมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีการปรับปรุงพัฒนางานอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ Suwannaroj et al. (2017) ได้ระบุนิยามสตาร์ทอัพในรายงานการวิจัย Thailand ISO Startup Profile ว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพเริ่มต้นจากการค้นพบแบบจำลองของธุรกิจ และพัฒนาทำให้แบบจำลองทางธุรกิจสมบูรณ์ขึ้น มีการพัฒนาแบบจำลองการขายเพื่อให้สามารถดำเนินการขายซ้ำๆ ได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจไฟส์สมุทธิ์ของ McClelland (1987) ด้านความต้องการความสำเร็จซึ่งผู้ประกอบการจะต้องเป็นบุคคลที่ต้องการความสำเร็จสูงจะมีลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบงานที่ท้าทาย และต้องการได้รับข้อมูลป้อนกลับเพื่อประเมินผลงานของตนเอง มีความชำนาญในการวางแผน มีความรับผิดชอบสูง และกล้าที่จะเผชิญกับความล้มเหลว

ด้านความต้องการอำนาจพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทธุรกิจ ไม่สัมพันธ์กับระดับแรงจูงใจทางด้านลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการ ด้านความต้องการอำนาจ และค่าเฉลี่ยแรงจูงใจทางด้านลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการด้านความต้องการอำนาจ ไม่แตกต่างกันตามลักษณะ

ประชากรศาสตร์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยในปัจจุบันมีความกล้าเสี่ยงทั้งในด้านของการทำงานและการแข่งขันกับคู่แข่งสูงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Atawongsa (2014) กล่าวถึงทฤษฎีคุณลักษณะเฉพาะของการเป็นผู้ประกอบการ 3 ประการคือ 1) การสร้างนวัตกรรม 2) การเผชิญกับความเสี่ยง และ 3) การทำงานเชิงรุก ซึ่งเป็นปัจจัยที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย

3. การสัมภาษณ์เชิงลึกถึงจุดเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพพบว่า สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน ก่อให้เกิดเหตุการณ์ที่นำไปซึ่งจุดตัดสินใจของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ (The Contingency Approach) ที่ว่า การบริหารจัดการขึ้นอยู่กับสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมรอบข้าง เป็นแนวคิดซึ่งเป็นทางเลือกของผู้บริหารในการกำหนดโครงสร้างและระบบควบคุมองค์การ โดยขึ้นอยู่กับสถานการณ์และลักษณะต่างๆ ของสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อการทำงานขององค์การ ซึ่งผู้บริหารจะต้องพยายามวิเคราะห์สถานการณ์ให้ดีที่สุด ทั้งนี้ให้ผู้สัมภาษณ์ทั้ง 3 ราย ถือได้ว่ามีความสามารถที่จะวิเคราะห์แนวทางการเติบโตของธุรกิจและความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อบริษัทได้เป็นอย่างดี อีกทั้งมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่เหมือนกันในด้านการมีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ ซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ สอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจไฟส์สมุทธิ์ของ McClelland (1987) ที่เน้นการจูงใจของบุคคลที่กระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการความสำเร็จ

สรุปผล

1. ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพมีแรงจูงใจทั้งทางด้านการกระทำทางสังคม และด้านลักษณะนิสัยของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกับการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพและมีส่วนช่วยผลักดันธุรกิจให้เติบโตแบบก้าวกระโดด แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ

ต้องการเมื่อตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพแล้ว คือ สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ โดยการสนับสนุนจากภาครัฐในการสร้างสิ่งแวดล้อม (Ecosystem) ทางธุรกิจที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจในรูปแบบสตาร์ทอัพ ซึ่งในปัจจุบันภาครัฐได้สนับสนุนผู้ประกอบการสตาร์ทอัพหลากหลายรูปแบบ เช่น การจัดโปรแกรมการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ การมีหน่วยงานดูแลผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ และยังมีแหล่งเงินทุนสนับสนุนผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ไม่เพียงแต่ภาครัฐเท่านั้น สถาบันการเงินต่างๆ ก็เริ่มมีสินเชื่อบริการสำหรับสตาร์ทอัพมากขึ้น แต่ทั้งนี้ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารอาจยังไม่ทั่วถึงและทำให้เกิดความร่วมมือในระดับน้อย ทั้งนี้การสร้างเครือข่ายสตาร์ทอัพในจังหวัดเชียงใหม่ ที่จัดทำขึ้นโดยผู้ประกอบการสตาร์ทอัพเองนั้น ถือเป็นวิธีการที่ดีเป็นอย่างยิ่งควรส่งเสริมและชี้แนะให้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพรายใหม่เข้ามาเป็นสมาชิก เพื่อให้เกิดความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกันภายในกลุ่มสมาชิกได้ อาทิ เครือข่ายสตาร์ทอัพที่มีชื่อว่า Startup CNX ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยการรวมตัวกันของกลุ่มผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ต้องการให้มีช่องทางการสื่อสารเพื่อแจ้งข่าวสารซึ่งกันและกัน แต่ทั้งนี้พบว่า การแจ้งข่าวสารกิจกรรม ความรู้ต่างๆ ยังมีน้อย และมีการโต้ตอบระหว่างกันน้อย เนื่องจากผู้ประกอบการสตาร์ทอัพต่างมุ่งที่จะพัฒนาธุรกิจของตนเองให้เติบโตอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้ภาครัฐและหน่วยงานสนับสนุนควรที่จะเข้าไปผลักดันให้เกิดกิจกรรมระหว่างผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์การทำธุรกิจ โดยให้ผู้ประกอบการได้มีส่วนร่วมในการแบ่งปันประสบการณ์ความรู้ที่ได้ รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ เพื่อเป็นกรณีศึกษาให้ผู้ประกอบการรายอื่นและจะเกิดต้นทุนความผิดพลาดในการดำเนินธุรกิจลดลง ส่งเสริมให้ธุรกิจสตาร์ทอัพเติบโตได้อย่างรวดเร็ว โดยมีเจ้าหน้าที่ติดตามการเติบโตของธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งควรจดทะเบียนบริษัทหรือขึ้นทะเบียนสตาร์ทอัพ เพื่อตรวจ ติดตามผล

การดำเนินงาน และติดตามการใช้งบประมาณ ในกรณีที่ได้รับทุนสนับสนุนจากภาครัฐ หรือแม้กระทั่งทุนจากภาคเอกชน เพื่อให้เห็นการเติบโตทางธุรกิจอย่างรวดเร็ว และยังเป็นช่องทางช่วยเหลือผู้ประกอบการ ในกรณีต้องการความช่วยเหลือในส่วนต่างๆ

2. จากการศึกษาระดับแรงจูงใจทางด้านการกระทำทางสังคม ด้านปัจจัยผลักดัน (ก่อนเป็นผู้ประกอบการ) ปัจจัยด้านการงานประจำมีรายได้ไม่เพียงพอเป็นแรงจูงใจที่จะผลักดันให้ผู้ประกอบการสร้างธุรกิจที่ทำกำไรและเติบโตอย่างก้าวกระโดดให้ได้ ซึ่งโดยรูปแบบธุรกิจสตาร์ทอัพมักมุ่งหวังให้มีนักลงทุนมาร่วมธุรกิจ แต่ทั้งนี้ในจังหวัดเชียงใหม่ยังมีกลุ่มนักลงทุนที่มีศักยภาพในการร่วมทุนค่อนข้างน้อย ผู้ประกอบการจึงต้องมุ่งหานักลงทุนเพื่อร่วมลงทุนพัฒนาธุรกิจให้เติบโตต่อไป เนื่องจากการระดมทุนจากนักลงทุนจะลดภาระด้านการเงินของผู้ประกอบการในการสรรหาเงินทุนสำหรับเริ่มต้นและพัฒนาธุรกิจ โดยไปมุ่งเน้นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า แทน ซึ่งในปัจจุบันภาครัฐได้จัดกิจกรรมการสนับสนุนเพื่อเร่งการเติบโตของธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่สำหรับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ (Research Gap Fund) ทั้งการออกแบบและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์และทดสอบผลิตภัณฑ์ และการประเมินและศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด เป็นต้น และในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่มีอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ดำเนินงานในฐานะแม่ข่ายของอุทยานวิทยาศาสตร์ภาคเหนือ ในการดูแลผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่มีการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เติบโตได้ตามรูปแบบของสตาร์ทอัพที่มีเงินทุนสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจให้กับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ และยังมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลและติดตามผลการดำเนินงานของธุรกิจ และคอยเสริมสร้างศักยภาพของธุรกิจให้เข้มแข็งและเติบโตยิ่งขึ้นไป ซึ่งจะเป็นอีกช่องทางที่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ สามารถเข้าร่วมรับบริการจากภาครัฐใน

การสนับสนุนด้านต่างๆ ต่อไป

3. ในจังหวัดเชียงใหม่มีธุรกิจสตาร์ทอัพประเภท IT จำนวนมาก ซึ่งมีความต้องการผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะในด้านอาชีพโปรแกรมเมอร์ (Programmer) ทั้งนี้อาชีพนี้ในตลาดแรงงานมีความต้องการสูง และยังมีอัตราค่าตอบแทนที่สูงอีกด้วย ซึ่งผู้ประกอบการต้องแข่งขันกันในการหาผู้เชี่ยวชาญในด้านดังกล่าวมาสร้างเทคโนโลยีที่จะช่วยดำเนินธุรกิจ จึงเสนอแนะให้ภาคการศึกษาหาความร่วมมือกับผู้ประกอบการในการสร้างทรัพยากรบุคคลที่มีศักยภาพมาทำงานให้กับภาคเอกชน

โดยสามารถเข้าฝึกประสบการณ์ทำงานกับภาคเอกชน ในระหว่างศึกษาอยู่ได้ เพื่อให้นักศึกษาได้ทดลองงานจริงและหากปฏิบัติงานได้ดี อาจได้รับคัดเลือกให้เข้ามาทำงานกับบริษัท หรือสามารถร่วมเป็นผู้บริหารบริษัทต่อไปได้ ทั้งนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อภาคเอกชนที่จะได้ช่วยในการพัฒนาด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ บริษัทจึงควรทำโครงการความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยรับนักศึกษาฝึกงาน หรืออาจจูงใจโดยการแบ่งส่วนผู้ถือหุ้นในบริษัทให้กับอาจารย์ หรือนักศึกษาที่จะเข้ามาช่วยพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ด้านเทคโนโลยีให้แก่บริษัทได้

References

- Atawongsa, S. (2014). *The Effects of Entrepreneurial Orientation and Enterprise Characteristics Toward Thai SMEs' Growth*. Doctor of Business Administration. Dhurakij Pundit University. [in Thai]
- Chummano, N. & Manohan, A. (2016). *Incubation officer*. Chiang Mai: Science and Technology Park, Chiang Mai University. [in Thai]
- Fiedler, F. E. (1967). *A theory of leadership effectiveness*. New York: McGraw-Hill.
- McClelland, D. C. (1987). *Human Motivation*. New York: Cambridge University Press.
- Moon, B. (2016). *Top 10 startup ecosystems in the world 2016*. Retrieved January 14, 2017, from <http://venturebeat.com/2016/11/05/top-10-startup-ecosystems-in-the-world-2016/>
- Reeder, W. (1971). *Patial theories from thed 25 year research programe on directive factor in Believer and social action*. New York: Mcgraw hill.
- Schermerhorn, J. R., Hunt, J. G. & Osborn, R. N. (2003). *Organizational behavior* (8thed.). Hoboken. NJ Wiley: John Wiley & Sons.
- Science and Technology Park, Chiang Mai University. (2014). *Northern Science Park*. Retrieved September 6, 2016, from <http://www.step.cmu.ac.th/sciencepark.php> [in Thai]
- Smith-Hunter, A., Kapp, J. & Yonkers, V. (2003). A psychological model of entrepreneurial behavior. *Journal of Academy of Business and Economics*, 2(2), 180-192.
- SM Magazine. (2015). *STARTUP MARKUP*. Retrieved September 4, 2016, from <http://lertad.com/startup-markup/startup> [in Thai]
- Suwannaroj, S., Sangpa, P., Chamlerwat, W., Sunetnanta, T., Jirapanthong, W. & Sunkhamani, J. (2017). *Thailand ISO Startup Profile report in 2017*. Retrieved August 28, 2017, from https://drive.google.com/file/d/0BxqABs_OC8qjTmVqVkJQSmZZQTA/view [in Thai]

- Thailand Startup Association. (2016). *The Whitepaper for STARTUP THAILAND 2016*. Bangkok: Thailand Startup Association. [in Thai]
- Triphopsakul, S. (2015). *The Study of Entrepreneurship Motivation on Business Growth and Business Growth Expectation: A Case Study of Thailand*. Doctor of Philosophy, Chulalongkorn University. [in Thai]
- Wikipedia. (2016). *Startup ecosystem*. Retrieved October 29, 2016, from https://en.wikipedia.org/wiki/Startup_ecosystem [in Thai]



Name and Surname: Thashisa Srichomtung

Highest Education: Bachelor of Science Program in Biochemistry and Biochemical Technology

University of Agency: Chiang Mai University

Field of Expertise: Analytical, Support and Business Development

Address: Science and Technology Park, Chiang Mai University
239 Huay Keaw Rd., Mueang, Chiang Mai 50200



Name and Surname: Orapin Santidhirakul

Highest Education: Ph.D. (Management)

University: Adamson University

Field of Expertise: Organization Behavior, Entrepreneurship

Address: Faculty of Business Administration Chiang Mai University
239 Huay Keaw Rd., Mueang, Chiang Mai 50200



Name and Surname: Kemakorn Chaiprasit

Highest Education: Ph.D. (Knowledge Management)

University: Chiang Mai University

Field of Expertise: Knowledge Management

Address: Faculty of Business Administration, Chiang Mai University
239 Huay Keaw Rd., Mueang, Chiang Mai 50200