

ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา) สหสาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและ
การจัดการนวัตกรรม
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

An assessment system for traits and characteristics of entrepreneurs



Mr. Pathompol Laowirayasak

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science in Technopreneurship and Innovation
Management

Inter-Department of Technopreneurship and Innovation Management

GRADUATE SCHOOL

Chulalongkorn University

Academic Year 2021

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ
โดย	นายปฐมพล เหล่าวิริยะศักดิ์
สาขาวิชา	ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	อาจารย์ ดร.ขวัญรัฐ ส่วนพงษ์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภพสกุล

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

.....	คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุทธนา ฉัพรรณรัตน์)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	
.....	ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กวิน อัสวานนท์)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์ ดร.ขวัญรัฐ ส่วนพงษ์)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภพสกุล)	
.....	กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิเลิศ ภูริวัชร)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(อาจารย์ ดร.ชูพรรณ โกวานิชย์)	

ปฐมพล เหล่าวิริยะศักดิ์ : ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ. (An assessment system for traits and characteristics of entrepreneurs) อ.ที่ปรึกษาหลัก : อ. ดร.ขวัญรัฐ ส่วนพงษ์, อ.ที่ปรึกษาร่วม : ผศ. ดร.สุชาติ ไตรภพสกุล

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาความแตกต่างในด้านคุณลักษณะและอุปนิสัยระหว่างผู้ประกอบการระยะเริ่มต้นและผู้ประกอบการที่มั่นคงแล้วซึ่งมีผลต่อการประกอบธุรกิจจัดตั้งใหม่ เพื่อพัฒนาระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการ โดยรวบรวมตัวแบบคุณลักษณะความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด การดูดซับความรู้ และอุปนิสัยความมีใจรักและความเพียร และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ประกอบการ 123 ราย แบ่งเป็น 47 ราย ที่ทำธุรกิจมาน้อยกว่า 3.5 ปี และ 76 ราย ที่ทำธุรกิจมามากกว่า 3.5 ปี แล้วทำการวิเคราะห์ทางสถิติโดยเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้ประกอบการทั้งสองกลุ่ม ผลการวิเคราะห์พบว่าค่ารวมปัจจัยคุณลักษณะของกลุ่มผู้ประกอบการที่มั่นคงแล้วที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผู้ประกอบการระยะเริ่มต้น แต่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญด้านคุณลักษณะย่อยแต่ละปัจจัยในด้าน 1) การแก้ปัญหาผ่านการทดลองด้วยตนเอง 2) การทำสิ่งต่างๆโดยคาดการณ์ถึงปัญหาหรือความต้องการในอนาคต 3) การพยายามช่วยเหลือหากลูกค้าประสบปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ 4) การตอบสนองต่อลูกค้าเมื่อพบว่าลูกค้าไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการ 5) ความคุ้นเคยกับการดูดซับความรู้ใหม่ และอุปนิสัย 6) ด้านความมุ่งมั่นและความสามารถในการจดจ่อกับสิ่งที่ทำ ผลการวิจัยเสนอแนวทางการประเมินเพื่อส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจระยะเริ่มต้นให้เป็นผู้ประกอบการที่มั่นคงได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยคำนึงถึงปัจจัยย่อยทั้งด้านอุปนิสัยความมีใจรักและความเพียรควบคู่ไปกับ ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด และการดูดซับความรู้ โดยผลการวิเคราะห์สามารถนำมาพัฒนาระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการเพื่อสนับสนุนการพิจารณาคัดเลือกผู้ประกอบการระยะเริ่มต้นที่มีศักยภาพ รวมถึงดำเนินโครงการส่งเสริม บ่มเพาะ พัฒนา หรือให้ทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สาขาวิชา ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการ ลายมือชื่อนิสิต

นวัตกรรม (สหสาขาวิชา)

ปีการศึกษา 2564

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม

6280124420 : MAJOR TECHNOPRENEURSHIP AND INNOVATION MANAGEMENT

KEYWORD: Entrepreneur, Startup, Entrepreneur characteristics, Entrepreneur trait

Pathompol Laowirayasak : An assessment system for traits and characteristics of entrepreneurs. Advisor: KWANRAT SUANPONG, Ph.D. Co-advisor: Asst. Prof. Suchart Tripopsakul, Ph.D.

This research aims to study the differences between early-stage entrepreneurs and entrepreneurs of established business in terms of characteristics and traits, covering Entrepreneurial Orientation (EO), Market Orientation (MO), Absorptive Capacity (ACAP), and Grit. The data were collected from 123 entrepreneurs, divided to 47 entrepreneurs, doing business for less than 3.5 years, and 76 entrepreneurs, doing business for more than 3.5 years, with questionnaires used for statistical analysis. The results of the research revealed that there were no differences in EO, MO, ACAP and Grit between the two groups of entrepreneurs. However, those who have been in business for more than 3.5 years are distinguished in the 1) favoring original approaches to problem solving 2) acting in anticipation of future 3) helping customer to solve the problem 4) taking action when find out that customers are unhappy with their services 5) familiar with absorbing of new knowledge and 6) commitment and consistent of focus on goal. The results of this research proposed a guideline for assessing and promoting early-stage entrepreneurs by considering the key factors related to trait and characteristics of Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, and Absorptive Capacity. The findings in the research were used to develop an assessment system, supporting evaluation process of early-state entrepreneurs, while promoting, incubating, developing and investing in them more efficiently.

Field of Study: Technopreneurship and Innovation Management Student's Signature

Academic Year: 2021

Advisor's Signature

Co-advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ขวัญรัฐ ส่วนพงษ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ไตรภพสกุล อาจารย์ที่ปรึกษาที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และเสียสละเวลาในการตรวจสอบแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ด้วยความเอาใจใส่และเมตตาอย่างสูง ผู้วิจัยเติบโตในฐานะนักวิจัยจากคำแนะนำของท่าน ขอขอบพระคุณคุณเฉลิมพล ปุณโณทก ที่ให้โอกาสสัมภาษณ์และเป็นต้นแบบผู้ประกอบการนวัตกรรมให้กับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพงษ์ แพสุวรรณ ดร.ชาญวิทย์ ตรีเดช ดร.สุรอรธ ศุภจัตุรัส คุณณัฐริยา วิทยธนเศรษฐ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมศักดิ์ อุทัยชนะ ผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานให้ทุนและกองทุนร่วมลงทุนที่แบ่งปันประสบการณ์การพิจารณาผู้ประกอบการและช่วยประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม พวกท่านมีความปรารถนาดีต่อการเสริมสร้างผู้ประกอบการ และกำลังขับเคลื่อนระบบนิเวศของวิสาหกิจเริ่มต้นไปข้างหน้า

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กวิน อัครวานันท์ ที่ให้เกียรติเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ท่านเป็นทั้งนักวิชาการและผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ช่วยให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.วิเลิศ ภูริวัชร และ อาจารย์ ดร.ชูพรรณ โกวานิชย์ ที่ให้เกียรติเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์วิเลิศได้ถ่ายทอดความชำนาญด้านอุปนิสัย และคุณลักษณะของบุคคลให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ดำเนินไปอย่างถูกต้อง อาจารย์ชูพรรณเป็นทั้งอาจารย์ ผู้บริหารมืออาชีพ และผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จซึ่งได้เสริมมุมมองที่หลากหลายให้กับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ อีกทั้ง ขอขอบพระคุณ หลักสูตรธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้ผู้วิจัยสามารถนำมาต่อยอดจนเกิดเป็นวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอพระขอบคุณพี่อิม พัชรนรี ธนาคุณ รุ่นพี่ CUTIP ที่วิทยานิพนธ์ของท่านเป็นแรงบันดาลใจในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ท่านยังช่วยให้คำแนะนำและประสานงานผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานให้ทุนให้ผู้วิจัยมีโอกาสได้เข้าสัมภาษณ์ ขอขอบคุณเพื่อนๆ CUTIP สำหรับมิตรภาพและการสนับสนุน โดยเฉพาะเพื่อนๆ ทีมแอดัมบุญ พี่บ๊ิกซ์ คุณเกมส์ และน้องวิว ที่ให้ความช่วยเหลืออยู่เสมอ

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และน้องปี ที่ให้ความรัก เป็นกำลังใจและเชื่อมั่นในตัวผู้วิจัยเป็นอย่างดี วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้จากการสนับสนุนของทุกท่าน

ปฐมพล เหล่าวีระยะศักดิ์

สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูปภาพ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.1.1 พลวัตทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป.....	1
1.1.2 นโยบายไทยแลนด์ 4.0	1
1.1.3 ระบบนิเวศของวิสาหกิจเริ่มต้น.....	2
1.1.4 ข้อจำกัดของกระบวนการให้ทุนและลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้น.....	4
1.1.5 ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ	6
1.2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	7
1.3. ขอบเขตงานวิจัย	7
1.4. ข้อจำกัดของงานวิจัย.....	8
1.5. คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	8
1.6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.7 TIM (Technology Innovation and Management).....	10

1.8. แผนการดำเนินงาน	10
บทที่ 2 วรรณกรรมปริทัศน์	11
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	11
2.1.1 ความเป็นผู้ประกอบการ นวัตกรรม และวัฏจักรการพัฒนาเศรษฐกิจ.....	11
2.1.2 ทฤษฎีอุปนิสัยของบุคลิกภาพ (Trait theory of personality).....	11
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.2.1 กระบวนการของการเป็นผู้ประกอบการ	12
2.2.2 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	13
2.2.3 การเกิดขึ้นของธุรกิจจัดตั้งใหม่ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ	14
2.2.4 ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation).....	16
2.2.5 ความมีใจรักและความเพียร (Grit).....	18
2.2.6 การมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation).....	20
2.2.7 การดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity).....	23
2.2.8 การเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business performance).....	25
2.2.9 ประเภทของแบบทดสอบบุคคล.....	26
2.2.10 ระบบประเมินความคิดผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset Profile).....	26
2.2.11 การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนวัตกรรมในประเทศไทย.....	27
2.3 กรอบแนวความคิด.....	28
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	31
3.1 รวบรวมตัวชี้วัดด้านอุปนิสัยและคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของผู้ก่อตั้งธุรกิจ นวัตกรรมจัดตั้งใหม่ (Literature Review).....	31
3.2 หาความสอดคล้องตัวชี้วัดที่รวบรวมมากับบทสัมภาษณ์เส้นทางการเป็นผู้ประกอบการของ ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม	31

3.3	ศึกษาผู้เชี่ยวชาญโดยสัมภาษณ์ผู้ให้ทุนจากหน่วยงานภาครัฐฯ และกองทุนร่วมลงทุน เพื่อทดสอบความสอดคล้องของตัวชี้วัด กับการประเมินภาคปฏิบัติจริง รวมถึงปรึกษาโอกาสรับเอาระบบประเมินที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นไปใช้.....	32
3.4	พัฒนารอบแนวคิดเรื่องอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ	33
3.5	พัฒนาแบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ	33
3.6	ทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการระยะเริ่มต้นและผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จแล้ว	33
3.6.1	ผู้ประกอบการระยะเริ่มต้น	33
3.6.2	ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จ.....	34
3.6.3	การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการ.....	34
3.7	การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้สำรวจมา.....	34
บทที่ 4	ผลการวิจัยและอภิปรายผล.....	36
4.1	การหาความสอดคล้องตัวชี้วัดที่รวบรวมมา กับบทสัมภาษณ์เส้นทาง การเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม	36
4.2	การศึกษาผู้เชี่ยวชาญโดยสัมภาษณ์ผู้ให้ทุนจากหน่วยงานภาครัฐฯ และกองทุนร่วมลงทุน..	38
4.2.1	การสัมภาษณ์ผู้ให้ทุนจากหน่วยงานภาครัฐฯ และกองทุนร่วมลงทุน	38
	ท่านที่ 1 รศ. ดร.วีระพงษ์ แพสุวรรณ ผู้บริหารหน่วยงานให้ทุนภาครัฐฯ.....	38
	ท่านที่ 2 ดร.ชาญวิทย์ ตรีเดช ผู้บริหารหน่วยงานให้ทุนภาครัฐฯ	40
	ท่านที่ 3 ดร.สุรอรธ ศุภจัตุรัส ผู้บริหารหน่วยงานให้ทุนภาครัฐฯ.....	43
	ท่านที่ 4 คุณณัฐริยา วิทยธนเศรษฐ์ ผู้จัดการการลงทุนกองทุนร่วมลงทุนต่างประเทศ	45
	ท่านที่ 5 ผศ. ดร.เกษมศักดิ์ อุทัยชนะ ผู้บริหารหน่วยงานให้ทุนภาครัฐฯ และศูนย์บ่มเพาะ	46
4.2.2	การอภิปรายผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ	48
4.3	การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)	49

4.3.1 การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง	49
4.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	50
4.3.3 การตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์งานวิจัย (IOC).....	50
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม.....	55
4.4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	56
4.4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยคุณลักษณะและอุปนิสัยของผู้ประกอบการ.....	56
4.4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	57
สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีอุปนิสัยและ คุณลักษณะผู้ประกอบการแตกต่างกัน	57
สมมติฐานที่ 2 มุมมองต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมา มากกว่า 3.5 ปี มีความสัมพันธ์กับอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการ ...	65
สมมติฐานที่ 3 ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ระหว่าง กลุ่มที่ไม่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอกและมีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก มี อุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการแตกต่างกัน	75
สมมติฐานที่ 4 ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ที่อยู่ใน ระยะของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการแตกต่าง กัน.....	78
4.4.4 การอภิปรายผลการวิจัยเชิงสำรวจ.....	89
บทที่ 5 การพัฒนาระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ	92
5.1 รวบรวมข้อมูลด้วย Google Forms.....	92
5.2 จัดการข้อมูลด้วย Google Sheets.....	93
5.3 เชื่อมโยงข้อมูลจาก Google Sheets เข้ากับ Google Data Studio.....	93
5.5 การวิเคราะห์ผลและข้อเสนอแนะผู้ประกอบการ.....	94
5.6 ประโยชน์และแนวการใช้งานสำหรับผู้พิจารณาทุน	95
5.6.1 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ	96

5.6.2	เปรียบเทียบคะแนนอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการในแต่ละด้าน	96
5.6.3	เปรียบเทียบข้อมูลในข้อย่อที่เป็นปัจจัยเด่นชัดของผู้ประกอบการที่มั่นคงแล้ว	96
บทที่ 6	การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์	98
6.1	ระบบประเมินออนไลน์สำหรับผู้ใช้งานทั่วไป	98
6.1.1	การเก็บค่าบริการจากผู้ใช้งานสำหรับการวิเคราะห์เชิงลึก	98
6.1.2	การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูล	98
6.2	ระบบประเมินออนไลน์สำหรับผู้ใช้งานองค์กร	98
บทที่ 7	การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด	100
7.1	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL analysis)	100
7.1.1	ปัจจัยทางการเมืองการปกครองและกฎหมาย (Political and Legal).....	100
7.1.2	ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic).....	101
7.1.3	ปัจจัยทางสังคม (Sociological).....	101
7.1.4	ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technological).....	101
7.1.5	ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม (Environmental).....	102
7.2	การวิเคราะห์ตลาด (Market analysis)	102
7.2.1	การวิเคราะห์ตลาดผู้ใช้งานทั่วไป	102
7.2.2	การวิเคราะห์ตลาดผู้ใช้งานองค์กร	103
7.3	การวางแผนทางการตลาด.....	103
7.3.1	วัตถุประสงค์ทางการตลาด	103
7.3.2	กลยุทธ์การกำหนดตลาดกลุ่มเป้าหมาย (STP).....	104
บทที่ 8	การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการดำเนินงานและการจัดการ	105
8.1	เป้าหมายทางการบริการ	105
8.2	รายละเอียดของบริการ	105
8.3	ข้อมูลธุรกิจ	105

บทที่ 9 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน	106
9.1 สมมติฐานทางการเงิน	106
9.2 ประมาณการทางการเงิน.....	107
9.2.1 งบกำไรขาดทุน (Income statement).....	107
9.2.2 งบแสดงฐานะทางการเงิน (Balance sheet).....	108
9.2.3 การประมาณการกระแสเงินสด.....	109
9.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์และประเมินโครงการ	109
บทที่ 10 สรุปผล	111
10.1 สรุปผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ	111
10.2 สรุปผลการการวิจัยเชิงสำรวจ.....	111
10.3 สรุปผลการพัฒนาระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ.....	113
10.4 ข้อจำกัดงานวิจัย.....	113
10.5 ข้อเสนอแนะ	113
Appendix	114
บรรณานุกรม.....	194
ประวัติผู้เขียน.....	200

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 แบบประเมินความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการระดับบุคคล (Bolton & Lane, 2012).....	17
ตารางที่ 2 แบบประเมินในมิติความมีใจรักและความเพียร (Duckworth & Quinn, 2009).....	19
ตารางที่ 3 แบบประเมินคุณลักษณะการมุ่งเน้นการตลาด (Schlosser & McNaughton, 2009)....	21
ตารางที่ 4 แบบประเมินในมิติการดูดซับความรู้ (Flatten et al., 2011)	23
ตารางที่ 5 แบบเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Suliyanto & Rahab, 2012).....	25
ตารางที่ 6 ได้ผลการประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์	50
ตารางที่ 7 น้ำหนักความสำคัญของมิติแต่ละด้านต่อการประเมินผู้ประกอบการธุรกิจจัดตั้งใหม่.....	55
ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน สมมติฐานที่ 1	58
ตารางที่ 9 ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ สมมติฐานที่ 1	60
ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที สมมติฐานที่ 1	64
ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สมมติฐานที่ 2 ในภาพรวม	66
ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สมมติฐานที่ 2 ในด้านความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ	67
ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สมมติฐานที่ 2 ในด้านการมุ่งเน้นการตลาด.....	69
ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สมมติฐานที่ 2 ในด้านการดูดซับความรู้	73
ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สมมติฐานที่ 2 ในด้านการมีใจรักและความเพียร	75
ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที สมมติฐานที่ 3	77
ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน สมมติฐานที่ 4.....	78
ตารางที่ 18 ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ สมมติฐานที่ 4.....	83
ตารางที่ 19 งบกำไรขาดทุน	107
ตารางที่ 20 งบแสดงฐานะทางการเงิน	108

ตารางที่ 21 ประมาณการกระแสเงินสด 109



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 ระบบนิเวศวิสาหกิจเทคโนโลยีเริ่มต้นของประเทศไทย (Startup Thailand, 2020).....	3
ภาพที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของวิสาหกิจเริ่มต้น.....	4
ภาพที่ 3 ตัวอย่างกระบวนการให้ทุนวิสาหกิจเริ่มต้นในโครงการ Ideation Incentive Program ของ Youth Startup Fund.....	4
ภาพที่ 4 เกณฑ์การพิจารณาให้ทุนวิสาหกิจเริ่มต้นในโครงการ Ideation Incentive Program ของ Youth Startup Fund.....	6
ภาพที่ 5 กระบวนการให้ทุนวิสาหกิจเริ่มต้นในที่เสนอ	9
ภาพที่ 6 เกณฑ์การพิจารณาด้านคุณลักษณะสำหรับให้ทุนวิสาหกิจเริ่มต้นในที่เสนอ	9
ภาพที่ 7 กระบวนการของการเป็นผู้ประกอบการ.....	13
ภาพที่ 8 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่.....	14
ภาพที่ 9 กรอบแนวคิดความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยมีความมีใจรักและความเพียรเป็นตัวกลาง	20
ภาพที่ 10 แนวคิดอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการในกระบวนการของการเป็นผู้ประกอบการ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่.....	29
ภาพที่ 11 กรอบแนวคิดอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ.....	30
ภาพที่ 12 ความสอดคล้องของตัวชี้วัดที่รวบรวมมากับเส้นทางการเป็นผู้ประกอบการจากการ สัมภาษณ์ คุณเฉลิมพล ปุณโณทก ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้ง บริษัท ซีที เอเชีย โรโบติกส์	37
ภาพที่ 13 ข้อมูลประชากรศาสตร์	56
ภาพที่ 14 ข้อมูลค่าเฉลี่ยอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการ	57
ภาพที่ 15 สรุปผลสมมติฐานที่ 1	89
ภาพที่ 16 สรุปผลสมมติฐานที่ 2	90
ภาพที่ 17 สรุปผลสมมติฐานที่ 3	91

ภาพที่ 18 สรุปผลสมมติฐานที่ 4	91
ภาพที่ 19 แบบ Google Forms สำหรับการวิจัยและพัฒนาระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะ ของผู้ประกอบการ.....	92
ภาพที่ 20 พื้นที่สำหรับการระบุนามแฝงเพื่อดูผลการประเมินของผู้ประกอบการ	93
ภาพที่ 21 เตรียมข้อมูลด้วย Google Sheets สำหรับการใช้งานร่วมกับ Data Studio	93
ภาพที่ 22 เชื่อมโยงฐานข้อมูลเข้ากับ Data Studio และจัดทำแผนภาพเรดาร์.....	94
ภาพที่ 23 ต้นแบบจากฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่ทำแบบสอบถาม	94
ภาพที่ 24 การเพิ่มคำบรรยายในระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ.....	95
ภาพที่ 25 การอ่านค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ.....	96
ภาพที่ 26 การอ่านค่าอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการในแต่ละด้าน	96
ภาพที่ 27 การเปรียบเทียบในอุปนิสัยและคุณลักษณะที่โดดเด่นของผู้ประกอบการที่มั่นคงแล้ว.....	97
ภาพที่ 28 การดูคะแนนของผู้ประกอบการในรายชื่อย่อยใน Google Sheets	97
ภาพที่ 29 การประเมินขนาดตลาดด้วย TAM SAM SOM.....	103
ภาพที่ 30 การวิเคราะห์ตลาด.....	104

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

1.1.1 พลวัตทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

การคิดค้นนวัตกรรมและการเกิดขึ้นของธุรกิจจัดตั้งใหม่เป็นแรงผลักดันสำคัญต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Schumpeter, 1934) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วผ่านการมีเทคโนโลยีเป็นปัจจัยเร่งปฏิกิริยา โดยเมื่อพิจารณาพลวัตทางเศรษฐกิจของโลกในรอบทศวรรษที่ผ่านมาพบว่ากิจการที่มีมูลค่ามากที่สุด 10 อันดับแรกของตลาดหุ้นโลกในปัจจุบันได้มีสัดส่วนเป็นบริษัทเทคโนโลยีถึง 7 บริษัท (VALUE.TODAY, 2021) เปลี่ยนแปลงจากในปี 2010 ที่บริษัทชั้นนำ 10 อันดับแรก กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มธุรกิจพลังงาน ห้างค้าปลีก และอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยที่ไม่มีบริษัทเทคโนโลยีติดอันดับเข้ามาเลย (CNN, 2021) ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวคือ ความสามารถในการเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจเทคโนโลยีผ่านการแพร่กระจายของบริการสู่ผู้ใช้งานจำนวนมากได้ในระยะเวลาอันสั้น สำหรับสถานการณ์ของประเทศไทยนั้นนับว่ายังเป็นผู้ตามหากมองในมิติดังกล่าวโดยกิจการที่มีมูลค่าสูงสุดของประเทศไทยยังคงกระจุกตัวในกลุ่มธุรกิจพลังงาน ค้าปลีก และธนาคาร เช่นเดียวกับในช่วงอดีตของประเทศชั้นนำของโลก และไม่เปลี่ยนแปลงจากช่วงทศวรรษที่แล้วของเราเอง

1.1.2 นโยบายไทยแลนด์ 4.0

ทั้งนี้ ประเทศไทยเองก็ได้ตระหนักถึงพลวัตทางเศรษฐกิจที่ได้เปลี่ยนแปลงไป โดยเรากำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่ไทยแลนด์ 4.0 (Thailand 4.0) ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจ ว่าด้วยการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจจากเดิมที่มุ่งเน้นด้านการพัฒนาเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม ไปสู่ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างคุณค่า (Value-Based Economy) (สำนักโฆษกสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2560)

โดยตัวเลข 4.0 เป็นเลขบ่งชี้ลำดับการพัฒนาเชิงพื้นฐานเศรษฐกิจของประเทศซึ่งมีการแบ่งลำดับขั้นดังนี้

Thailand 1.0 (ไทยแลนด์ 1.0) ยุคของเกษตรกรรม (ก่อน พ.ศ. 2504) สร้างรายได้และยังชีพด้วยการทำไร่ ทำสวน และปศุสัตว์ โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติดั้งเดิมที่ค่อนข้างอุดมสมบูรณ์ อย่างไรก็ตาม ผลผลิตส่วนใหญ่มีมูลค่าเพิ่มต่ำและมีความผันผวนของราคาสูงเนื่องจากเป็นสินค้าโภคภัณฑ์

Thailand 2.0 (ไทยแลนด์ 2.0) ยุคอุตสาหกรรมเบา (ราว พ.ศ. 2504 - 2529) เพิ่มศักยภาพด้วยการใช้เครื่องมือช่วยผลิตสินค้า อาทิ เสื้อผ้า กระเป๋า เครื่องดื่ม เครื่องเขียน

เครื่องประดับ เป็นต้น ซึ่งมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นจากยุค 1.0 สามารถช่วยดึงดูดเงินลงทุนจากต่างประเทศ และนำรายได้เข้าประเทศจากการส่งออก โดยเรามีความสามารถแข่งขันที่ดีเนื่องจากต้นทุนค่าแรงยังอยู่ในระดับต่ำ

Thailand 3.0 (ไทยแลนด์ 3.0) ยุคอุตสาหกรรมหนัก (ราว พ.ศ. 2530 - 2557) ยุกระดับการผลิตสู่อุตสาหกรรมหนัก อาทิ เหล็กกล้า รถยนต์ ก๊าซธรรมชาติ และปูนซีเมนต์ เป็นต้น ด้วยการรับเทคโนโลยีจากต่างประเทศเข้ามาใช้ ทั้งนี้ ณ ระดับดังกล่าว การเติบโตของประเทศไทยยังอยู่ที่เพียง 3-4% ต่อปีเท่านั้น ต่ำกว่าช่วงปี 2500-2536 ที่เติบโตในระดับ 7-8% ต่อปี

จึงเป็นที่มาสู่การพัฒนาสู่ **Thailand 4.0 (ไทยแลนด์ 4.0) ยุคนวัตกรรม** (ตั้งแต่ พ.ศ.2558) ซึ่งบูรณาการเทคโนโลยี และนวัตกรรมเข้ากับปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ ในด้านต่างๆ ได้แก่

- ภาคอุตสาหกรรมมุ่งขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี, ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม
- ภาคเกษตรกรรม ปรับเปลี่ยนจากเกษตรกรรมแบบดั้งเดิม ไปสู่เกษตรกรรมสมัยใหม่ ด้วยการใช้นวัตกรรมในการผลิตและบริหารจัดการ (Smart Farming)
- ภาคบริการ พัฒนาการให้บริการ จากบริการทั่วไปแบบดั้งเดิม สู่บริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูง
- ด้านผู้ประกอบการ เน้นยกระดับ SMEs ซึ่งเป็นรากฐานทางเศรษฐกิจของประเทศ ไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Startups ที่มีศักยภาพการเติบโตสูง
- เพิ่มศักยภาพแรงงานจากแรงงานที่มีทักษะทั่วไปสู่แรงงานที่มีความรู้และทักษะทางด้านเทคโนโลยี

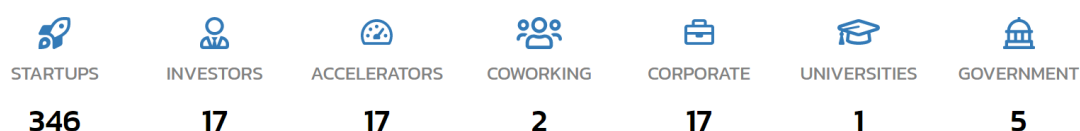
ความท้าทายหนึ่งต่อการบรรลุนโยบายไทยแลนด์ 4.0 คือ การสร้างและส่งเสริมผู้ประกอบการให้ตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างดังกล่าว (สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2560) โดยในระบบเศรษฐกิจแบบดั้งเดิม ฐานผู้ประกอบการและธุรกิจตั้งใหม่ส่วนใหญ่ในประเทศไทยนั้นอยู่ในรูปแบบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) (สำนักงานส่งเสริมรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561) ซึ่งมักจะมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมต่ำ และมุ่งตอบสนองความต้องการเพียงแค่ระดับท้องถิ่นหรือภูมิภาคเท่านั้น (Aulet & Murray, 2013)

ทั้งนี้ มาตรการสำคัญที่ภาครัฐฯ ได้มีการออกมาเพื่อรับมือกับความท้าทายดังกล่าว คือการให้ทุนสนับสนุนการสร้างวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) กับนิสิต, นักศึกษา, บัณฑิต และนักวิจัย ผ่านโครงการต่างๆ อาทิ TED fund, Youth Startup Fund, Open Innovation และ Research Gap Fund รวมถึงการปล่อยกู้ผ่านธนาคารออมสินในโครงการ GSB SME Startup เพื่อให้เกิดการคิดค้นนวัตกรรมและจัดตั้งวิสาหกิจเริ่มต้นเพิ่มมากขึ้น

1.1.3 ระบบนิเวศของวิสาหกิจเริ่มต้น

นอกจากการเคลื่อนไหวของภาครัฐฯ แล้ว ทางภาคเอกชนก็ได้มีกระแสตื่นตัวในการจัดตั้งวิสาหกิจเทคโนโลยีเริ่มต้น (Tech Startup) มาแล้วมากกว่า 8 ปี ซึ่งสนับสนุนให้ระบบนิเวศ

(Ecosystem) ด้านการสร้างวิสาหกิจเทคโนโลยีเริ่มต้นในประเทศไทยมีการเติบโตขึ้นตามลำดับ และมีผู้เล่นสำคัญเข้ามามีส่วนร่วม อาทิ ภาคธุรกิจขนาดใหญ่ (Corporate), กองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital) และผู้ให้เงินทุนเริ่มต้นธุรกิจใหม่ (Angel Investor)



ภาพที่ 1 ระบบนิเวศวิสาหกิจเทคโนโลยีเริ่มต้นของประเทศไทย (Startup Thailand, 2020)

ทั้งนี้ การขยายตัวของระบบนิเวศได้ก่อให้เกิดการจัดงานประกวดไอเดียธุรกิจ, เวทีการระดมทุน และ ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจมากมาย โดยในปี 2020 มีประมาณการเม็ดเงินลงทุนในสตาร์ทอัพไทยกว่า 1.1 หมื่นล้านบาท (Techsauce, 2020)

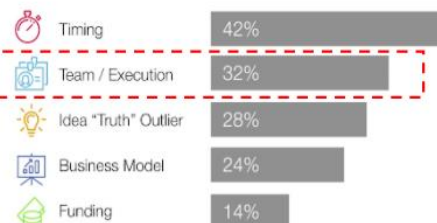
อย่างไรก็ตาม แม้จะมีนโยบายการผลักดันการก่อตั้งธุรกิจเทคโนโลยีจัดตั้งใหม่ และมีเม็ดเงินลงทุนมหาศาลจากทั้งภาครัฐฯ และภาคเอกชน แต่ผลสัมฤทธิ์ที่จับต้องได้ยังไม่มีให้เห็นมากนัก สะท้อนได้จากการที่ประเทศไทยยังไม่มีวิสาหกิจเริ่มต้นที่อยู่ในระดับ ยูนิคอร์น (สตาร์ทอัพที่มีมูลค่ามากกว่า 1 พันล้านบาท) มากนักเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อื่นๆ อาทิ เวียดนาม 1 บริษัท และอินโดนีเซีย 6 บริษัท

อนึ่ง ธรรมชาติของวิสาหกิจเริ่มต้นมีอัตราการล้มเหลวอยู่ที่มากกว่า 90% (Marmer et al., 2011) ขณะที่จากสถิติวิสาหกิจเริ่มต้นที่ได้รับเงินทุนรอบแรกจากนักลงทุนในสหรัฐฯ นั้น (Seed round) มีกิจการเพียง 33% ที่สามารถสร้างผลตอบแทนให้กับนักลงทุนได้ผ่านการควบรวมกิจการ (M&A) หรือ การจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (Initial Public Offering) ขณะที่ 67% ที่เหลือนั้นล้มเหลวหรือทำได้เพียงประกอบกิจการ (CBinsights, 2018b) โดย ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของวิสาหกิจเริ่มต้นนั้น มาจากเรื่องของทีม (Team) เป็นปัจจัยสำคัญ 1 ใน 3 อันดับแรก (CBinsights, 2018a; Gross, 2015) พ้องกับองค์ประกอบในปรากฏการณ์ของการเกิดธุรกิจใหม่ (Gartner, 1985) ที่มีบุคคลเป็นองค์ประกอบ และมีปัจจัยหลัก คือ คุณลักษณะบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกิจการ (Al Issa, 2020; Boso et al., 2013; Covin & Slevin, 1989; Montiel-Campos, 2018)



CBInsights (2019)

Top 5 Factors in Success Across More Than 200 Companies



Gross (2016)

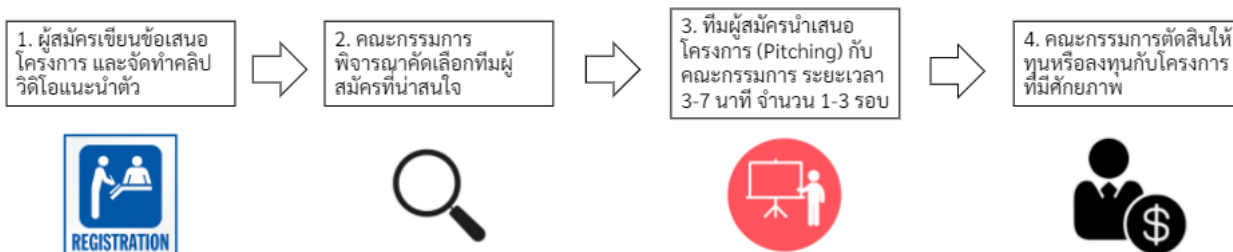
ภาพที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของวิสาหกิจเริ่มต้น

1.1.4 ข้อจำกัดของกระบวนการให้ทุนและลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้น

เมื่อพิจารณากระบวนการในการให้ทุนกับวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยในปัจจุบัน มักจะมุ่งเน้นที่การประเมินศักยภาพของโครงการ แผนธุรกิจ และผลิตภัณฑ์ ขณะที่การพิจารณาปัจจัยด้านอุปนิสัยของผู้ก่อตั้งและทีมนั้นยังมีการประเมินและให้น้ำหนักในการประเมินน้อย

ตัวอย่างเช่นกระบวนการให้ทุนวิสาหกิจเริ่มต้นในโครงการ Ideation Incentive Program ของ Youth Startup Fund มีขบวนการดังนี้

1. ผู้สมัครเขียนข้อเสนอโครงการ และจัดทำคลิปวิดีโอแนะนำตัว
2. คณะกรรมการพิจารณาคัดเลือกทีมผู้สมัครที่น่าสนใจ
3. ทีมผู้สมัครนำเสนอโครงการ (Pitching) กับคณะกรรมการ ระยะเวลา 8-12 นาที (รวมช่วงเวลาถามและตอบ) จำนวน 1-3 รอบ
4. คณะกรรมการตัดสินใจให้ทุนหรือลงทุนกับโครงการที่มีศักยภาพ



ภาพที่ 3 ตัวอย่างกระบวนการให้ทุนวิสาหกิจเริ่มต้นในโครงการ Ideation Incentive Program ของ Youth Startup Fund

โดยเกณฑ์พิจารณาให้ทุนของคณะกรรมการในขั้นตอนที่ 4 แบ่งได้เป็น

1. การพิจารณาด้านความเป็นนวัตกรรมและการใช้เทคโนโลยี
 - 1.1 ความใหม่ / High Value Product and Service
 - 1.2 ความเป็นไปได้ทางด้านเทคโนโลยีและบริการ
 - 1.3 การระบุและการค้นหาถึงจุดที่เป็นปัญหาและสร้างความยุ่งยาก (Pain point)
 - 1.4 ความแตกต่างของประสิทธิภาพและความสามารถของโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน
2. การพิจารณาด้านศักยภาพด้านการตลาด
 - 2.1 ขนาดของตลาด / ตอบสนองทิศทางและแนวโน้มตลาด / ส่วนแบ่งของตลาด
 - 2.2 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทางการตลาด / จำนวนช่องทางและวิธีการการจัดจำหน่าย
 - 2.3 สภาพการแข่งขันของคู่แข่งในปัจจุบัน
 - 2.4 ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์/บริการกับคู่แข่งในตลาด
3. การพิจารณาด้านกลยุทธ์การดำเนินงานของธุรกิจนวัตกรรม
 - 3.1 กลยุทธ์การบริหารจัดการและการดำเนินธุรกิจนวัตกรรมของโครงการ
 - 3.2 การได้มาซึ่งรายได้ (Revenue stream)
 - 3.3 ความเป็นไปได้ในการลงทุน/การจัดการต้นทุนและผลตอบแทน
4. การพิจารณาด้านการจัดการทีม
 - 4.1 ความพร้อมในการดำเนินโครงการนวัตกรรมขององค์กร
 - 4.2 ความเป็นผู้นำ (Leadership) / ประสบการณ์ / ความเชี่ยวชาญในธุรกิจ
 - 4.3 โครงสร้างองค์กรและบุคลากร

เกณฑ์การพิจารณาให้คะแนน	
การพิจารณาด้านความเป็นนวัตกรรมและ การใช้เทคโนโลยี	
1. ความใหม่ / High Value Product and Service	
2. ความเป็นไปได้ทางด้านเทคโนโลยีและบริการ	
3. การระบุและการค้นหาถึงจุดที่เป็นปัญหาและสร้างความยุ่งยาก (Pain point)	
4. ความแตกต่างของประสิทธิภาพและความสามารถของโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน	
รวม	
การพิจารณาด้านศักยภาพด้านการตลาด	
1. ขนาดของตลาด / ตอบสนองทิศทางและแนวโน้มตลาด / ส่วนแบ่งของตลาด	
2. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทางการตลาด / จำนวนช่องทางและวิธีการการจัดจำหน่าย	
3. สภาพการแข่งขันของคู่แข่งในปัจจุบัน	
4. ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์/บริการกับคู่แข่งในตลาด	
รวม	
การพิจารณาด้านกลยุทธ์การดำเนินงานของธุรกิจนวัตกรรม	
1. กลยุทธ์การบริหารจัดการและการดำเนินธุรกิจนวัตกรรมของโครงการ	
2. การได้มาซึ่งรายได้ (Revenue stream)	
3. ความเป็นไปได้ในการลงทุน/การจัดการต้นทุนและผลตอบแทน	
รวม	
การพิจารณาด้านการจัดการทีม	
1. ความพร้อมในการดำเนินโครงการนวัตกรรมขององค์กร	
2. ความเป็นผู้นำ (Leadership) / ประสบการณ์ / ความเชี่ยวชาญในธุรกิจ	
3. โครงสร้างองค์กรและบุคลากร	
รวม	

ภาพที่ 4 เกณฑ์การพิจารณาให้ทุนวิสาหกิจเริ่มต้นในโครงการ Ideation Incentive Program ของ Youth Startup Fund

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จะเห็นได้ว่า ระหว่างขั้นตอนการพิจารณาให้ทุน มีระยะเวลา โอกาสและเครื่องมือสำหรับการประเมินคุณลักษณะของผู้ประกอบการค่อนข้างจำกัด ขณะเดียวกันเกณฑ์การพิจารณาให้ทุนในด้านที่มนั้นถูกวางไว้อย่างกว้างๆ และมีการวัดด้านคุณลักษณะเพียงในส่วนของความเป็นผู้นำ

1.1.5 ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา พัฒนา และนำเสนอ “ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ” เพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับผู้ให้ทุน และนักลงทุน ในการทดสอบเบื้องต้น (Pre-Screen) และประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน ด้านคุณลักษณะของผู้ที่สนใจเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจนวัตกรรมเริ่มต้น รวมถึงเป็นข้อมูลสำหรับพัฒนาเส้นทางการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมให้กับผู้รับทุนของตนได้อย่างเหมาะสม

โดยผู้วิจัยได้รวบรวมตัวชี้วัดอุปนิสัยด้านความมีใจรักและความเพียร (Grit) (Duckworth et al., 2007; Duckworth & Quinn, 2009) และตัวชี้วัดคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบความสำเร็จในการจัดตั้งธุรกิจนวัตกรรม ครอบคลุมปัจจัยด้านความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) (Covin & Slevin, 1989; Langkamp Bolton & Lane, 2012), การมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation) (Kohli & Jaworski, 1990; Kohli et al., 1993; Schlosser & McNaughton, 2009) และการดูดซับความรู้ (Absorptive capacity) (Cohen & Levinthal, 1990; Flatten et al., 2011; Zahra & George, 2002) มาเพื่อศึกษาและพัฒนาระบบประเมิน

1.2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยด้านอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจนวัตกรรมจัดตั้งใหม่
2. ศึกษาความแตกต่างของคุณลักษณะ และความมีใจรักและความเพียร ระหว่างผู้ประกอบการระยะเริ่มต้นและผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่มั่นคงแล้ว
3. พัฒนาระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ สำหรับผู้ให้ทุน นักลงทุน และศูนย์บ่มเพาะทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ใช้ประกอบการคัดเลือก แนะนำและพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม

1.3. ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีขอบเขตการวิจัยในระบบนิเวศของประเทศไทย โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่ม

1. กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม กองทุนยูเวสตาร์ทอัพ กองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital) และศูนย์บ่มเพาะของมหาวิทยาลัยต่างๆ เพื่อศึกษาปัจจัยในการประเมินผู้ก่อตั้งธุรกิจจัดตั้งใหม่ รวมถึงศึกษาแนวทางการรับเอาระบบประเมินอุปนิสัยด้านการประกอบธุรกิจของผู้ก่อตั้งธุรกิจนวัตกรรมจัดตั้งใหม่ไปใช้ประกอบการตัดสินใจให้เงินลงทุน และพัฒนาผู้ประกอบการ

และสำรวจเชิงปริมาณกับกลุ่ม

2. ผู้ประกอบการระยะเริ่มต้น เป็นนิสิต นักศึกษาที่ยื่นขอทุนสนับสนุนก่อตั้งธุรกิจใหม่กับทาง TED Fund และ Youth Startup Fund และดำเนินธุรกิจมานาน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3.5 ปี โดยขอความร่วมมือด้านข้อมูลการติดต่อนิสิต นักศึกษาจากทางกองทุนและศูนย์บ่มเพาะมหาวิทยาลัย

3. ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จ เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่ดำเนินกิจการมากกว่า 3.5 ปี โดยขอความร่วมมือด้านข้อมูลการติดต่อผู้ประกอบการจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ นักธุรกิจหอการค้า และนิตินวัตกรรมระดับปริญญาโทและเอก

ทั้งนี้ งานวิจัยดังกล่าวมีขอบเขตของกระแสวิจัยที่ศึกษาแบ่งเป็น อุปนิสัย คือ ความมีใจรักและความเพียร (Grit) และ คุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับ ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ ((Entrepreneurial Orientation) การมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation) และการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity)

1.4. ข้อจำกัดของงานวิจัย

ธุรกิจนวัตกรรมค่อนข้างมีความหลากหลายในชนิด ประเภทและรายละเอียด จึงมีความปัจเจกของลักษณะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ขณะที่จำนวนของธุรกิจนวัตกรรมในประเทศไทยอาจมีค่อนข้างจำกัด

1.5. คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

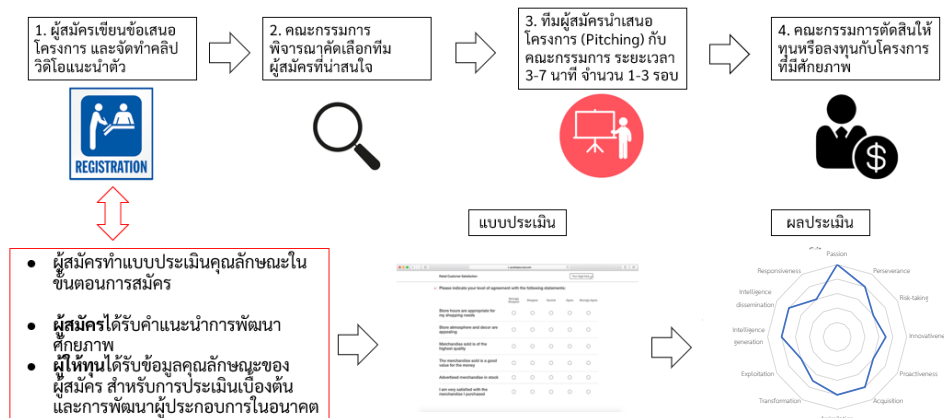
ผู้ประกอบการ (Entrepreneur), ผู้ประกอบการระยะเริ่มต้น (Nascent entrepreneur), ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม (Innovative entrepreneur), วิสาหกิจเริ่มต้น (Startup), ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation), ความมีนวัตกรรม (Innovativeness), การทำงานเชิงรุก (Proactiveness), ความกล้าเสี่ยง (Risk-taking), ความมีใจรักและความเพียร (Grit), ความเพียร (Perseverance), ความมีใจรัก (Passion), การมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation), การสร้างความรู้ทางการตลาด (Intelligence generation), การแพร่กระจายความรู้ (Intelligence dissemination), และการตอบสนอง (Responsiveness), การดูดซับความรู้ (Absorptive capacity), การได้มาซึ่งความรู้ใหม่ (Acquisition), การดูดซึมความรู้ (Assimilation), การเปลี่ยนรูปความรู้ (Transformation), การใช้ประโยชน์จากความรู้ (Exploitation)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

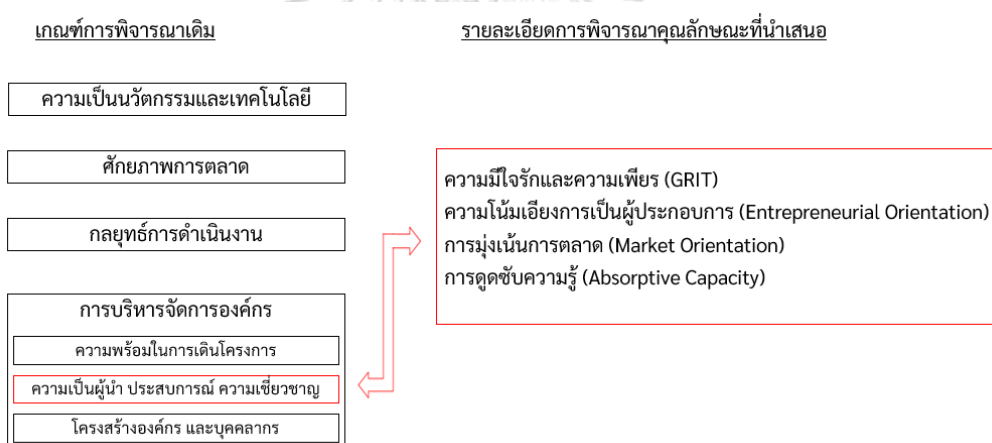
1.6.1 ได้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจนวัตกรรม

1.6.2 ทราบถึงข้อแตกต่างของคุณลักษณะ และความมีใจรักและความเพียร ระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการระยะเริ่มต้นและกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่มั่นคงแล้ว

1.6.3 สนับสนุนให้กระบวนการคัดเลือกผู้รับเงินทุนจัดตั้งธุรกิจใหม่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยการเพิ่มระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และเสนอแนะเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ



ภาพที่ 5 กระบวนการให้ทุนวิสาหกิจเริ่มต้นในที่เสนอ



ภาพที่ 6 เกณฑ์การพิจารณาด้านคุณลักษณะสำหรับให้ทุนวิสาหกิจเริ่มต้นที่เสนอ

1.6.4 แนะนำแนวทางผู้ก่อตั้งธุรกิจจัดตั้งใหม่และผู้ประกอบการ ในการพัฒนาคุณลักษณะและความมีใจรักและความเพียรที่ช่วยสนับสนุนโอกาสประสบความสำเร็จบนเส้นทางของการเป็นผู้ประกอบการ

บทที่ 2 วรรณกรรมปริทัศน์

2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ความเป็นผู้ประกอบการ นวัตกรรม และวัฏจักรการพัฒนาเศรษฐกิจ

Schumpeter and Backhaus (2003) เป็นผู้เผยแพร่แนวคิดเรื่องความเป็นผู้ประกอบการและการใช้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนสมัยใหม่อย่างกว้างขวาง ผ่านงานเขียนเรื่องทฤษฎีการพัฒนาเศรษฐกิจ (The theory of economic development) ว่าด้วยวัฏจักรการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเศรษฐกิจที่อยู่ในดุลยภาพ (Equilibrium) จะขยายตัวขึ้นเมื่อผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ได้คิดค้นและนำเสนอ นวัตกรรม หรือเทคโนโลยีใหม่ (Innovation and Technological change) ขึ้นมาสร้างคุณค่าใหม่ๆ หรือ ทดแทนสิ่งเดิมๆ โดยเรียกว่าวัฏจักรดังกล่าวว่า การทำลายล้างอย่างสร้างสรรค์ (Creative Destruction)

ทั้งนี้ Schumpeter ได้จำแนกนวัตกรรมออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่หรือพัฒนาการใหม่ๆ ของผลิตภัณฑ์ อาทิ คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล
2. วิธีการผลิตใหม่ (New method of production) ที่ส่งผลให้การผลิตผลิตภัณฑ์เดิมมีประสิทธิภาพสูงขึ้น อาทิ การผลิตแบบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของฟอร์ด
3. วัตถุดิบใหม่ (New source of raw material) ในการผลิต อาทิ เหล็กกล้า
4. องค์กรรูปแบบใหม่ (New forms of organization) เป็นการคิดค้นรูปแบบการจัดการองค์กรใหม่ อาทิ แฟรนไชส์
5. การเปิดตลาดใหม่ (New market) อาทิ บริษัทอินเดียตะวันออกของอังกฤษที่ออกทำการค้ากับภูมิภาคอินเดียตะวันออก

2.1.2 ทฤษฎีอุปนิสัยของบุคลิกภาพ (Trait theory of personality)

อุปนิสัย (Trait) คือ มิติของบุคลิกภาพ (Personality) ที่ใช้ในการจัดหมวดหมู่คนตามการแสดงคุณลักษณะ (Characteristic) ต่างๆ (Caldwell & Burger, 1997; Maltby et al., 2010) ทฤษฎีอุปนิสัยของบุคลิกภาพ เป็นแนวทางหนึ่งในการศึกษาบุคลิกภาพของมนุษย์ (Personality) โดย Allport (1927) เป็นผู้บุกเบิกการศึกษาทฤษฎีอุปนิสัยของบุคลิกภาพ และให้นิยาม อุปนิสัย (Trait) ว่าเป็น แนวโน้มการตอบสนองของบุคคลต่อตัวแปรต่างๆ ซึ่ง Allport and Odbert (1936) ได้รวบรวมชื่อคำศัพท์ของอุปนิสัยของบุคลิกภาพออกมากกว่า 4,000 คำ

แบบจำลองทางด้านอุปนิสัยของบุคลิกภาพหนึ่งที่เป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน คือ ลักษณะบุคลิกภาพใหญ่ทั้ง 5 (Big five personality traits) ซึ่งเป็นการศึกษาและรวมกลุ่มอุปนิสัยของ

บุคลิกภาพ (Digman, 1990; Goldberg, 1990) เข้ามาเป็น 5 กลุ่มหลัก ซึ่งมีความครบถ้วนครอบคลุมอุปนิสัยของบุคลิกภาพพื้นฐานต่างๆ แบ่งเป็น (นิยามภาษาไทยตาม Wikipedia)

1. ความเปิดรับประสบการณ์ (Openness to experience) โดยเป็นพิสัยระหว่างการทำอะไรแปลกใหม่-ความอยากรู้อยากเห็น กับความสม่ำเสมอ-ความระมัดระวัง
2. ความพิถีพิถัน (Conscientiousness) โดยเป็นพิสัยระหว่างความมีประสิทธิภาพ-ความเป็นคนมีระเบียบ กับความเป็นคนสบายๆ-ความเป็นคนไร้กังวล
3. ความสนใจต่อสิ่งภายนอก (Extraversion) โดยเป็นพิสัยระหว่างคนเปิดรับสังคม-คนกระตือรือร้น กับคนชอบอยู่คนเดียว-คนสงวนท่าที
4. ความยินยอมเห็นใจ (Agreeableness) โดยเป็นพิสัยระหว่างความเป็นมิตร-เห็นอกเห็นใจผู้อื่น กับความเป็นคนช่างวิเคราะห์-ไม่ค่อยยุ่งกับผู้อื่น
5. ความไม่เสถียรทางอารมณ์ (Neuroticism) โดยเป็นพิสัยระหว่างความอ่อนไหว-ความกังวลใจ กับความไร้กังวล-ความมั่นใจ

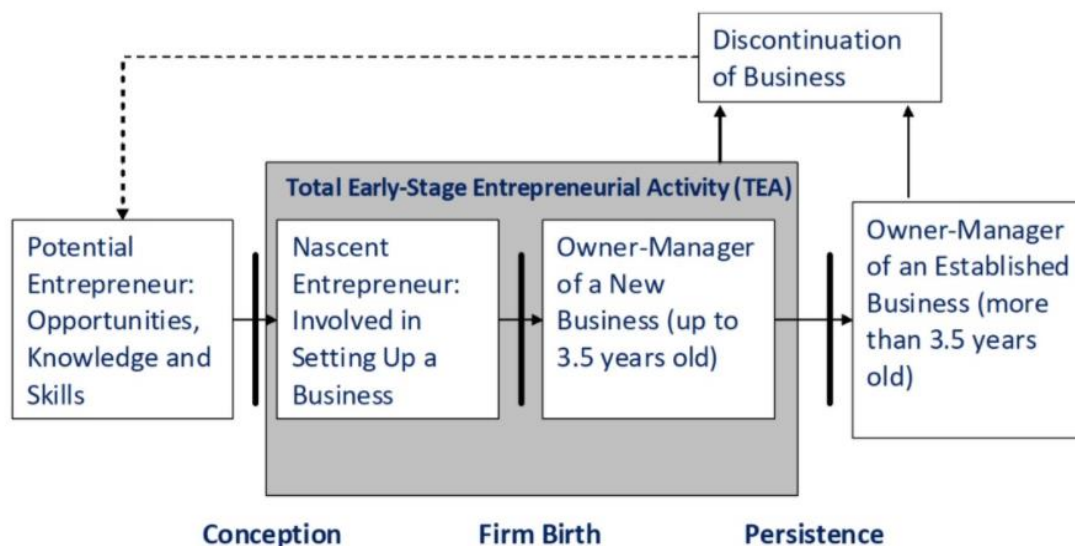
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 กระบวนการของการเป็นผู้ประกอบการ

ในรายงานเรื่อง Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ของ Babson college ที่จัดทำโดย Bosma and Levie (2010) ได้นำเสนอ กระบวนการและนิยามของการเป็นผู้ประกอบการในแต่ละชั้น ดังนี้

- i) ผู้มีศักยภาพเป็นผู้ประกอบการ (Potential Entrepreneur) เป็นผู้ที่โอกาส ความรู้ หรือทักษะที่สามารถนำมาประกอบการได้
- ii) ผู้ประกอบการระยะเริ่มต้น (Nascent Entrepreneur) เป็นผู้เริ่มลงมือจัดตั้งธุรกิจ
- iii) เจ้าของธุรกิจใหม่ (Owner-Manager of a New Business) เป็นเจ้าของกิจการที่เริ่มมีการจ่ายเงินเดือนต่อเนื่องมาแล้ว 3 เดือน แต่ยังมีอายุกิจการไม่ถึง 3.5 ปี
- iv) เจ้าของธุรกิจที่มั่นคง (Owner-Manager of an Established business) เป็นเจ้าของกิจการที่มีอายุกิจการมากกว่า 3.5 ปี ซึ่งถือว่าอยู่รอดจากภาวะจากความใหม่ (Liability of newness)

การจำแนกกระบวนการของการเป็นผู้ประกอบการ จะช่วยผู้วิจัยในการศึกษาคุณลักษณะ และอุปนิสัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการรวมถึงวางกรอบการวิจัยของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา ออกเป็นผู้ประกอบการในระยะผู้มีศักยภาพเป็นผู้ประกอบการถึงเจ้าของธุรกิจใหม่ เทียบกับเจ้าของ ธุรกิจที่มั่นคง สำหรับการศึกษาความแตกต่างในด้านคุณลักษณะและอุปนิสัยของทั้งสองกลุ่ม



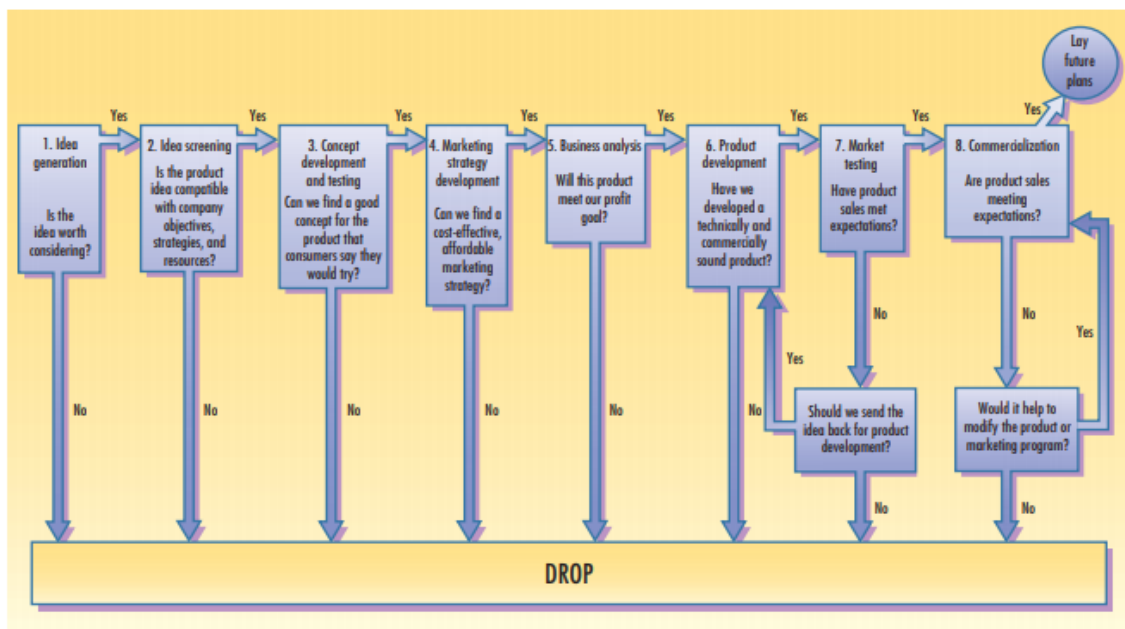
ภาพที่ 7 กระบวนการของการเป็นผู้ประกอบการ

2.2.2 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

Kotler (2007) นำเสนอกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างนวัตกรรมที่มีความชัดเจนเป็นขั้นตอนทั้งกระบวนการและการตัดสินใจในแต่ละกระบวนการ โดยแบ่งออกเป็น 8 ขั้นตอน ดังนี้

- i) การสร้างความคิด (Idea generation)
- ii) การกลั่นกรองความคิด (Idea screening)
- iii) การพัฒนาและทดสอบแนวคิด (Concept development and testing)
- iv) การพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing strategy development)
- v) การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business analysis)
- vi) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development)
- vii) การทดสอบตลาด (Market testing)
- viii) การออกสู่ตลาด (Commercialization)

โดยกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นนิยมใช้อย่างแพร่หลายทั้งในธุรกิจที่ดำเนินอยู่แล้ว และธุรกิจจัดตั้งใหม่ (Queensland government, 2017) ซึ่งการพิจารณาในรายละเอียด กระบวนการจะช่วยให้การศึกษาคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น



ภาพที่ 8 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

2.2.3 การเกิดขึ้นของธุรกิจจัดตั้งใหม่ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

Gartner (1985) ได้นำเสนอกรอบแนวคิดที่อธิบายถึงปรากฏการณ์ของการที่ธุรกิจใหม่ถูกสร้างขึ้นมา ว่าเป็นองค์ประกอบจาก 4 ปัจจัยหลักในการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่

1. บุคคลผู้เริ่มต้นธุรกิจ (Individual)
2. ลักษณะองค์กร (Organization)
3. สภาพแวดล้อม (Environment)
4. กระบวนการ (Process)

โดยผลงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการนั้นอยู่ในส่วนของ บุคคลผู้เริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งได้ระบุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 8 ข้อ ได้แก่

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for achievement)
2. ความเชื่อในอำนาจของตน (Locus of control)
3. ความโน้มเอียงที่จะรับความเสี่ยง (Risk taking propensity)
4. ความพึงพอใจในอาชีพ (Job satisfaction)
5. ประสบการณ์ที่ผ่านมา (Previous work experience)
6. มีผู้ปกครองที่เป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial parents)

7. อายุ (Age)

8. การศึกษา (Education)

ซึ่งมีปัจจัยด้านอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ (Need for achievement) ความเชื่อในอำนาจของตน (Locus of control) และความโน้มเอียงที่จะรับความเสี่ยง (Risk taking propensity)

ทั้งนี้ Duckworth et al. (2007) ได้ระบุว่า ความต้องการความสำเร็จ (Need for achievement) เป็นอุปนิสัยที่เกิดจากแรงผลักดันที่ไม่รู้ตัวจึงเป็นไปไม่ได้ที่จะชีวิตด้วยวิธีการประเมินตนเอง (Self-report Method) และได้นำเสนอเรื่อง ความมีใจรักและความเพียร (Grit) ที่ตนศึกษาว่า สามารถชีวิตได้ด้วยวิธีการประเมินตนเอง รวมไปถึงเป็นปัจจัยที่บ่งชี้ความมุ่งมั่นต่อเป้าหมายระยะยาวได้ดี โดยที่ไม่ต้องได้รับการตอบรับ (Feedback) เชิงบวก ตรงข้ามกับความต้องการความสำเร็จ ตามความหมายของ McClelland (1961) ที่ว่า เป็นแรงผลักดันในการบรรลุเป้าหมายที่สามารถรับรู้ผลงานได้ในทันที นอกจากนี้ ความมีใจรักและความเพียร (Grit) ยังมีความซ้อนทับกับความพิถีพิถัน (Conscientiousness) ในลักษณะบุคลิกภาพใหญ่ทั้ง 5 แต่แตกต่างที่การเน้นความยั่งยืนหยัดในระยะยาวมากกว่าความเข้มข้นในระยะสั้น

ขณะที่คุณลักษณะด้านความโน้มเอียงที่จะรับความเสี่ยง เป็นปัจจัยด้านคุณลักษณะหนึ่งในกระแสวิจัยเรื่อง ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ขณะเดียวกันยังมีการศึกษาที่ยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อในอำนาจของตน และความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Javed et al., 2018; Mueller & Thomas, 2001; Prakash et al., 2015; Ullah et al., 2012)

ผู้วิจัยจึงพิจารณาความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยในการศึกษาและพัฒนา ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการเป็นกระแสวิจัยด้านการเป็นผู้ประกอบการที่มีการศึกษาอย่างกว้างขวางรวมถึงได้มีการพัฒนาแบบชีวิต (Scale) ทั้งในระดับองค์กรและในระดับบุคคลไว้แล้ว

2.2.4 ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

กระแสของการศึกษาด้านคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ได้เริ่มเด่นชัดขึ้นในงานของ Miller (1983) ซึ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับกิจการ 3 รูปแบบ ตามนิยามของ Mintzberg (1973) แบ่งเป็น

1. กิจการอย่างง่าย (Simple firms) ธุรกิจขนาดเล็กที่ดำเนินงานและรวมศูนย์การจัดการต่างๆไปยังเจ้าของกิจการ
2. กิจการที่มีการวางแผนไว้ (Planning firms) องค์กรที่มีการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ โดยมีการกระจายการจัดการตามฟังก์ชันของงานไปยังผู้จัดการในแต่ละภาคส่วน
3. กิจการตามธรรมชาติ (Organic firms) ธุรกิจที่มีการปรับตัวทั้งในเชิงโครงสร้าง และกลยุทธ์ตามสถานการณ์ของรสนิยมผู้บริโภค, การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี, และสภาวะการแข่งขัน ซึ่งมีพลวัตรสูงและคาดเดาได้ยาก

การศึกษาของ Miller พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับคุณลักษณะขององค์กรใน 3 มิติ ได้แก่

1. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness)
2. การทำงานเชิงรุก (Proactiveness)
3. ความกล้าเสี่ยง (Risk-taking)

ซึ่งต่อมา คุณลักษณะดังกล่าวได้ถูกศึกษาต่อยอดเป็นแขนงความรู้เรื่อง ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

ในศึกษาการจัดการเชิงกลยุทธ์ของบริษัทขนาดเล็กในสภาพแวดล้อมต่างๆ Covin and Slevin (1989) ได้จัดทำตัวชี้วัดทำที่เชิงกลยุทธ์ขององค์กร (Strategic Posture Scale) 9 ข้อ เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งตัวชี้วัดดังกล่าวสอดคล้องกับความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ โดยครอบคลุมมิติทางด้านความมีนวัตกรรม, การทำงานเชิงรุก, และ ความกล้าเสี่ยง แต่ยังเป็นการใช้วัดในระดับองค์กร

ทั้งนี้ สำหรับการพัฒนาตัวชี้วัดความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการในระดับบุคคล (Individual Entrepreneurial Orientation Scale) มีการศึกษาของ Langkamp Bolton and Lane (2012) ที่ได้ทำการวิจัยและและพัฒนาเครื่องมือชี้วัดความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการในระดับบุคคล ออกมาเป็นแบบสอบถาม 10 ข้อ แบ่งเป็น คุณลักษณะในด้านการทำงานเชิงรุก (Proactiveness) 3 ข้อ ความกล้าเสี่ยง (Risk-taking) 3 ข้อ และ ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) 4 ข้อ ซึ่งผู้วิจัยใช้เป็นตัวแบบหลักในการพัฒนาระบบประเมินในมิติของคุณลักษณะด้านความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ

ตารางที่ 1 แบบประเมินความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการระดับบุคคล (Bolton & Lane, 2012)

คุณลักษณะ	แบบประเมินต้นฉบับ	แบบประเมินภาษาไทย
ความกล้าเสี่ยง (Risk-taking)	1) I like to take bold action by venturing into the unknown.	1) ข้าพเจ้าชอบที่จะเสี่ยงกระทำการอย่างห้าวหาญในสิ่งที่ยังไม่รู้
	2) I am willing to invest a lot of time and/or money on something that might yield a high return.	2) ข้าพเจ้ามีความเต็มใจที่จะลงทุนเวลาและเงินทุนจำนวนมากกับบางสิ่งๆที่อาจสร้างผลตอบแทนได้สูง
	3) I tend to act "boldly" in situations where risk is involved.	3) ข้าพเจ้ามีแนวโน้มที่จะลงมืออย่างกล้าหาญในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้อง
ความมีนวัตกรรม (Innovativeness)	4) I often like to try new and unusual activities that are not typical but not necessarily risky.	4) ข้าพเจ้าชอบลองกิจกรรมแปลกใหม่ แต่ไม่จำเป็นต้องเป็นกิจกรรมเสี่ยง
	5) In general, I prefer a strong emphasis in projects on unique, one-of-a-kind approaches rather than revisiting tried and true approaches used before.	5) โดยทั่วไป ข้าพเจ้ามักจะให้ความสำคัญกับโครงการที่มีความเฉพาะไม่เหมือนใครมากกว่าที่จะทบทวนงานหรือโครงการที่ได้ถูกลองมาแล้วก่อนหน้านี้
	6) I prefer to try my own unique way when learning new things rather than doing it like everyone else does.	6) ข้าพเจ้าเลือกที่จะลองวิธีเฉพาะของตนในการเรียนรู้สิ่งใหม่มากกว่าวิธีการที่ผู้อื่นใช้กันทั่วไป
	7) I favor experimentation and original approaches to problem solving rather than using methods others generally use for solving their problems.	7) ข้าพเจ้าชอบที่จะแก้ปัญหาผ่านการทดลองด้วยตนเองมากกว่าที่จะใช้วิธีการที่ผู้อื่นมักจะใช้ในการแก้ปัญหาดังกล่าว
การทำงานเชิงรุก (Proactiveness)	8) I usually act in anticipation of future problems, needs or changes.	8) ข้าพเจ้ามักจะทำสิ่งต่างๆโดยคาดเดาถึงความต้องการ, ปัญหา หรือความต้องการในอนาคต
	9) I tend to plan ahead on projects.	9) ข้าพเจ้ามีแนวโน้มที่จะวางแผนล่วงหน้าโครงการ
	10) I prefer to "step-up" and get things going on projects rather than sit and wait for someone else to do it.	10) ข้าพเจ้าเลือกที่จะลงมือทำให้โครงการดำเนินต่อไปมากกว่าที่จะรอให้คนอื่นทำมัน

2.2.5 ความมีใจรักและความเพียร (Grit)

Duckworth et al. (2007) ได้ศึกษาและนำเสนอแนวคิดเรื่อง ความมีใจรักและความเพียร (Grit) ซึ่งเป็นอุปนิสัยที่สะท้อนถึงความตั้งใจ, ความไม่ย่อท้อ และการฟันฝ่าอุปสรรคจนกว่าเป้าหมายระยะยาวที่ตั้งไว้จะสำเร็จ โดยประกอบด้วย 2 มิติสำคัญ ได้แก่ ความมีใจรัก (Passion) และความเพียร (Perseverance) การศึกษาพบว่า ปัจจัยดังกล่าวกล่าวสามารถบ่งชี้ถึงศักยภาพในการประสบความสำเร็จของตัวบุคคลได้ค่อนข้างแม่นยำ โดย Duckworth et al. ได้พัฒนาตัวชี้วัด (Grit scale) 12 ข้อ ซึ่งต่อมา Duckworth and Quinn (2009) ได้ศึกษาและนำเสนอตัวชี้วัดแบบย่อ (Short grit scale) ซึ่งมีความสามารถชี้วัดศักยภาพความสำเร็จได้ใกล้เคียงกับตัวชี้วัดเดิมแต่เป็นตัวชี้วัดที่สั้นกว่าที่ 8 ข้อ ผู้วิจัยใช้ตัวชี้วัดความมีใจรักและความเพียรแบบย่อนี้เป็นตัวแทนในการพัฒนาระบบประเมินในมิติอุปนิสัยด้านความมีใจรักและความเพียร

อนึ่ง มีการกล่าวถึงความสอดคล้องระหว่าง ความมีใจรักและความเพียร (Grit) กับหลักอิทธิบาท 4 ของพระพุทธศาสนา ที่เป็นคุณธรรมที่นำไปสู่ความสำเร็จแห่งผลที่มุ่งหมาย (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตโต), 2559) ได้แก่

1. ฉันทะ แปลว่า ความพอใจ คือ ความต้องการที่จะทำ ใฝ่ใจรักจะทำสิ่งนั้นอยู่เสมอ และปรารถนาจะทำให้ได้ผลดียิ่งๆ ขึ้นไป
2. วิริยะ แปลว่า ความเพียร คือ ความขยันหมั่นประกอบสิ่งนั้นด้วยความพยายาม เข้มแข็ง อดทน ไม่ท้อถอย
3. จิตตะ แปลว่า ความคิด คือ การตั้งจิตรับรู้ในสิ่งที่ทำและสิ่งนั้นด้วยความคิด เอาจิตฝึกใฝ่ไม่ปล่อยใจให้ฟุ้งซ่านเลื่อนลอยไป
4. วิมังสา แปลว่า ความไตร่ตรอง หรือ ทดลอง คือ การหมั่นใช้ปัญญาพิจารณาใคร่ครวญตรวจตราหาเหตุผลและตรวจสอบข้อยิ่งหย่อนในสิ่งที่ทำนั้น

โดยวิจารณ์ พานิช (2562) ระบุว่า องค์ประกอบแรกของ Grit คือ ความมีใจรัก (Passion) นั้นตรงกับฉันทะ และองค์ประกอบที่สองของ Grit คือ ความเพียร (Perseverance) นั้นตรงกับ วิริยะ จิตตะ และ วิมังสา

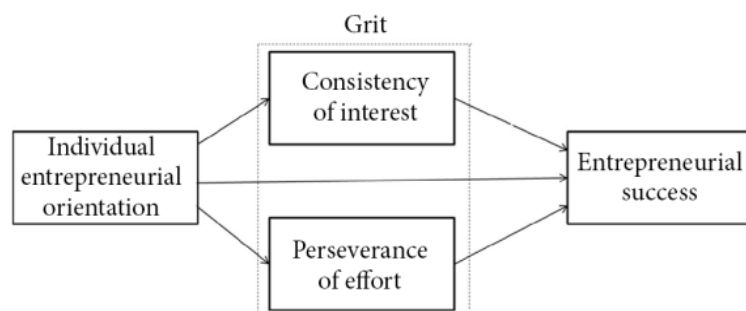
ดังนั้น การใช้ตัวชี้วัดด้านความมีใจรักและความเพียรเป็นระบบประเมินซึ่งมีความคล้ายคลึงกับหลักอิทธิบาท 4 นั้นยังเป็นการสนับสนุนการชี้วัดพื้นฐานความสำเร็จตามแนวทางพุทธอีกด้วย

ตารางที่ 2 แบบประเมินในมิติความมีใจรักและความเพียร (Duckworth & Quinn, 2009)

อุปนิสัย	แบบประเมินต้นฉบับ	แบบประเมินภาษาไทย
ความมีใจรัก (Passion)	1) New ideas and projects sometimes distract me from previous ones.	1) ความคิด หรือโครงการใหม่ๆ ดึงดูดความสนใจของข้าพเจ้าจากความคิดหรือโครงการในมือเป็นบางครั้ง
ความเพียร (Perseverance)	2) Setbacks do not discourage me.	2) ความล้มเหลวไม่ทำให้ข้าพเจ้าย่อท้อ
ความมีใจรัก (Passion)	3) I have been obsessed with a certain idea or project for a short time but later lost interest.	3) ข้าพเจ้าจดจ่อกับความคิดหรือโครงการหนึ่งในช่วงระยะเวลาไม่นานก่อนจะแผ่วลงในระยะเวลาต่อมา
ความมีใจรัก (Passion)	4) I am a hard worker	4) ข้าพเจ้าเป็นคนทำงานหนัก
ความเพียร (Perseverance)	5) I often set a goal but later choose to pursue a different one.	5) ข้าพเจ้ามักจะตั้งเป้าหมายและปรับเปลี่ยนในภายหลัง
ความมีใจรัก (Passion)	6) I have difficulty maintaining my focus on projects that take more than a few months to complete.	6) ข้าพเจ้ามีความยากลำบากในการโฟกัสกับโครงการที่ต้องใช้ระยะเวลา 2-3 เดือน
ความเพียร (Perseverance)	7) I finish whatever I begin.	7) ข้าพเจ้าทำทุกอย่างที่ได้เริ่ม จนเสร็จ
ความเพียร (Perseverance)	8) I am diligent.	8) ข้าพเจ้าเป็นคนขยัน

ทั้งนี้ นอกจากความเชื่อมโยงของความมีใจรักและความเพียร (Grit) ต่ออุปนิสัยด้านความต้องการความสำเร็จในผู้ประกอบการของ Gartner (1985) แล้ว ยังมีการศึกษาที่เชื่อมโยงความมีใจรักและความเพียร เข้ากับความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ

โดย Al Issa (2020) ได้ศึกษาผู้ประกอบการในเมืองหลวงของประเทศลิเบียและพบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) และความมีใจรักและความเพียร (Grit) ต่อความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการ โดยที่ความมีใจรักและความเพียร (Grit) เป็นตัวกลางที่แสดงถึงความมั่นคงของความสนใจ



ภาพที่ 9 กรอบแนวคิดความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยมีความมีใจรักและความเพียรเป็นตัวกลาง

ซึ่ง Issa ได้ใช้แบบประเมินของ Langkamp Bolton and Lane (2012) สำหรับการประเมินความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการในระดับบุคคล และ Duckworth and Quinn (2009) สำหรับประเมินความมีใจรักและความเพียร เช่นเดียวกับผู้วิจัย

2.2.6 การมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation)

อ้างอิงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของ Kotler (2007) การรวบรวมความคิดและทดสอบความคิดโดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการตลาด เป็นองค์ประกอบหลักหนึ่งในกระบวนการ โดยในกระแสการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความโน้มเอียงของกิจการ (Strategic Orientations) นอกจากความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) แล้ว ยังมีกระแสการวิจัยเรื่องการมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) โดยมีกระแสการวิจัยที่พิสูจน์ว่า ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นตลาดเป็นปัจจัยที่เกื้อหนุนกันในการผลักดันประสิทธิภาพของธุรกิจ (Boso et al., 2013; Montiel-Campos, 2018) โดยความสามารถทางการตลาดเป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด

การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) มีต้นกำเนิดแนวคิดจาก Kohli and Jaworski (1990) ที่เป็นผู้เสนอว่า การมุ่งเน้นการตลาด คือ ความสามารถในการสร้างความรู้ทางการตลาด (Intelligence generation) การแพร่กระจายความรู้ (Intelligence dissemination) และ การตอบสนอง (Responsiveness) ซึ่งเป็นปัจจัยสะท้อนความสามารถทางการตลาดขององค์กร โดยต่อมา Kohli et al. (1993) ได้มีการพัฒนาตัวชี้วัดด้านการมุ่งเน้นการตลาดออกมาเป็นแบบประเมิน 20 ข้อ สำหรับชี้วัดระดับการมุ่งเน้นการตลาดในระดับองค์กร

ซึ่งต่อมา Schlosser and McNaughton (2009) ได้ต่อยอดตัวชี้วัดโดยทำการวิจัยและพัฒนาตัวชี้วัดการมุ่งเน้นการตลาดในระดับบุคคลขึ้น (Individual Market Orientation scale: I-

MARKOR) โดยเป็นแบบประเมิน 20 ข้อเช่นเดียวกัน แบ่งเป็น การสร้างความรู้ทางการตลาด (Intelligence generation) 8 ข้อ การแพร่กระจายความรู้ (Intelligence dissemination) 7 ข้อ และ การตอบสนอง (Responsiveness) 5 ข้อ

ตารางที่ 3 แบบประเมินคุณลักษณะการมุ่งเน้นการตลาด (Schlosser & McNaughton, 2009)

คุณลักษณะ	แบบประเมินต้นฉบับ	แบบประเมินภาษาไทย
การสร้างความรู้ทางการตลาด (Intelligence generation)	1) I ask distributors to assess the quality of our products and services.	1) ข้าพเจ้าสอบถามตัวแทนจำหน่ายถึงคุณภาพสินค้าและบริการของเรา
	2) I interact with agencies to find out what products or services customers will need in the future.	2) ข้าพเจ้าร่วมมือกับตัวแทนจำหน่ายในการค้นหาความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต
	3) In my communication with distributors, I periodically review the likely effect of changes in our business environment on customers.	3) ข้าพเจ้ามักจะพูดคุยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของลูกค้ากับตัวแทนจำหน่ายอยู่เสมอ
	4) I take responsibility to detect fundamental shifts in our industry in my communication with distributors.	4) ข้าพเจ้ามักสังเกตการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นฐานของอุตสาหกรรมในการพูดคุยกับตัวแทนจำหน่าย
	5) I talk to or survey those who can influence our customers' purchases	5) ข้าพเจ้าได้พูดคุยหรือสำรวจคนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า
	6) I review our product development efforts with distributors to ensure that they are in line with what customers want.	6) ข้าพเจ้าพิจารณาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับตัวแทนจำหน่ายเพื่อให้มั่นใจว่าทิศทางที่ไปตรงกับความต้องการของลูกค้า
	7) I participate in informal "hall talk" that concerns our competitors' tactics or strategies.	7) ข้าพเจ้าเข้าร่วมการเสวนาไม่เป็นทางการที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์หรือแผนการของคู่แข่ง
	8) I collect industry information through informal means	8) ข้าพเจ้ารวบรวมข้อมูลอุตสาหกรรมผ่านช่องทางที่ไม่เป็นทางการด้วย
การแพร่กระจายความรู้ (Intelligence dissemination)	9) I participate in interdepartmental meetings to discuss market trends and developments.	9) ข้าพเจ้าเข้าร่วมการประชุมระหว่างแผนกเพื่อหารือเกี่ยวกับแนวโน้มตลาดและพัฒนาการต่างๆ
	10) I let appropriate departments know when I find out that something important has happened to a major distributor or market.	10) ข้าพเจ้าแจ้งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบเมื่อพบว่ามีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นกับตัวแทนจำหน่ายหรือตลาด

	11) I coordinate my activities with the activities of coworkers or departments in this organization.	11) ข้าพเจ้าร่วมทำกิจกรรมกับเพื่อนร่วมงานหรือแผนกต่างๆในบริษัท
	12) I pass on information that could help company decision-makers to review changes taking place in our business environment.	12) ข้าพเจ้าส่งต่อข้อมูลที่อาจช่วยผู้มีอำนาจตัดสินใจของบริษัท ในการตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของเรา
	13) I communicate market developments to departments other than marketing.	13) ข้าพเจ้าสื่อสารพัฒนาการของตลาดไปยังแผนกอื่นที่ไม่ใช่ฝ่ายการตลาดด้วย
	14) I communicate with our marketing department concerning market developments.	14) ข้าพเจ้าสื่อสารกับฝ่ายการตลาดของเราเกี่ยวกับพัฒนาการของตลาด
	15) I try to circulate documents that provide information on my distributor contacts and their customers to appropriate departments.	15) ข้าพเจ้าแบ่งปันข้อมูลการติดต่อตัวแทนจำหน่ายและลูกค้าของข้าพเจ้า ให้กับแผนกอื่นที่เหมาะสม
การตอบสนอง (Responsiveness)	16) I try to bring a customer with a problem together with a product or person that helps the customer to solve that problem.	16) ข้าพเจ้าพยายามช่วยเหลือในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า
	17) I try to help distributors achieve their goals.	17) ข้าพเจ้าพยายามช่วยให้ผู้จัดจำหน่ายบรรลุเป้าหมาย
	18) I respond quickly if a distributor has any problems with our offerings.	18) ข้าพเจ้าตอบสนองอย่างรวดเร็วหากตัวแทนจำหน่ายมีปัญหาเกี่ยวกับข้อเสนอของเรา
	19) I take action when I find out that customers are unhappy with the quality of our service.	19) ข้าพเจ้าตอบสนองทันที เมื่อพบว่าลูกค้าไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการของเรา
	20) I jointly develop solutions for customers with members of our customer/adviser relationship team.	20) ข้าพเจ้าร่วมพัฒนาโซลูชันสำหรับลูกค้ากับสมาชิกในทีมลูกค้าสัมพันธ์

2.2.7 การดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity)

งานประกวตไอเตียธุรกิจ โครงการการให้ทุน และเวทีการระดมทุนมักมุ่งเน้นไปยงการเพินหาธุรกิจเทคโนโลยีและนวัตกรรม ซึ่งเป็นธุรกิจที่ต้องมีการประยุกต์ใช้ความรู้, ความเข้าใจด้านเทคโนโลยี, และความสามารถในการแปลงเทคโนโลยีนั้นให้ตรงกับความต้องการตลาด ผู้วิจัยจึงประยุกต์การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของธุรกิจนวัตกรรม โดยมีกระแสการวิจัยที่เกี่ยวข้องคือ การดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) ซึ่งเป็นปัจจัยในการประเมินคุณลักษณะผู้ประกอบการในมิติดังกล่าว โดยแนวคิดเรื่องการดูดซับความรู้ถูกนำเสนอครั้งแรกโดย Cohen and Levinthal (1990) ที่ระบุว่า การดูดซับความรู้ขององค์กรคือ ความสามารถของคนในองค์กรที่จะทำความเข้าใจกับคุณค่าใหม่ๆ จากข้อมูล ความรู้ภายนอกองค์กร และสามารถดูดซับมาปรับใช้กับองค์กรของตนได้

ในเวลาต่อมา Zahra and George (2002) ได้ต่อยอดและนำเสนอกรอบแนวคิดเรื่องกระบวนการของการดูดซับความรู้ ว่าแบ่งออกได้เป็น 4 กระบวนการหลักได้แก่

1. การได้มาซึ่งความรู้ใหม่ (Acquisition)
2. การดูดซึมความรู้ (Assimilation)
3. การเปลี่ยนรูปความรู้ (Transformation)
4. การนำความรู้ใหม่ไปใช้ (Exploitation)

ในด้านการศึกษาดัชนีชี้วัดการดูดซับความรู้ Flatten et al. (2011) ได้พัฒนาตัวชี้วัดความสามารถดูดซับความรู้ ผ่านการทบทวนวรรณกรรมของการพัฒนาตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับการดูดซับความรู้ จำนวน 33 งานวิจัย และดำเนินการศึกษาจนได้ออกมาเป็นตัวชี้วัดการดูดซับความรู้ 14 ข้อ แบ่งเป็น การได้มาซึ่งความรู้ใหม่ (Acquisition) 3 ข้อ การดูดซึมความรู้ (Assimilation) 4 ข้อ การเปลี่ยนรูปความรู้ (Transformation) 4 ข้อ และการนำความรู้ไปใช้ (Exploitation) 3 ข้อ

ตารางที่ 4 แบบประเมินในมิติการดูดซับความรู้ (Flatten et al., 2011)

คุณลักษณะ	แบบประเมินต้นฉบับ	แบบประเมินภาษาไทย
การได้มาซึ่งความรู้ใหม่ (Acquisition)	1) The search for relevant information concerning our industry is every-day business in our company.	1) การติดตามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่สนใจเป็นเรื่องปกติประจำวันในบริษัทของข้าพเจ้า
	2) Our management motivates the employees to use information sources within our industry.	2) ผู้บริหารผลักดันให้พนักงานใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายในอุตสาหกรรม
	3) Our management expects that the employees deal with information beyond our industry.	3) ผู้บริหารคาดหวังให้พนักงานใช้แหล่งข้อมูลที่นอกเหนือจากข้อมูลภายในอุตสาหกรรม
การดูดซึมความรู้	4) In our company ideas and concepts are communicated cross-departmental.	4) ในทีมของเรา ไอเดียและแนวคิดใหม่ๆ ถูกสื่อสารระหว่างกันอยู่เสมอ

(Assimilation)	5) Our management emphasizes cross-departmental support to solve problems.	5) ผู้บริหารเน้นย้ำให้แก้ปัญหาต่างๆด้วยความร่วมมือกันข้ามฝ่ายงาน
	6) In our company there is a quick information flow, e.g., if a business unit obtains important information it communicates this information promptly to all other business units or departments.	6) ในบริษัทของเรา จะมีการแชร์ความเห็นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างกันอยู่เสมอ
	7) Our management demands periodical cross-departmental meetings to interchange new developments, problems, and achievements.	7) ผู้บริหารของเรามีการกำหนดวันประชุมรวมข้ามฝ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองด้านการพัฒนา ปัญหา และความสำเร็จที่เกิดขึ้น
การเปลี่ยนรูป ความรู้ (Transformation)	8) Our employees have the ability to structure and to use collected knowledge.	8) ทีมของเรามีความสามารถในการวางโครงสร้างและใช้ความรู้ที่ได้เก็บรวบรวมไว้
	9) Our employees are used to absorb new knowledge as well as to prepare it for further purposes and to make it available.	9) ทีมของเรามีความคุ้นเคยกับการดูดซับความรู้ใหม่รวมถึงการเตรียมความรู้เหล่านั้นสำหรับวัตถุประสงค์อื่นๆ
	10) Our employees successfully link existing knowledge with new insights.	10) ทีมของเราเคยเชื่อมโยงความรู้เดิมเข้ากับข้อมูลใหม่ๆอย่างสัมฤทธิ์ผล
	11) Our employees are able to apply new knowledge in their practical work.	11) ทีมของเรามีความสามารถในการประยุกต์ความรู้ใหม่เข้ากับการทำงานภาคปฏิบัติได้
การนำความรู้ไปใช้ (Exploitation)	12) Our management supports the development of prototypes.	12) ผู้บริหารสนับสนุนให้มีการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์
	13) Our company regularly reconsiders technologies and adapts them accordant to new knowledge.	13) ทีมของเรามักจะปรับใช้ความรู้ใหม่ๆเข้ากับเทคโนโลยีที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน
	14) Our company has the ability to work more effective by adopting new technologies.	14) เมื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามา ทีมของเรามักจะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2.8 การเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business performance)

ในการเก็บข้อมูลด้านอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยได้จัดเก็บข้อมูลด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ดังกล่าวด้วย โดยใช้ต้นแบบมาจากแบบเก็บข้อมูลของ Suliyanto and Rahab (2012) ซึ่งศึกษาบทบาทของการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งการเรียนรู้ ต่อการพัฒนาคาณามีนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก

ตารางที่ 5 แบบเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Suliyanto & Rahab, 2012)

แบบประเมินต้นฉบับ	แบบประเมินภาษาไทย
1) Compared to previous years, our products reach a wider market.	1) เทียบกับปีที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์ของท่านเข้าถึงตลาดได้กว้างขึ้น
2) Compared to previous years, our company increase product sales.	2) เทียบกับปีที่ผ่านมา รายได้ของบริษัทท่านเพิ่มขึ้น
3) Compared to previous years corporate profits have increased.	3) เทียบกับปีที่ผ่านมา กำไรของบริษัทท่านเพิ่มขึ้น
4) Compared to previous years, the level of complaints from customers decreased.	4) เทียบกับปีที่ผ่านมา การร้องเรียนของลูกค้าลดลง
5) Compared to previous years, the number of employees has increased.	5) เทียบกับปีที่ผ่านมา จำนวนพนักงานของบริษัทท่านเพิ่มขึ้น
6) Compared to previous years, the number of our customers has increased.	6) เทียบกับปีที่ผ่านมา จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ เนื่องด้วยสถานการณ์ Covid-19 ที่อาจส่งผลให้การเก็บข้อมูลเชิงวัตถุวิสัย (Objective measurement) ข้างต้นไม่สะท้อนผลการดำเนินงานที่แท้จริง ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเพิ่มเติมถึงวิธีการเก็บลักษณะต่างๆ และพบการศึกษาของ Dess and Robinson Jr (1984) เรื่องการชี้วัดผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งมีข้อสรุปว่า การเก็บข้อมูลเชิงอัตวิสัย (Subjective measurement) สามารถสะท้อนผลการดำเนินงานของธุรกิจได้เที่ยงตรงกว่าการจัดเก็บเชิงวัตถุวิสัย (Objective measurement) ซึ่งผู้วิจัยมีแผนประยุกต์แบบเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานของธุรกิจของ Suliyanto and Rahab (2012) ให้เป็นการเก็บข้อมูลเชิงอัตวิสัย

2.2.9 ประเภทของแบบทดสอบบุคคล

ในการศึกษาของ Jenkins (2001) ที่เกี่ยวข้องกับการใช้แบบทดสอบทางจิตวิทยาในธุรกิจต่างๆ ได้แบ่งแยกประเภทของแบบทดสอบออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. การทดสอบความสามารถทางสติปัญญา (Cognitive test) ใช้ทดสอบความสามารถในการแก้ปัญหา การคิดเป็นเหตุเป็นผล หรือการทำตามตรรกะที่วางเอาไว้
2. การทดสอบความสามารถเฉพาะ (Tests of Specific Abilities) ใช้ทดสอบกิจกรรมที่มีความเฉพาะเจาะจงตามงานที่ธุรกิจนั้นๆ ต้องการ
3. การทดสอบบุคลิกภาพ (Personality Tests) ใช้ทดสอบบุคลิกภาพจากอุปนิสัยหรือคุณลักษณะที่ส่งผลกระทบต่องาน
4. การทดสอบการอ่านออกเขียนได้และการคำนวณ (Testing for Literacy and Numeracy) ใช้ทดสอบความสามารถทางภาษา และการคำนวณ ซึ่งเป็นพื้นฐานทางการศึกษาของบุคคล

โดยระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการของผู้วิจัยจัดอยู่ในประเภทการทดสอบทางบุคลิกภาพ

2.2.10 ระบบประเมินความคิดผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset Profile)

Davis et al. (2016) ได้ศึกษาและพิสูจน์ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวัดความคิดผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset) ซึ่งพัฒนามาจากระบบประเมินความคิดผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset Profile) ของสถาบันพัฒนาความเป็นผู้นำของ Eckerd College ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยระบบประเมินความคิดผู้ประกอบการ เป็นระบบประเมินออนไลน์ (<https://www.emindsetprofile.com/>) สำหรับการประเมินผู้ประกอบการในมิติที่เกี่ยวข้องกับอุปนิสัยด้านต่างๆ ของการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่

- 1) ความเป็นอิสระ (Independence)
- 2) ความต้องการบรรลุเป้าหมาย (Need to achieve)
- 3) การไม่ยอมทำตามผู้อื่น (Nonconformity)
- 4) การยอมรับความเสี่ยง (Risk acceptance)
- 5) การโน้มเอียงในการลงมือปฏิบัติ (Action orientation)
- 6) ความมีใจรัก (Passion)
- 7) การชอบสถานการณ์ที่มีข้อจำกัดน้อย (Preference for limited structure)
- 8) การมุ่งอนาคต (Future focus)

- 9) การสร้างความคิด (Idea generation)
- 10) การลงมือทำ (Execution)
- 11) ความมั่นใจในตนเอง (Self-confidence)
- 12) การมองโลกในแง่ดี (Optimism)
- 13) ความมั่นคงต่อเป้าหมาย (Persistence)
- 14) การคำนึงถึงสวัสดิภาพของผู้อื่น (Interpersonal sensitivity)

ซึ่งจะรายงานจุดแข็งจุดอ่อนในแต่ละด้าน รวมถึงแนะนำแนวทางการพัฒนาให้กับผู้ทำแบบประเมิน โดยมีค่าใช้จ่ายในการประเมินที่ 45 ดอลลาร์

ทั้งนี้ ระบบประเมินความคิดผู้ประกอบการของ Eckerd College มีมิติของอุปนิสัยในด้านความมีใจรัก (Passion) ความมั่นคงต่อเป้าหมาย (Persistence) การสร้างความคิด (Idea generation) การยอมรับความเสี่ยง (Risk acceptance) และการโน้มเอียงในการลงมือปฏิบัติ (Action orientation) ที่ใกล้เคียงกับคุณลักษณะผู้วิจัยต้องการศึกษา

2.2.11 การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนวัตกรรมในประเทศไทย

พัชรนรี ธนาคุณ (2561) ได้พัฒนาระบบคัดเลือกกลุ่มธุรกิจที่ใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อน (Innovation Driven Entrepreneurship) เพื่อเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนหน่วยงานของภาครัฐในการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการพิจารณาสนับสนุนทุนให้กับกลุ่มธุรกิจในระบบนิเวศของประเทศไทย ผ่านการชี้วัดระดับความเป็นธุรกิจที่ใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อน อย่างไรก็ตาม เครื่องมื่อดังกล่าวยังเป็นการชี้วัดในระดับองค์กร ขณะที่ประชากรของผู้รับทุนจำนวนหนึ่งยังอยู่ในขั้นตอนของการทดสอบความคิด (Ideation) และทดสอบความเป็นไปได้ (Prove of Concept) ขณะที่ผู้ให้ทุนเองยังมีการให้ทุนในระยะเริ่มต้น (Seed stage) ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะต่อยอดการศึกษาโดยการเพิ่มเครื่องมือชี้วัดในระดับบุคคลเข้ามาประกอบ

กสิณ บุญपाल (2561) ได้นำเสนอเกณฑ์การประเมินความพร้อมงานวิจัยสู่การต่อยอดเชิงพาณิชย์ ใน 2 มิติ ได้แก่ 1) ด้านความพร้อมทางธุรกิจ และ 2) ความพร้อมทางเทคโนโลยีของงานวิจัย โดยในมิติที่ 1 ครอบคลุมเรื่อง จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย ความสามารถในการผลิต สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม อุปสรรคการเข้ามาแข่งขันในตลาด ซัพพลายเออร์ ความคุ้นเคยต่อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และ ความสามารถของการบริหาร และมิติที่ 2 ครอบคลุมในเรื่อง งานวิจัยพื้นฐาน (Basic Research) และงานวิจัยเชิงพัฒนา (Development Research) ทั้งนี้ เครื่องมื่อดังกล่าวมุ่งเน้นการประเมินที่ตัวผลิตภัณฑ์เป็นหลัก การศึกษาด้านระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการของผู้วิจัยจึงจะช่วยเสริมการประเมินทางด้านบุคคล ที่จะช่วยนำผลิตภัณฑ์นั้นๆออกสู่ตลาดได้อย่างสัมฤทธิ์ผล

กิติมา หงส์ศิริกาญจน์ และคณะ (2562) ได้ศึกษาภาวะผู้นำธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย ซึ่งมีข้อสรุปในแต่ละด้าน ดังนี้

1) ด้านบุคลิกภาพที่สำคัญได้แก่ ความมุ่งมั่น (Perseverance), ชอบการเรียนรู้ (Learning), การเปิดกว้างกับสิ่งใหม่ๆ (Openness), การมีวิสัยทัศน์ (Visionary), และความกล้าตัดสินใจ (Decisive)

2) ด้านศักยภาพที่สำคัญ ได้แก่ ศักยภาพในการบริหารคน (People Management), ศักยภาพในการควบคุมตนเอง (Self-controlling), ศักยภาพในการสร้างสัมพันธ์กับผู้อื่น (Relationship Building), และศักยภาพในการโน้มน้าวใจผู้อื่น (Convincing Skill)

3) ด้านปัจจัยภายนอกที่สำคัญได้แก่ ทีมงาน (Team) และ ลูกค้า (Customer)

ขณะเดียวกันยังได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำไว้ 5 แนวทาง ได้แก่ การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ (Experiencing), เรียนรู้ผ่านกระจกเงา (Shadowing), เรียนรู้ผ่านการสร้างระบบนิเวศที่เหมาะสม (Ecosystem), เรียนรู้ผ่านการให้ช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ (Information), และการพัฒนาผ่านระบบพี่เลี้ยงหรือการโค้ชชิ่ง (Coaching and Mentoring Program) โดยผู้วิจัยเล็งช้ทอดการศึกษาในระดับตัวบุคคลดังกล่าว ขึ้นเป็นระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบ

2.3 กรอบแนวความคิด

ความพยายามกระตุ้นให้เกิดวิสาหกิจเริ่มต้นตามความมุ่งหวังของทั้งภาครัฐและเอกชนที่จะขับเคลื่อนประเทศไทยให้เติบโตได้ตามพลวัตทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ได้ผลักดันให้เกิดการจัดงานประกวดไอเดียธุรกิจ โครงการการให้ทุน และเวทีการระดมทุน

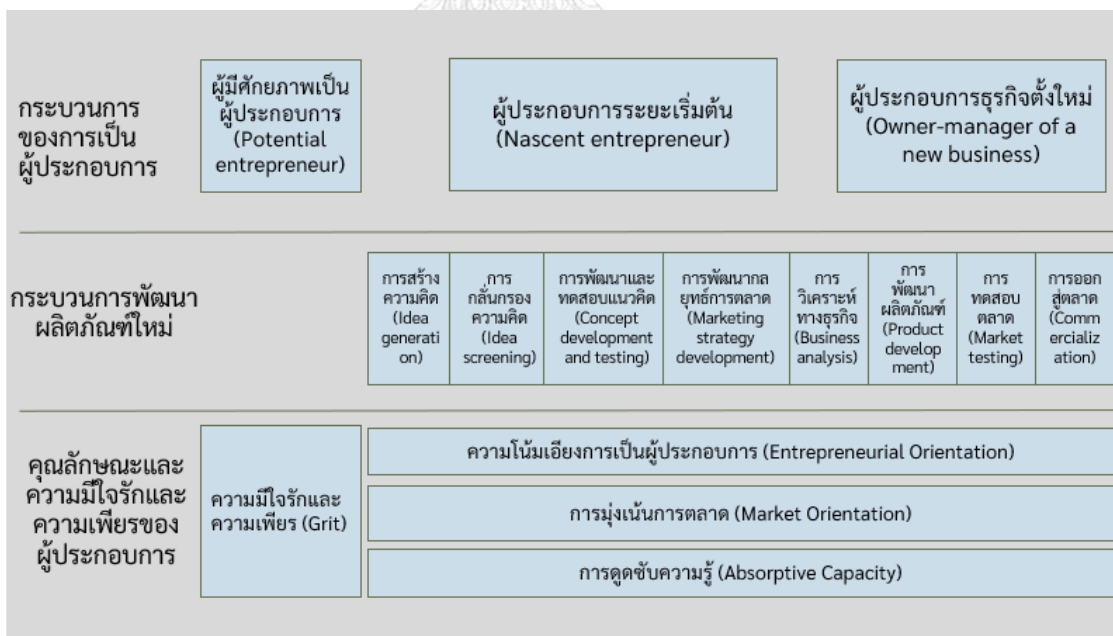
อย่างไรก็ตามกระบวนการในการให้ทุนกับวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยในปัจจุบัน มักจะมุ่งเน้นที่การประเมินศักยภาพของโครงการ แผนธุรกิจ และผลิตภัณฑ์ ขณะที่การพิจารณาปัจจัยด้านอุปนิสัยของผู้ก่อตั้งและทีมนั้นยังมีการประเมินและให้น้ำหนักในการประเมินน้อย ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวสวนทางกับตัวเลขสถิติที่ว่าปัจจัยด้านทีมเป็นสาเหตุหลักหนึ่งในสามอันดับแรกของความสำเร็จและความล้มเหลวของวิสาหกิจเริ่มต้น

ขณะที่เส้นทางอาชีพอื่นๆ อาทิ ผู้บริหาร และนักบิน ที่เป็นเส้นทางที่สร้างผลกระทบต่อผู้อื่นสูงเช่นเดียวกับการเป็นผู้ประกอบการ นั้นมีการทำแบบประเมินวัดศักยภาพด้านต่างๆกันเป็นมาตรฐานทั่วไป แต่เส้นทางในการเป็นผู้ประกอบการ กลับยังไม่มีระบบประเมินศักยภาพที่เป็นมาตรฐาน การวิจัยนี้จะมีส่วนช่วยในการวางแผนการประเมิน และให้แนวทางการพัฒนาอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ครอบคลุมในมิติของความมีใจรักและความเพียร (Grit) ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) การมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation) และการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) ที่เป็นปัจจัยสำคัญบนเส้นทางของการ

เป็นผู้ประกอบการนวัตกรรม ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสสำเร็จของวิสาหกิจเริ่มต้นและลดการสูญเสียเงินลงทุนของนักลงทุนและภาครัฐที่มีหมุนเวียนกว่าหมื่นล้านบาท

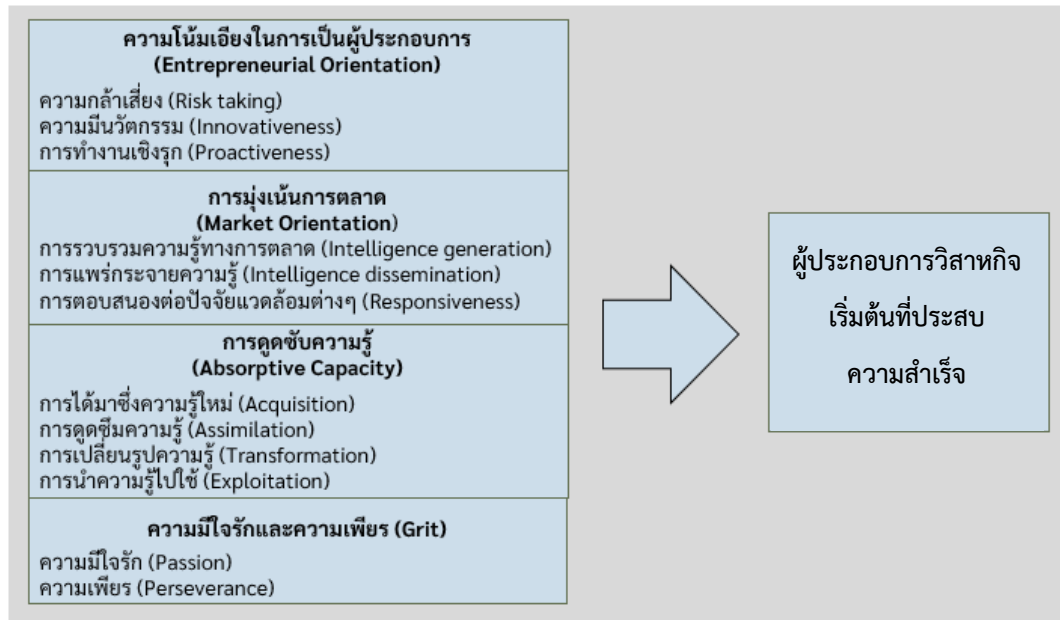
ทั้งนี้ มิติของอุปนิสัยที่ได้รวบรวมมานั้นเป็นอุปนิสัยที่เกี่ยวข้องในแต่ละกระบวนการของการเป็นผู้ประกอบการ (Bosma & Levie, 2010) ตั้งแต่

1. ผู้มีศักยภาพเป็นผู้ประกอบการ (Potential Entrepreneur) ที่มีอุปนิสัยด้านความมีใจรักและความเพียร (Grit) เป็นรากฐานแห่งความสำเร็จ
2. ผู้ประกอบการระยะเริ่มต้น (Nascent Entrepreneur) จนถึง เจ้าของธุรกิจใหม่ (Owner-Manager of a New Business) ที่ต้องอาศัยความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) การมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation) และการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) เป็นคุณลักษณะสำคัญในการจัดตั้งธุรกิจผ่านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Kotler, 2007) เริ่มจาก การสร้างความคิด (Idea generation) การกลั่นกรองความคิด (Idea screening) การพัฒนาและทดสอบแนวคิด (Concept development and testing) การพัฒนากลยุทธ์การตลาด (Marketing strategy development) การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business analysis) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) การทดสอบตลาด (Market testing) และการออกสู่ตลาด (Commercialization)



ภาพที่ 10 แนวคิดอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการในกระบวนการของการเป็นผู้ประกอบการ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

การศึกษาของผู้วิจัยมุ่งทดสอบและนำเสนอกรอบแนวคิดเรื่อง คุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับ
ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การดูดซับความรู้ และอุปนิสัยด้านความมี
ใจรักและความเพียร ว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดตั้งวิสาหกิจเริ่มต้น



ภาพที่ 11 กรอบแนวคิดอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ” ครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed Methods Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

3.1 รวบรวมตัวชี้วัดด้านอุปนิสัยและคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของผู้ก่อตั้งธุรกิจนวัตกรรมจัดตั้งใหม่ (Literature Review)

จัดทำวรรณกรรมปริทัศน์เพื่อรวบรวมงานวิจัยของปัจจัยชี้วัดด้านอุปนิสัยและคุณลักษณะ ที่มีผลต่อความสำเร็จในฟังก์ชันทางธุรกิจต่างๆที่มีมาก่อนหน้า ได้แก่ ความมุ่งมั่นต่อเป้าหมายและไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลว ความสามารถในการมองหาหรือสร้างโอกาสทางธุรกิจ ความสามารถในการทำความเข้าใจตลาดและเทคโนโลยี ความกล้าเสี่ยง และมีการทำงานเชิงรุก

โดยผู้วิจัยได้พบกระแสการวิจัยในเรื่อง ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) การมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation) การดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) และความมีใจรักและความเพียร (Grit) ที่มีการยืนยันความสัมพันธ์ของคุณลักษณะ และอุปนิสัยข้างต้นต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้กระแสวิจัยดังกล่าวยังมีการพัฒนาตัวชี้วัดในแต่ละด้านออกมาใช้สำหรับทั้งการเป็นแบบประเมินบุคคลหรือองค์กรในภาคปฏิบัติและใช้ในการวิจัยเรื่องอื่นๆ

ทั้งนี้ ในกระแสของการวิจัยเรื่องความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) การมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation) และการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) มักเป็นการวิจัยและชี้วัดในระดับองค์กร อย่างไรก็ตามแก่นหลักของความคิดรวมถึงแบบประเมินที่ได้จัดทำขึ้นไว้ก่อนหน้าสามารถนำมาปรับและประยุกต์เพื่อเป็นตัวชี้วัดในระดับบุคคลได้

3.2 หาความสอดคล้องตัวชี้วัดที่รวบรวมมากับบทสัมภาษณ์เส้นทางของผู้ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม

ในช่วงต้นผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพในการตรวจสอบตัวชี้วัดที่รวบรวมมาจากกระแสวิจัยที่เกี่ยวข้อง เปรียบเทียบกับเส้นทางของผู้ประกอบการนวัตกรรมจริง ด้วยการถอดบทสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ คุณเฉลิมพล ปุณโณทก ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้ง บริษัท ซีที เอเชีย โรโบติกส์ ผู้ผลิตและจำหน่ายหุ่นยนต์ช่วยเหลือผู้สูงอายุ “ดินสอ”

3.3 ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญโดยสัมภาษณ์ผู้ให้ทุนจากหน่วยงานภาครัฐฯ และกองทุนร่วมลงทุน เพื่อทดสอบความสอดคล้องของตัวชี้วัด กับการประเมินภาคปฏิบัติจริง รวมถึงปรึกษาโอกาสรับเอา ระบบประเมินที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นไปใช้

นอกจากการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวชี้วัดที่รวบรวมมา กับบทสัมภาษณ์เส้นทาง การเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จแล้ว ยังมีกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักอีกหนึ่งกลุ่มคือ ผู้ให้ทุน และกองทุนร่วมลงทุนที่มีประสบการณ์ในการประเมินผู้ประกอบการ และเป็นกลุ่มหลักที่มีโอกาสรับเอาระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการไปใช้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะจัดทำ การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน เพื่อขอคำปรึกษาในมิติของการประเมินที่ผู้ก่อตั้งธุรกิจนวัตกรรมทั้งในด้านทักษะ ความสามารถ คุณลักษณะ และอุปนิสัย รวมถึงทดสอบสมมติฐาน เรื่องข้อจำกัดด้านเครื่องมือในการประเมินอุปนิสัย และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ในกระบวนการให้ทุนในปัจจุบัน

ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามด้านคุณลักษณะ และอุปนิสัยกับตัวชี้วัดที่รวบรวมมา โดยส่งแบบประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC: Index of item objective congruence) ให้กับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ซึ่งกำหนดการให้คะแนนผู้เชี่ยวชาญเป็น +1 หรือ 0 หรือ -1 ดังตารางหัวข้อต่อไปนี้

คุณลักษณะ	ข้อคำถามสำหรับการวิจัย	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะ
		เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	

จากนั้นนำคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณจากสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

โดย IOC = ดัชนีความสอดคล้อง

R = คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยข้อคำถามสำหรับการวิจัยที่ใช้ได้ ต้องมีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป

3.4 พัฒนาการรอบแนวคิดเรื่องอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

นำตัวชี้วัดที่ได้ตรวจสอบความสอดคล้องแล้ว มาพัฒนารอบแนวคิดอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เพื่อเป็นตัวแบบเกณฑ์การพิจารณาผู้ประกอบการที่น่าเสนอเพิ่มเติม สำหรับเกณฑ์การประเมินให้ทุนและร่วมลงทุนที่ผู้ให้ทุนและกองทุนร่วมลงทุนใช้อยู่

3.5 พัฒนาแบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

รวบรวมแบบประเมินจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดในกรอบแนวคิดมาพัฒนาแบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ โดยจัดทำในรูปแบบแบบสอบถามปลายปิด (Close ended question) สำหรับประเมินตนเอง โดยใช้มาตราวัดของลิเคิร์ท 5 ระดับ (5 – Point Likert scale) จาก 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ถึง 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)

3.6 ทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการระยะเริ่มต้นและผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จแล้ว

นำแบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการสำรวจกับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการระยะเริ่มต้นและกลุ่มตัวผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จ โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

3.6.1 ผู้ประกอบการระยะเริ่มต้น

เป็นนิสิต นักศึกษาที่ยื่นขอทุนสนับสนุนก่อตั้งธุรกิจใหม่กับทาง TED Fund และ Youth Startup Fund และดำเนินธุรกิจมานาน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3.5 ปี โดยกำหนดกลุ่มประชากรที่จะศึกษาจากนิสิตในกลุ่มไลน์ “Incubator Orientation” ของ CU Innovation Hub มีสมาชิกจำนวน 126 ท่าน ซึ่งเป็นกลุ่มนิสิตที่เริ่มต้นก่อตั้งธุรกิจใหม่ และอยู่ระหว่างบ่มเพาะเพื่อยื่นขอทุนสนับสนุนกับทาง TED Fund และ Youth Startup Fund ทั้งนี้ หากกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ ในกรณีที่จำนวนประชากรทั้งหมดเป็นหลักร้อยละใช้กลุ่มตัวอย่าง 15-30% (บุญชม ศรีสะอาด, 2535) ผู้วิจัยจะต้องเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 19-38 ราย และหากกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1967) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05-0.10 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อน

ผู้วิจัยจะต้องเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 56-96 ราย

3.6.2 ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จ

เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่ดำเนินกิจการมากกว่า 3.5 ปี โดยกำหนดกลุ่มประชากรจากโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานนวัตกรรมในปี 2560-63 จำนวน 421 โครงการ โดยหากกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ ผู้วิจัยจะต้องเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 63-126 ราย และหากกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05-0.10 ผู้วิจัยจะต้องเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 81-205 ราย

3.6.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการกระจายแบบสอบถาม Google Forms ผ่านกลุ่มไลน์ของศูนย์บ่มเพาะจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นักธุรกิจหอการค้ากรุงเทพฯ และนิสิตนวัตกรรมระดับปริญญาโทและเอก เป็นระยะเวลา 3 สัปดาห์ โดยจัดเก็บข้อมูลด้วย Google Sheets และประมวลผลด้วย SPSS

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้สำรวจมา

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บแบบสอบถาม แบ่งเป็น สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย และ สถิติอ้างอิง (Inferential statistics) ได้แก่ การแจกแจงแบบทีของประชากร 2 กลุ่มที่อิสระต่อกัน (T-test for independent samples) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการแตกต่างกันด้วยวิธี

1) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ศึกษาระดับอุปนิสัยและคุณลักษณะแต่ละด้านที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการใน 4 ระยะเวลา ได้แก่ ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 6 เดือน ดำเนินธุรกิจ 6 เดือนถึง 3.5 ปี และดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี

$$H_0; \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4$$

$$H_1; \mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3 \neq \mu_4 \text{ อย่างน้อย 1 คู่}$$

2) การวิเคราะห์การแจกแจงแบบทีของประชากร 2 กลุ่มที่อิสระต่อกัน (T-test for independent samples) ศึกษาระดับอุปนิสัยและคุณลักษณะแต่ละด้านที่เกี่ยวข้องกับการประกอบ

ธุรกิจของผู้ประกอบการใน 2 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ดำเนินธุรกิจมานานน้อยกว่า 3.5 ปี และดำเนินธุรกิจมาแล้วมากกว่า 3.5 ปี

$$H_0 ; \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 ; \mu_1 \neq \mu_2$$

สมมติฐานที่ 2 มุมมองต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมานานกว่า 3.5 ปี มีความสัมพันธ์กับอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการด้วยวิธีทดสอบการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมุมมองต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ (EstPerf) กับคะแนนเฉลี่ยอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านต่างๆ และคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในภาพรวม

สมมติฐานที่ 3 ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ระหว่างกลุ่มที่ไม่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอกและมีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก มีอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการแตกต่างกันด้วยวิธีการวิเคราะห์การแจกแจงแบบทีของประชากร 2 กลุ่มที่อิสระต่อกัน (T-test for independent samples) ศึกษาระดับอุปนิสัยและคุณลักษณะแต่ละด้านที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ที่ 1) ไม่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก และ 2) มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก

$$H_0 ; \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 ; \mu_1 \neq \mu_2$$

สมมติฐานที่ 4 ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ที่อยู่ในระยะของธุรกิจที่ต่างกัน มีอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการแตกต่างกันด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ระหว่างธุรกิจใน 3 ระยะ ได้แก่ 1) อยู่ระหว่างทดสอบความคิด 2) อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด และ 3) นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว

$$H_0 ; \mu_1 = \mu_2 = \mu_3$$

$$H_1 ; \mu_1 \neq \mu_2 \neq \mu_3 \text{ อย่างน้อย 1 คู่}$$

บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล

4.1 การหาความสอดคล้องตัวชี้วัดที่รวบรวมมากับบทสัมภาษณ์เส้นทางกำหนัดเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม

ผู้วิจัยได้รับเกียรติจาก คุณเฉลิมพล ปุณโณทก ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้ง บริษัท ซีที เอเชีย โรโบติกส์ ผู้ผลิตและจำหน่ายหุ่นยนต์ช่วยเหลือผู้สูงอายุ “ดินสอ” ในการเข้าสัมภาษณ์เส้นทางกำหนัดเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม

โดยจากการถอดบทสัมภาษณ์พบว่า คุณลักษณะและอุปนิสัยที่รวบรวมมาได้แก่ ความมีใจรักและความเพียร ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด และการดูดซับความรู้ มีความสอดคล้องกับบริบทในแต่ละช่วงบนเส้นทางกำหนัดเป็นผู้ประกอบการของท่าน

ในช่วงสำเร็จการศึกษาคุณเฉลิมพลมีความตั้งใจที่จะทำอะไรเพื่อประเทศชาติ (ความมีใจรัก: Passion) โดยเลือกเส้นทางในการไปศึกษาต่อที่สหรัฐอเมริกาและมีปณิธานที่จะไม่กลับประเทศไทยจนกว่าจะค้นพบนวัตกรรมที่น่าสนใจ (ความเพียร: Perseverance, ความกล้าเสี่ยง: Risk-taking)

เมื่อสำเร็จการศึกษาคุณเฉลิมพลได้เข้าทำงานในบริษัทยักษ์ใหญ่ด้านเทคโนโลยีโดยมองหานวัตกรรมอยู่เสมอนั้นได้พบและเรียนรู้ซอฟต์แวร์ด้านคอลเซ็นเตอร์ซึ่งเป็นสิ่งใหม่ในยุคนั้น (ความมีนวัตกรรม: Innovativeness, การมุ่งเน้นการตลาด: Market Orientation, การดูดซับความรู้: Absorptive Capacity) เมื่อเห็นลู่ทางการทำธุรกิจจึงตัดสินใจลาออกมาเริ่มเส้นทางผู้ประกอบการในประเทศไทย (Risk-taking) ทั้งนี้ คอลเซ็นเตอร์ซอฟต์แวร์ในสมัยนั้นยังเป็นสิ่งใหม่ในประเทศไทยจึงยังไม่มีตลาด คุณเฉลิมพลจึงสร้างความต้องการด้วยตนเองโดยชวนเพื่อนตั้งบริษัทคอลเซ็นเตอร์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (ความเพียร: Perseverance, การมีความคิดสร้างสรรค์: Creativity, การทำงานเชิงรุก: Proactiveness) เมื่อพัฒนาบริการคอลเซ็นเตอร์สำเร็จแล้วรายหนึ่งก็สามารถขยายตลาดเจาะกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมอื่นๆ (การมุ่งเน้นการตลาด: Market Orientation) จนกระทั่งพัฒนาเป็นบริการคอลเซ็นเตอร์ผสมกับระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (ความมีนวัตกรรม: Innovativeness, การดูดซับความรู้: Absorptive Capacity)

ภายหลังจากที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจคอลเซ็นเตอร์คุณเฉลิมพลได้เริ่มมองหาความท้าทายใหม่ให้เป็นนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติกว่าเดิม (ความมีใจรัก: Passion, ความกล้าเสี่ยง: Risk-taking) โดยพบว่านักเรียนไทยมีความสามารถแข่งขันพัฒนาหุ่นยนต์ในระดับโลกแต่อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ของเราล้าหลังเล็กน้อยหรือไม่มีเลย จึงสนใจทางด้านนี้ (การมีความคิดสร้างสรรค์: Creativity, ความมีนวัตกรรม: Innovativeness)

เมื่อศึกษาตลาดและ Megatrend พบว่า สังคมโลกรวมถึงสังคมไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัย จึงได้เดินทางไปดูงานที่ประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศที่นวัตกรรมหุ่นยนต์ล้าหน้าและได้

เข้าสู่สังคมสูงวัยแล้ว (การมุ่งเน้นการตลาด: Market Orientation, การดูดซับความรู้: Absorptive Capacity) แต่กลับพบว่าญี่ปุ่นเองก็ไม่มีหุ่นยนต์สำหรับผู้สูงวัยจึงคิดจัดตั้งธุรกิจหุ่นยนต์สำหรับผู้สูงวัยขึ้นมาด้วยตนเอง โดยในช่วงเริ่มต้นธุรกิจหุ่นยนต์นั้นประเทศไทยยังไม่มีตลาดดังกล่าว เช่นเดียวกับในตอนที่เราเริ่มต้นธุรกิจคอลเซ็นเตอร์ คุณเฉลิมพลต้องคิดนอกกรอบอีกครั้ง ด้วยการเขียนหนังสือการ์ตูนให้หุ่นยนต์วิ่งขายเนื่องจากเด็กน่าจะชอบ ซึ่งเมื่อเริ่มดำเนินการจริงกลับเป็นที่สนใจของสังคม ได้ออกสื่อและมีรายได้หลักจากการเช่าหุ่นยนต์ออกงานอีเวนต์ต่างๆ (การมีความคิดสร้างสรรค์: Creativity, การมุ่งเน้นการตลาด: Market Orientation, การทำงานเชิงรุก: Proactiveness) ต่อมาได้พัฒนาหุ่นยนต์เสิร์ฟอาหารให้กับสุกี้เอ็มเค และพัฒนาหุ่นยนต์ส่งออกไปประเทศสวีเดน (ความมีนวัตกรรม: Innovativeness, การมุ่งเน้นการตลาด: Market Orientation) จนกระทั่งสะสมเงินทุนเพียงพอจึงได้พัฒนาหุ่นยนต์เดินสอ หุ่นยนต์ช่วยเหลือผู้สูงวัย ซึ่งสามารถส่งออกไปขายในประเทศญี่ปุ่นได้สำเร็จ (ความมีใจรัก: Passion)

ปัจจุบัน คุณเฉลิมพลยังคงพัฒนานวัตกรรมหุ่นยนต์ใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง อาทิ หุ่นยนต์แพทย์ หุ่นยนต์เฝ้าผู้ป่วย และเครื่องดักจับมะเร็งจากกลิ่น ฯลฯ (ความมีใจรัก: Passion, ความมีนวัตกรรม: Innovativeness)



ภาพที่ 12 ความสอดคล้องของตัวชีวิตที่รวบรวมมากับเส้นทางการเป็นผู้ประกอบการจากการสัมภาษณ์ คุณเฉลิมพล ปุณโณทก ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้ง บริษัท ซีที เอเชีย โรโบติกส์

เมื่อพิจารณาอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการในมิติต่างๆแล้ว คุณเฉลิมพลมีความมีใจรักและความเพียรที่จะสร้างนวัตกรรมให้กับประเทศเป็นรากฐาน โดยมีความกล้าเสี่ยงในการกระทำ

การต่างๆ อาทิเช่น การลาออกจากบริษัทในสหรัฐฯเพื่อกลับมาเริ่มต้นธุรกิจในประเทศไทย มีความมีนวัตกรรมในการคิดค้นสิ่งใหม่และสร้างสรรค์กระบวนการแก้ปัญหาต่างๆด้วยตนเอง ท่านมีการทำงานเชิงรุกซึ่งเห็นได้ชัดเจนจากการออกไปสร้างอุปสงค์สินค้าเองในตอนที่ยังไม่มีตลาด กอปรกับการมุ่งเน้นการตลาดที่ท่านสามารถมองหาโอกาสจากช่องว่างของตลาดได้ การดูดซับความรู้ก็เป็นอีกจุดแข็งของท่าน ท่านสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการไปศึกษาดูงานในสหรัฐฯ และญี่ปุ่น มาใช้ประโยชน์กับธุรกิจของตน โดยปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมาสอดคล้องกับกระแสวิจัยด้านอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ผู้วิจัยได้รวบรวมมา

4.2 การปรึกษาผู้เชี่ยวชาญโดยสัมภาษณ์ผู้ให้ทุนจากหน่วยงานภาครัฐฯ และกองทุนร่วมลงทุน

4.2.1 การสัมภาษณ์ผู้ให้ทุนจากหน่วยงานภาครัฐฯ และกองทุนร่วมลงทุน

การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ทุนและนักลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้น ได้รับเกียรติจากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ได้แก่ ท่านที่ (1) รศ. ดร.วีระพงษ์ แพสุวรรณ ท่านที่ (2) ดร.ชาญวิทย์ ตริเดช ท่านที่ (3) ดร.สุรอรธ ศุภจัตุรัส ท่านที่ (4) คุณณัฐริยา วิทายนเศรษฐ์ ท่านที่ (5) ผศ. ดร.เกษมศักดิ์ อุทัยชนะ เพื่อขอคำปรึกษาด้านการประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ก่อตั้งธุรกิจนวัตกรรม ซึ่งมีสรุปบทสัมภาษณ์ดังนี้

ท่านที่ 1 รศ. ดร.วีระพงษ์ แพสุวรรณ ผู้บริหารหน่วยงานให้ทุนภาครัฐฯ

ในภาพรวม ข้อคำถามคุณลักษณะนั้นมีความขึ้นกับมุมมองของผู้ตอบ (Subjective) ขณะที่คำถามในบางมิติยังคงค่อนข้างวัดไปทางธุรกิจที่มั่นคงแล้ว (Established business) มากกว่าธุรกิจจัดตั้งใหม่ อาทิ มิติด้านการตลาดที่มีการถามคุณลักษณะทั้งในเชิงของตัวบุคคล และตัวบริษัท

ในด้านวัตถุประสงค์ของงานวิจัย หากผู้วิจัยนำ Parameter ต่างๆมาวาง แล้วก็พยายามคาดการณ์อนาคตว่าผู้ประเมินมีโอกาสประสบความสำเร็จมั๊ย อาจจะมองไกลเกินไป แต่ถ้าต้องการที่จะดูว่า ผู้ทำแบบประเมินเป็นคนแบบนี้ พฤติกรรมแบบนี้ ก็สามารถที่จะผ่านการขอทุน หรือถ้าได้ทุนก็มีโอกาสจะประสบความสำเร็จในช่วงต้น น่าจะเป็นไปได้

ข้อแนะนำอีกประการหนึ่งคือ ความชัดเจนของข้อคำถาม เนื่องจากข้อคำถามที่รวบรวมมาเป็นการแปลจากภาษาอังกฤษ การเน้นย้ำ Key word และการแปลให้แม่นยำ จะช่วยลดความสับสนให้กับผู้ทำแบบสอบถามได้

จากประสบการณ์ในการสัมภาษณ์ทุน ปัจจัยด้านความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ เป็นเรื่องที่ค่อนข้างสำคัญ โดยมีติด้อยทั้ง สาม ไม่ว่าจะเป็นความกล้าเสี่ยง ความมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุก นั้นมีความเหมาะสม โดยกลุ่มแรก ความกล้าเสี่ยง นั้นเป็นสิ่งที่ชัดเจนมาก ๆ สำหรับการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งข้อคำถามที่ผู้วิจัยนำมาใช้ก็ครอบคลุมประเด็นดังกล่าวได้ดี ในเรื่องของความมีนวัตกรรมก็เป็นคุณลักษณะจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการ เพราะหากไม่มีปัจจัยดังกล่าว คนก็จะไม่มองหาสิ่งใหม่ คิดว่ากระบวนการเดิมๆจะตอบปัญหาได้ ด้านการทำงานเชิงรุกก็เป็นคุณลักษณะที่สำคัญว่า คนที่จะเป็นผู้ประกอบในกิจการ หรือกิจการยุคใหม่เนี่ย ต้องมีความ Proactive สูง

ทั้งนี้ ยังมีกระแสความคิดใกล้เคียงกับความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ก็คือ Entrepreneurial mindset ที่ครอบคลุมบางคุณลักษณะที่แตกต่างออกไป ซึ่งมีคุณลักษณะที่จะเสนอแนะเพิ่มเติมได้แก่

1) การน้อมรับเทคโนโลยี (Embrace technology) โดยหากไม่ใช่เทคโนโลยีการเชื่อมโยงไปถึงนวัตกรรมจะเป็นไปได้ยาก ซึ่ง เทคโนโลยี ที่กล่าวถึงข้างต้นไม่ได้หมายถึง เฉพาะผลิตภัณฑ์ แต่รวมถึงกระบวนการและอื่นๆ ทั้งนี้ ลักษณะของบุคคลที่ Embrace technology คือ คนที่มีความคล่องตัวในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี มี Domain of knowledge ครอบคลุมในสิ่งที่ทำ สามารถมองเห็นโอกาสและประยุกต์เทคโนโลยีเข้ามาตอบโจทย์นั้นๆได้ โดยผู้ที่ Embrace technology ไม่จำเป็นต้องเป็น Technologist หรือ เป็นนักประดิษฐ์ แต่เป็นผู้ประกอบการที่รู้ว่าจะหาเทคโนโลยีจากแหล่งไหน ใช้กระบวนการอะไรเพื่อแก้ Pain point ที่ได้ค้นพบและศึกษามา

2) การสร้างเครือข่าย (Networking) ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ จะบอกว่าทำคนเดียวนั้นเป็นไปได้ยาก ส่วนใหญ่ก็มักจะมี Networking กับกลุ่ม Party ที่เกี่ยวข้องต่างๆ อาทิ กลุ่มนักธุรกิจ, กลุ่มอาจารย์, กลุ่มนักวิจัย, กลุ่มเพื่อน ที่ช่วยกันแชร์ข้อมูล, ข่าวสาร, Success และ Failure

3) การมีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) มีความคิดสร้างสรรค์ตลอดเวลา มองสิ่งต่างๆก็จะคิดเสมอว่ามีโอกาสอะไร หรือมีโซลูชันอะไรที่จะมาตอบโจทย์ โดยการมีความคิดสร้างสรรค์ก็มีความคล้ายคลึงกับบางส่วนในความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการอยู่ด้วย

4) ความเป็นผู้นำ ซึ่งสามารถเห็นเด่นชัดได้จากการใช้เวลาพูดคุยเป็นเวลานาน โดยผู้มีความเป็นผู้นำสูงมักจะมีความคิดเป็นของตนเอง แต่ก็เปิดรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

ในส่วนของการมุ่งเน้นการตลาด ถือเป็นคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการ โดยการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตลาดจะสนับสนุนในการสร้างฐานลูกค้าใหม่ และช่วยรักษาลูกค้าเดิม

ขณะเดียวกันธุรกิจขนาดเล็กมักจะต้องไปพึ่งพิงตัวแทนจำหน่ายในการกระจายสินค้า นอกจากนั้นยังเก็บ Feedback จากลูกค้าผ่านทางตัวแทนจำหน่ายที่เป็น Touch point แรกๆกับลูกค้า

ทั้งนี้ ข้อคำถามที่รวบรวมมามีความเหมาะสมดีแล้วในการประเมินผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม ภายใต้อาณาเขตของคำถามในหมวดข้างต้นมีทั้งลักษณะที่ถามตัวบุคคลและตัวบริษัท ซึ่งอาจจะส่งผลต่อความแม่นยำในการให้คำตอบของผู้ประกอบการใหม่ที่ยังไม่เป็นบริษัท จึงต้องเรียบเรียงข้อคำถามให้ชัดเจนหรือถามในทำนองที่ว่า ถ้าท่านยังไม่มีบริษัท เมื่อท่านมีบริษัทแล้วท่านคิดว่าควรจะทำอย่างไร

สำหรับการดูดซับความรู้ เกี่ยวข้องกับเรื่องการรวบรวมความรู้ใหม่ ปัญหาที่เกิดขึ้นทางการตลาด ข้อมูลที่เข้ามาจากคู่แข่ง และการกระจายข้อมูลไปยังหน่วยธุรกิจต่างๆ ซึ่งล้วนเป็นคุณลักษณะสำคัญทั้งในตัวบุคคล และตัวบริษัท โดยข้อคำถามที่รวบรวมมาเหมาะสมแล้ว ทั้งนี้ การดูดซับความรู้จะคล้ายกับคุณลักษณะการ Embrace technology หากการดูดซับความรู้นั้นสามารถประยุกต์มาใช้จนเกิดคุณค่าใหม่ ที่ตอบโจทย์ปัญหาใหม่ หรือสร้างตลาดใหม่ขึ้นมาได้

เช่นเดียวกับการมุ่งเน้นการตลาด ข้อคำถามของการดูดซับความรู้มีการถามทั้งในระดับตัวบุคคลและตัวบริษัท ซึ่งต้องเรียบเรียงให้ชัดเจนป้องกันมิให้ผู้ตอบแบบสอบถามสับสน

ในด้านการเก็บข้อมูลความสำเร็จของธุรกิจจัดตั้งใหม่ไม่ควรมุ่งเน้นที่ผลประกอบการมากนัก เนื่องจากระยะธุรกิจนี้นั้นเริ่มต้นตั้งแต่ยังไม่ขายสินค้าออกสู่ตลาด แต่ให้พิจารณาที่เส้นทางการได้รับการสนับสนุนเงิน อาทิ จำนวนครั้งของการได้ทุน ขนาดของทุนที่ได้ หรือโปรไฟล์ของนักลงทุน โดยธุรกิจจัดตั้งใหม่ ที่มีไอเดียดี เริ่มต้นดี พัฒนาต้นแบบ ก็จะเริ่มหาเงินทุนและมีนักลงทุนเข้ามาให้เงิน นอกจากนี้ยังสามารถพิจารณาด้วยการที่ธุรกิจจัดตั้งใหม่เหล่านี้เข้าไปอยู่ในรายชื่อของหน่วยงานสนับสนุน อาทิ NIA, TED Fund

ท่านที่ 2 ดร.ชาญวิทย์ ตรีเดช ผู้บริหารหน่วยงานให้ทุนภาครัฐฯ

ในภาพรวม วัตถุประสงค์หรือนโยบายของการให้ทุนแต่ละประเภทจะมีรายละเอียดและปัจจัยพิจารณาที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น บางทุนมุ่งเน้นการสนับสนุนวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) ขณะที่บางทุนมุ่งเน้นการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) จึงมีตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ที่ต่างกัน ดังนั้น ในระบบประเมิน แหล่งทุนน่าจะสามารถตั้งค่าพารามิเตอร์ของอุปนิสัยและคุณลักษณะสำหรับการประเมินได้เองในแต่ละด้านตามแต่น้ำหนักของการพิจารณาในแต่ละทุน

สำหรับการพิจารณาผู้ประกอบการ กองทุนมักจะประเมินผู้ประกอบการโดยพิจารณาโอกาสการเติบโตของธุรกิจ ตัวอย่างเช่น เส้นทางการเติบโตแบบ Startup ก็จะมีประเมินว่าผู้ประกอบการมี

Growth Mindset มั้ย มีความกล้าเสี่ยงที่จะโตหรือไม่ บางทีเป็นการขอทุนระดับภูมิภาค แต่ผู้ประกอบการมองถึงตลาดระดับประเทศ หรือระดับโลก ก็จะมีที่น่าสนใจ ซึ่งข้อคำถามของผู้วิจัยที่วัดความกล้าเสี่ยงนั้นน่าจะมีส่วนช่วยในการประเมินผู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจเริ่มต้นได้ดี ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการตรวจสอบความกล้าเสี่ยง จากความเต็มใจที่จะลงทรัพยากรของตน โดยเฉพาะการขอทุนประเภทเงินสนับสนุน (Grant) ซึ่งหากผู้ประกอบการประเมินความกล้าเสี่ยงออกมาแล้วคะแนนสูง แต่ในแผนกลับลงเงินทุนของตนน้อยหรือไม่ลงเลย ก็จะเป็นข้อสังเกตได้

ในอีกมุมหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนวัตกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นต้องมีการลงทุนการวิจัยและพัฒนาสูง (R&D) ซึ่งค่าใช้จ่ายในส่วนนี้มักจะไม่ได้ยืนยันความสำเร็จทั้ง 100% ซึ่งหากผู้ประกอบการมีความกล้าเสี่ยงที่สูง ก็น่าจะช่วยสนับสนุนธุรกิจในการวิจัยและพัฒนาได้

ด้านความมีนวัตกรรม กองทุนส่วนใหญ่ที่ท่านผู้เชี่ยวชาญมีส่วนเกี่ยวข้องนั้นมุ่งเน้นการสนับสนุนผู้ประกอบการที่ใช้นวัตกรรม การชี้วัดคุณลักษณะในเรื่องด้านนี้ถือว่ามีประโยชน์ แต่อย่างไรก็ตามรายละเอียดของข้อคำถาม เช่น การเลือกใช้วิธีของตนเองมากกว่าวิธีที่ผู้อื่นได้ลองมาก่อนแล้ว ว่าเป็นการบ่งชี้ความมีนวัตกรรมนั้น บางครั้งอาจต้องมีความยืดหยุ่นของวิธีการโดยเรียนรู้จากความสำเร็จและความล้มเหลวของผู้อื่นด้วย คือการเชื่อในวิธีการของตนสูงนั้นเป็นสิ่งที่ดี แต่ก็ต้องมีความสามารถในการปรับตัวด้วย

ด้านการทำงานเชิงรุก ในเชิงการชีวิตนั้นเป็นประโยชน์ และข้อคำถามก็สามารถช่วยบ่งชี้คุณลักษณะดังกล่าวได้ โดยมีส่วนเสริมจากข้อคำถามว่า ปกติเมื่อเราไปถึงวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) กลุ่มนี้ส่วนใหญ่ คือผู้เห็น Pain point เห็นโอกาสของตลาดแล้วเป็นคนแรกๆที่เข้าไป เพราะฉะนั้นในการทำงานเชิงรุก นอกจากการลงมือให้ดำเนินต่อไปได้แล้ว ยังควรเป็นคนลงมือ Initiate และเป็นคนแรกๆที่ไปถึงปัญหาค้นคว้า

การมุ่งเน้นตลาด จำนวนข้อคำถามที่นำมาประเมินมีค่อนข้างมาก โดยในส่วนการสร้างความรู้ มีการสอบถามถึงปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน อาทิ ซัพพลายเออร์และตัวแทนจำหน่าย ซึ่งในทางปฏิบัติมีการให้น้ำหนักไม่มากในการให้ทุนกลุ่มธุรกิจจัดตั้งใหม่ เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวมักจะอยู่ในช่วงทดสอบความคิด พัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด จึงมีปฏิสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์และตัวแทนจำหน่ายไม่มากนัก กองทุนจะพิจารณาที่ไอเดียและความเข้าใจผลิตภัณฑ์เป็นหลัก โดยข้อคำถามเกี่ยวกับการสร้างความรู้ข้างต้นน่าจะเป็นประโยชน์กับการพิจารณาให้ทุนกลุ่มกิจการที่ผ่านช่วงต้นไปแล้วมากกว่า

เรื่องการแพร่กระจายความรู้ ข้อคำถามที่เกี่ยวข้องมีความเหมาะสม ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญในส่วนนี้คือเรื่องของการสื่อสารและความยอมรับความแตกต่างของกลุ่มผู้ก่อตั้ง เนื่องจากโดยทั่วไปกลุ่มผู้ก่อตั้งที่ดีคือ การรวมทีมของคนที่มีความถนัดหลากหลาย ตัวอย่างเช่น ทีมที่พัฒนา Application ก็จะมีคนรับผิดชอบในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และคนรับผิดชอบด้านการตลาด โดยแต่ละหน้าที่มักจะมี ความชำนาญและกระบวนการคิดที่แตกต่างกัน ซึ่งจะต้องมาสื่อสารและถอดรหัสระหว่างกัน ตลอดช่วงการพัฒนาธุรกิจให้ผลิตภัณฑ์ของตนตอบโจทย์ลูกค้าตั้งที่รวบรวมข้อมูลมา

ปัจจัยเรื่องการตอบสนอง การตอบสนองลูกค้าได้เร็วก็สอดคล้องกับการทำงานเชิงรุกซึ่งก็เป็นปัจจัยสำคัญ ที่นี้ประเด็นที่ต้องตอบสนองนั้นมักมีความหลากหลายหรือมีความเฉพาะทาง จึงควรมีแผนการรับมือ หรือบุคคลรับผิดชอบกำหนดไว้ว่าในปัญหาประเภทใดจะรับมืออย่างไร

สำหรับการดูดซับความรู้ ข้อคำถามในภาพรวมนั้นเป็นประโยชน์ในการพิจารณาให้ทุน ซึ่งโดยปกติผู้ให้ทุนมักจะรับรู้ถึงเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่สำเร็จมาแล้วจากทางผู้ประกอบการ การที่ข้อคำถามประเมิน มีการจำแนกย่อยการดูดซับความรู้เป็นสี่ขั้นตอนตั้งแต่ การได้มาซึ่งความรู้ การดูดซับความรู้ การเปลี่ยนรูปความรู้ และการนำความรู้ไปใช้นั้น จะช่วยให้ผู้ให้ทุนเห็นกระบวนการและที่มาที่ไปของผู้ประกอบการ ซึ่งทางหน่วยงานให้ทุนเองในปัจจุบันยังมีความเปิดกว้างในด้านที่มาจากความรู้และเทคโนโลยีไม่ได้จำกัดแค่เทคโนโลยีของตน แต่รวมถึงที่มาจากข้างนอก อาทิ การนำทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นมาใช้ (Licensing) หรือการซื้อ Know How เข้ามา การเห็นคุณลักษณะของการดูดซับความรู้อาจจะสนับสนุนในการจับคู่เทคโนโลยีต่อไปในอนาคตอีกด้วย อย่างไรก็ตามบางทุนเองก็มีเป็นทุนที่ช่วยค่า Licensing โดยเฉพาะ รวมไปถึงช่วยจับคู่งานวิจัยให้เหมาะสม ซึ่งช่วยผลักดันให้ธุรกิจมีการใช้เทคโนโลยีและงานวิจัยถูกใช้ประโยชน์มากขึ้น เกิดผลดีกับสังคมในภาพรวม

อย่างไรก็ตาม ในด้านการเก็บข้อมูลการดูดซับความรู้ นั้น อาจมีความท้าทายที่ว่า หากไปถามผู้ประกอบการจริง เชื่อว่าโดยประสบการณ์ของผู้ตอบคำถามส่วนใหญ่ น่าจะทำทั้งสี่ขั้นตอนไปเลยโดยที่ไม่ได้แจกแจงตัวเองเป็นขั้นเป็นตอน จึงอาจมีความยากในการเก็บข้อมูลให้ผู้ทำแบบสอบถาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเภทการทำออนไลน์ด้วยตนเอง เข้าใจและจับคู่ข้อคำถามเข้ากับสถานการณ์ของตน

ในอุปนิสัยด้านความมีใจรักและความเพียร เป็นปัจจัยที่ผู้ให้ทุนพิจารณา แต่การถามแบบตรงไปตรงมาแบบข้อคำถามของ Grit นั้นอาจจะประเมินได้ไม่แม่นยำ เนื่องจากผู้ตอบก็มักจะตอบในเชิงบวกอยู่แล้ว โดยในประเด็นนี้หากเป็นชุดคำถามอ้อมๆที่ใช้การแปลผลสองต่อ หรือนำมาตีความต่อ

เพื่อสะท้อนความมีใจรักและความเพียร ก็น่าจะมีประสิทธิภาพในการประเมินมากกว่า หรือตัวอย่างในกรณีนี้ข้อความของ Grit มีบางข้อที่มีคะแนนตรงข้ามด้วย ซึ่งเราอาจใช้สังเกตว่า การทำแบบประเมินมาถึงช่วงท้ายๆนี้แล้ว ผู้ทำแบบประเมินยังตั้งใจทำอยู่มั้ยตอบได้คือข้อข้อหรือไม่

อนึ่ง ในการประเมินผู้ประกอบการ ผู้เข้ามาขอทุนส่วนใหญ่มักจะมีสังกัดของศูนย์บ่มเพาะ รวมถึงได้รับพี่เลี้ยงหรือที่ปรึกษา เราก็อาจจะสอบถามหรือขอความเห็นจากทางกลุ่มนี้เป็นตัวช่วยในการประเมินตรงส่วนนี้

อีกส่วนหนึ่ง ในสถานการณ์ปกติบางทุนก็จะมีการจัด Boot Camp ที่เราก็จะได้รู้จักกับผู้ประกอบการในระหว่างนั้น ซึ่งหากมีการเก็บข้อมูลผู้ประกอบการด้วย Grit มาก่อนแล้ว เราอาจจะให้พี่เลี้ยงของทีมเป็นผู้ประเมินทีมให้ กับชุดคำถามเดียวกันอีกรอบหลังจากที่ได้ทำความรู้จักกันในระหว่าง Boot Camp ไว้สำหรับช่วยตรวจสอบให้การประเมินแม่นยำมากขึ้นได้

สำหรับการเก็บข้อมูลด้านผลการดำเนินงานในแต่ละข้อนั้นมีความเหมาะสม โดยหน่วยงานให้ทุนเองก็มีมิติการวัดที่ใกล้เคียงกัน อาทิ การเติบโตของรายได้ การจ้างงาน หรือผลกระทบต่อสังคม ทั้งนี้ในส่วนของ การเติบโตของกำไรนั้นสามารถสอบถามได้ แต่กองทุนบางกองที่สนับสนุนธุรกิจในระยะเริ่มต้น มักไม่ได้นำมาปัจจัยดังกล่าวเป็นตัวชี้วัดเนื่องจากในระยะดังกล่าวจะยังเห็นไม่ตัวเลขกำไรชัดเจน

ท่านที่ 3 ดร.สุรอรธ ศุภจัตุรัส ผู้บริหารหน่วยงานให้ทุนภาครัฐฯ

ท่านผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่าระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความน่าสนใจ โดยคล้ายกับการประเมินลักษณะผู้ประกอบการ (โหงวเฮ้ง) ซึ่งผู้ให้ทุนมักจะประเมินในระหว่างที่ได้สัมผัสกับผู้ประกอบการตามกระบวนการพิจารณาให้ทุนปกติอยู่แล้ว โดยมักจะครอบคลุมเรื่องความเป็นผู้ประกอบการ ทักษะการมองตลาด ศักยภาพในการสร้างทีม ซึ่งถ้าลักษณะต่างๆมีความพร้อมก็บ่งชี้ถึงโอกาสในการสร้างธุรกิจไปต่อได้ แม้ตัวโครงการจะยังไม่เป็นรูปเป็นร่างมากนัก ทั้งนี้ หากมีระบบเข้ามาช่วยให้การประเมินข้อมูลด้านนี้เด่นชัดขึ้นมาก็น่าจะสนับสนุนให้กระบวนการสร้างผู้ประกอบการดีขึ้น เช่นหากผู้ประกอบการท่านนี้ประเมินออกมามีความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ หรือการมุ่งเน้นการตลาดไม่สูงนัก ผู้ให้ทุนก็อาจจะสัมภาษณ์หรือสังเกตเพิ่มเติมเมื่อได้สัมผัสกับผู้ประกอบการจริง รวมถึงใช้ข้อมูลเป็นแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการต่อไป

ด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการนั้นสอดคล้องกับปัจจัยที่ผู้ให้ทุนประเมินอยู่เสมอ โดยในคำถามประเมินที่รวบรวมมานั้นมีความเหมาะสม ขณะที่ท่าน

ผู้เชี่ยวชาญมีการเสนอแนะในการเพิ่มความชัดเจนของข้อความในข้อ “ท่านขอทดลองกิจกรรมแปลกใหม่” (EO4) เป็น “ท่านขอทดลองและเปิดรับองค์ความรู้หรือกิจกรรมที่แปลกใหม่” ซึ่งสะท้อนมุมมองของความมีนวัตกรรมที่ครอบคลุมปัจจัยการทำธุรกิจที่มากขึ้น

การมุ่งเน้นตลาดเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตามอย่างไรก็ตามคำถามประเมินที่รวบรวมมาในบางข้อมีการสอบถามถึงปฏิสัมพันธ์กับ ผู้จัดการจำหน่าย ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับบริบทของผู้ประกอบการธุรกิจจัดตั้งใหม่ที่อาจจะยังอยู่ในระยะทดสอบความคิด และยังไม่ได้ขายจริง ซึ่งเรื่องดังกล่าวเห็นได้เด่นชัด ในช่วงตอบคำถามของการนำเสนอธุรกิจ (Pitching) ที่คำถามของกรรมการมักจะมุ่งเน้นไปที่ ตลาด หรือลูกค้าเป้าหมาย และน้อยครั้งที่จะมีการกล่าวถึงผู้จัดการจำหน่าย โดยท่านผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะให้ปรับเปลี่ยนการพิจารณา ผู้จัดการจำหน่าย ไปเป็นการพิจารณาที่ตัวลูกค้า หรือ บุคคลอื่นๆในห่วงโซ่คุณค่า ทั้งนี้ ในอีกคำถามย่อยซึ่งเกี่ยวข้องกับการแบ่งปันข้อมูลกับคนในทีม ท่านผู้เชี่ยวชาญมองว่าควรมีระดับของการแบ่งปันข้อมูลซึ่งกำหนดโดยหัวหน้าทีม และแนะนำให้ปรับเพิ่มจาก “ท่านแบ่งปันข้อมูลการติดต่อผู้จัดการจำหน่ายและลูกค้าของท่าน ให้กับผู้อื่นในทีม” (MO13) เป็น “ท่านแบ่งปันข้อมูลการติดต่อผู้จัดการจำหน่ายและลูกค้าของท่าน ให้กับผู้อื่นในทีมที่พิจารณาแล้ว จำเป็นและเหมาะสม”

ในการประเมินผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมการนำเรื่องการดูดซับความรู้เข้ามานั้นมีความเหมาะสม โดยหัวข้อในการประเมินอื่นๆที่รวบรวมมานั้นก็เป็นประเมินที่ใช้ได้กับผู้ประกอบการทั่วไป หรือ SME ขณะที่การดูดซับความรู้มักจะเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ทั้งนี้ ในประเด็นเรื่องการประเมินผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมนั้น หากไม่วางขอบเขตประเภทธุรกิจให้ดี อาจมีข้อจำกัดด้านจากความแตกต่างของพื้นฐานธุรกิจ อาทิ FoodTech BioTech และ ServiceTech ฯลฯ ซึ่งอาจส่งผลต่ออุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน โดยท่านผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้ดูการแบ่งแยกธุรกิจตามแบบของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ซึ่งผู้วิจัยเองได้เก็บข้อมูลประเภทธุรกิจข้างต้นในการสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการด้วย

อุปนิสัยด้านความมีใจรักและความเพียรเป็นอีกปัจจัยสำคัญหนึ่งในการพิจารณาผู้ประกอบการ โดยข้อความส่วนใหญ่มีความเหมาะสม ทั้งนี้ในข้อ “ท่านมักจะตั้งเป้าหมาย แต่มีการเปลี่ยนแปลงในภายหลัง” (GRIT5) นั้นค่อนข้างละเอียดอ่อน โดยหากว่าตามข้อความนี้ คงกำลังมองหาผู้ที่มั่นคงต่อเป้าหมาย แต่ในความเป็นจริงการเป็นผู้ประกอบการนวัตกรรมนั้นต้องมีความยืดหยุ่นด้วย ซึ่งในส่วนนี้อาจจะทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามสับสน โดยควรจะระบุให้ผู้ประกอบการที่ตอบ

แบบสอบถามสามารถเข้าใจได้ตรงตามบริบท ว่าเป้าหมายในที่นี้คือ เป้าหมายสูงสุด (Ultimate goal) อาทิ การเติบโตไปต่างประเทศ การเป็นที่หนึ่งของตลาด ฯลฯ แต่ตัววิธีการให้ไปสู่เป้าหมายนั้นสามารถยืดหยุ่นได้

ในเรื่องการเก็บข้อมูลด้านผลการดำเนินงานโดยทั่วไปวิสาหกิจเริ่มต้นมักจะพิจารณากันที่ระยะของการได้รับเงินทุน หรือการเติบโตของมูลค่ากิจการ (Valuation) ขณะที่ปริมาณเงินทุนที่ได้รับยังวัดได้ค่อนข้างยาก อาทิ ทุนให้เปล่าของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติทุนหลักได้แก่ Ideation ที่ให้เงินทุนห้าหมื่นบาท กับ Prove of concept ที่ให้เงินทุนห้าแสนถึงหนึ่งล้านห้าแสนบาท ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีขนาดที่ค่อนข้างห่างกัน

ท่านที่ 4 คุณณัฐริยา วิทธรณเศรษฐ์ ผู้จัดการการลงทุนกองทุนร่วมลงทุนต่างประเทศ

ท่านผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าการประเมินตัวผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้มิติการพิจารณาการลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้นมีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากในการดำเนินงานธุรกิจทางกองทุนไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิด ซึ่งโดยปกติ กองทุนร่วมลงทุนมักจะมีการประเมินตัวผู้ก่อตั้งธุรกิจโดยมีตัวชี้วัดศักยภาพ (Competency matrix) อยู่แล้ว โดยผู้จัดการการลงทุนจะจัดทำตัวชี้วัดต่างกันภายในก่อนการพบปะกับผู้ประกอบการ ซึ่งจะนำมาใช้ร่วมกับข้อมูลจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างพบกัน รวมถึงการสอบถามบุคคลภายนอกที่รู้จักกับตัวผู้ประกอบการ มาเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน และเป็นการประเมินจุดแข็งจุดอ่อน สำหรับการแนะนำผู้ประกอบการในฐานะนักลงทุน

สำหรับคุณลักษณะและอุปนิสัยต่างๆที่รวบรวมมานั้นค่อนข้างครอบคลุมในการประเมินผู้ประกอบการ ทั้งนี้ในรายชื่อย่อย่อในความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการชื่อ “ท่านเต็มใจที่จะลงทุนเงินและเวลาจำนวนมากกับสิ่งที่น่าจะสร้างผลตอบแทนได้สูง” (EO3) ในส่วนของการลงทุนเงินอาจจะไม่เหมาะกับการประเมินผู้ที่มาขอเงินทุนซึ่งไม่ได้มีเงินทุนมาก ถ้าใช้เป็นคำว่าทรัพยากร หรือความมุ่งมั่น (Commitment) น่าจะเข้ากับบริบทมากกว่า ขณะที่ในเรื่องเวลาสำคัญนั้นเหมาะสมและมีความสำคัญ ต่อมาในชื่อ “ท่านมักจะให้ความสำคัญกับโครงการที่มีความเฉพาะไม่เหมือนใครมากกว่างานหรือโครงการที่ได้ถูกลองมาแล้วก่อนหน้านี้” (EO5) ยังมีความไม่แน่ใจถึงความเหมาะสมในการใช้งาน โดยผู้ก่อตั้งวิสาหกิจเริ่มต้นในเอเชียส่วนใหญ่จะนำโมเดลธุรกิจทางฝั่งตะวันตกมาประยุกต์ให้เข้ากับตลาดในประเทศ ซึ่งแม้จะไม่ได้มีไอเดียที่ล้ำหน้า แต่มีความเข้าใจตลาดและ

ความสามารถในการทำไอดีนั้นให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมได้นั้น ก็มีโอกาสสร้างความสำเร็จได้เช่นเดียวกัน

ในเรื่องการดูดซับความรู้ข้อ “ทีมของท่านใช้แหล่งข้อมูลที่นอกเหนือจากข้อมูลภายในอุตสาหกรรม” (ACAP3) ท่านผู้เชี่ยวชาญมองว่าไม่ได้เป็นปัจจัยที่ค้ำยันถึงในการประเมิน โดยผู้ประกอบการอาจไม่ต้องคอยติดตามข้อมูลภายนอกอุตสาหกรรมอยู่เสมอ แต่เมื่อประสบกับปัญหาใด ปัญหาหนึ่งก็ค่อยไปศึกษาหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาสำหรับการแก้ปัญหาเหล่านั้นๆ

ในข้อคำถามสำหรับการเก็บข้อมูลด้านผลการดำเนินงานส่วนใหญ่มีความเหมาะสม โดยในการวัดผลการดำเนินงานด้วยจำนวนพนักงานอาจจะไม่สะท้อนได้อย่างแม่นยำเนื่องจากแต่ละธุรกิจก็มีความพึงพาจำนวนพนักงานที่แตกต่างกัน ขณะเดียวกันการวัดด้วยการร้องเรียนของลูกค้าที่ลดลงนั้น หากจำนวนลูกค้าเติบโตก็จะมีโอกาสที่การร้องเรียนของลูกค้าเพิ่มขึ้นตาม จึงควรพิจารณาข้อนี้ด้วยการเพิ่มขึ้นของการร้องเรียนน้อยกว่าการเติบโตของลูกค้า

หากมองในแต่ละมิติ ท่านผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านการมุ่งเน้นการตลาดกับความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการพอๆกัน รองลงมาเป็นเรื่องความมีใจรักและความเพียรตามด้วยเรื่องการดูดซับความรู้

สำหรับปัจจัยอื่นๆนอกเหนือจากนี้ ท่านผู้เชี่ยวชาญมองเรื่องความสามารถในการลงมือปฏิบัติ (Ability to execute) เป็นปัจจัยสำคัญที่สุด และยังพิจารณาเรื่องทักษะการบริหารทีม การสื่อสารระหว่างผู้ก่อตั้งด้วยกัน และความสามารถในรับคำแนะนำและปรับปรุงตาม (Take feedback) เป็นต้น ซึ่งมิติเหล่านี้ยังวัดได้ค่อนข้างยากต้องอาศัยระยะเวลาทำงานร่วมกัน

ท่านที่ 5 ผศ. ดร.เกษมศักดิ์ อุทัยชนะ ผู้บริหารหน่วยงานให้ทุนภาครัฐฯ และศูนย์บ่มเพาะ

ในภาพรวมของการประเมินให้ทุน ท่านผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าเกณฑ์การพิจารณาหลักโดยส่วนใหญ่จะอยู่ที่ศักยภาพของธุรกิจว่ามีโอกาสในตลาดมากน้อยเพียงใด ขณะที่ปัจจัยด้านอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่รองลงมา ซึ่งหากใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินเบื้องต้น (Pre-screen) ก็ดูจะมีความน่าสนใจสำหรับศูนย์บ่มเพาะที่มีความต้องการพัฒนาผู้ประกอบการของตน

ในปัจจัยย่อยของความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการเรื่องความกล้าเสี่ยง ท่านผู้เชี่ยวชาญมีมุมมองเป็นกลางต่อปัจจัยดังกล่าว โดยได้แบ่งปันมุมมองถึงบริบทที่เกี่ยวข้อง คือ ความเสี่ยง และความไม่แน่นอน ในเชิงของการประเมินผู้ประกอบการนั้นควรจะพิจารณาความสามารถในการรับมือกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่กำลังจะเผชิญด้วย กล่าวคือประเมินความเสี่ยงเทียบกับ

ผลตอบแทนคาดว่าจะได้รับ มิใช่สิ่งที่เสี่ยงเพียงอย่างเดียว ซึ่งในบางครั้งที่ผู้ประกอบการไม่ได้เสี่ยงมากนักจากเงินทุนที่มี แต่อยู่ในสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนสูงอย่างเช่นการพัฒนาสินค้าใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน เวลาสำเร็จผลตอบแทนต่อความเสี่ยงก็จะค่อนข้างสูง ขณะที่ในเรื่องของความมั่นคงนวัตกรรมในข้อ “ท่านเลือกที่จะลองวิธีเฉพาะของตนในการเรียนรู้สิ่งใหม่มากกว่าวิธีการที่ผู้อื่นใช้กันทั่วไป” (EO6) และ “ท่านมักแก้ปัญหาผ่านการทดลองด้วยตนเองมากกว่าที่จะใช้วิธีการที่ผู้อื่นมักจะใช้ในการแก้ปัญหาดังกล่าว” (EO7) ยังมีความไม่แน่ใจในความสามารถในการประเมินของคำถาม โดยหากทดลองสิ่งต่างๆด้วยวิธีเฉพาะของตนเองมันก็อาจจะเป็นหลุมพราง เนื่องจากก่อนที่จะลองวิธีของเรา ก็ควรจะไปเรียนรู้เส้นทางของผู้อื่นก่อนว่าแบบไหนประสบความสำเร็จ แบบไหนล้มเหลว ด้วยเหตุผลอะไร ซึ่งจะทำให้บางเรื่องไม่ต้องลองด้วยตนเองทั้งหมด อย่างที่เคยเจอก็อย่างเช่น สารสกัดเครื่องสำอางค์ มีทั้งไพล ขมิ้น ลำไย ฯลฯ บอกรของเราใหม่ไม่เหมือนใคร แต่จริงๆก็มีคนทำมาแล้ว และผลิตภัณฑ์ของพืชเหล่านี้ก็จะคล้ายๆกัน นอกจากนั้น ผู้ประกอบการยังควรจะต้องรู้ว่าอะไรคือคุณค่าหลักที่บริษัทส่งมอบ หรือกิจกรรมอะไรที่เป็นกิจกรรมสำคัญ ขณะที่คุณค่าและกิจกรรมอื่นๆอาจไม่ต้องทำเองแล้วไปใช้ของคนอื่น (Outsource) ส่วนข้อคำถามด้านการดำเนินงานเชิงรุกมีความเหมาะสมดีอยู่แล้ว

ในมิติการมุ่งเน้นตลาดข้อคำถามที่รวบรวมมาส่วนใหญ่มีความเหมาะสมสำหรับการประเมินผู้ประกอบการ ทั้งนี้ในส่วนข้อคำถามที่พิจารณาถึงผู้อื่นในห่วงโซ่คุณค่า ท่านผู้เชี่ยวชาญมองว่าวิสาหกิจเริ่มต้นควรจะต้องมุ่งโฟกัสไปที่ลูกค้าหรือผู้ใช้งานเป็นสำคัญ เพื่อตอบโจทย์ให้ถึงจุดที่สินค้าสอดคล้องกับตลาดให้ได้ (Product-market fit)

ในปัจจุบันเรื่องการดูซับความรู้ข้อคำถามส่วนใหญ่มีความเหมาะสม โดยการนำความรู้มาใช้ในบางครั้งจะเป็นการยาก เนื่องจากในบางครั้งความรู้อาจจะไม่ได้มีความเชื่อมโยงกันแต่แรก ต้องลองผิดลองถูกหรือใช้จินตนาการสูง นอกจากนี้ความรู้ในโลกนี้ยังมีค่อนข้างมากการจะพบองค์ความรู้และเชื่อมโยงได้ต้องใช้ประสบการณ์สูง ส่วนในเรื่องของข้อย่อยเรื่องการพัฒนาต้นแบบอยู่เสมอนั้น (ACAP12) สามารถเพิ่มรายละเอียดเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอได้อีกด้วย เนื่องจากบางธุรกิจอาจอยู่ในช่วงที่สินค้าสอดคล้องกับตลาดมากอยู่แล้ว ทั้งนี้ในข้อ “เมื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามา ทีมของท่านมักจะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น” (ACAP14) ท่านผู้เชี่ยวชาญให้มุมมองว่าการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสำหรับกิจกรรมเบื้องหลัง (Back-end) มักจะทำให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ระดับของนวัตกรรมกับระดับของควมมีประสิทธิภาพจะสวนทางกันในช่วงต้น เนื่องจากการประยุกต์ใช้นวัตกรรมเข้ามาเป็นสิ่งใหม่และยังไม่อยู่ในช่วงคุ้มทุน

สำหรับอุปนิสัยด้านความมีใจรักและความเพียรเป็นปัจจัยการประเมินที่สำคัญผู้ให้ทุนหรือนักลงทุนมักจะชอบผู้ประกอบการที่รักในสิ่งที่ทำ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่คล้ายๆกันอีกคือ ความมุ่งมั่นและทุ่มเท ทำสิ่งต่างๆได้ตามแผนที่เคยบอกเอาไว้

หากมองในแต่ละมิติ ท่านผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านการมุ่งเน้นการตลาดมากที่สุด รองลงมาจะเป็นเรื่องของความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ และถัดไปเรื่องการดูดซับความรู้ และความมีใจรักและความเพียร มีระดับความสำคัญเท่าๆกัน

โดยปกติทางทีมของท่านมุ่งหาผู้ประกอบการที่จดจ่อกับปัญหาของลูกค้าจนกระทั่งตกผลึกออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ และมีการเสี่ยงด้วยอัตราผลตอบแทนต่อความเสี่ยงที่เหมาะสม ทั้งนี้ด้วยความที่เป็นทั้งผู้ให้ทุนและเป็นศูนย์บ่มเพาะวิธีการของท่านจึงไม่ใช่การตัดสินใจครั้งเดียวแล้วจบ แต่เป็นการติดตามกระบวนการการทำงาน การวางหลักไมล์แล้วไปให้ถึงตามที่เสนอไว้ ซึ่งโดยปกติติดตามกันราวสามเดือนก็จะมองเอาแล้วว่าผู้ประกอบการเอาจริงเอาจังแค่ไหน ไม่เหมือนกับรอบตอนคัดเลือกที่ใช้เวลาเพียงไม่กี่ชั่วโมงในการตัดสินใจ

4.2.2 การอภิปรายผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

อุปนิสัยและคุณลักษณะที่รวบรวมมาศึกษาในงานวิจัย เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญซึ่งค่อนข้างครอบคลุมปัจจัยที่ท่านผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานให้ทุนและกองทุนร่วมลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้นใช้ในการประเมินผู้ประกอบการที่เข้ามาขอเงินทุน โดยคุณลักษณะหลักที่คล้ายคลึงกับปัจจัยที่ท่านผู้เชี่ยวชาญมักให้ความสำคัญคือความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการตลาด ทั้งนี้ ท่านผู้เชี่ยวชาญมองว่าการพัฒนาระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความน่าสนใจ โดยมีความคาดหวังต่อระบบดังกล่าวตรงกันว่า สามารถใช้ในการประเมินผู้ประกอบการเบื้องต้นและใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการได้ อย่างไรก็ตามเครื่องมือดังกล่าวอาจยังไม่ถึงกับสามารถใช้ในตัดสินใจให้เงินทุน หรือทำนายความสำเร็จของผู้ประกอบการ ต้องใช้ประกอบกับปัจจัยด้านอื่นๆด้วย

ขณะเดียวกันท่านผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนะอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สำคัญ นอกเหนือจากที่รวบรวมมาในงานวิจัย ได้แก่ การน้อมรับเทคโนโลยี (Embrace technology) การสร้างเครือข่าย (Networking) การมีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ความเป็นผู้นำ การมีกรอบความคิดแบบเติบโต (Growth mindset) ความยืดหยุ่น (Resilience) ความสามารถในการลงมือ

ปฏิบัติ (Ability to execute) ความสามารถในการรับคำแนะนำและปรับปรุงตาม (Ability to take feedback)

สำหรับคำถามการประเมินที่รวบรวมมาส่วนใหญ่สามารถสะท้อนวัตถุประสงค์ในการประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการในแต่ละด้านได้ดี ขณะที่มิข้อเสนอแนะในการปรับปรุงรายละเอียดในข้อคำถาม ได้แก่

1. EO4: ท่านชอบทดลองและเปิดรับองค์ความรู้หรือกิจกรรมที่แปลกใหม่
2. MO13: ท่านแบ่งปันข้อมูลการติดต่อผู้จัดจำหน่ายและลูกค้าของท่าน ให้กับผู้อื่นในทีมที่พิจารณาแล้วจำเป็นและเหมาะสม
3. ACAP12: ทีมของท่านมีการพัฒนาต้นแบบและปรับปรุงผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ

ทั้งนี้ ท่านผู้เชี่ยวชาญบางท่านได้ให้ข้อสังเกตว่าข้อคำถามมีลักษณะในการถามอย่างตรงไปตรงมา และยังขึ้นอยู่กับมุมมองของผู้ตอบแต่ละคน (Subjective) ซึ่งอาจจะส่งผลให้การประเมินที่ออกมาไม่สะท้อนกับความเป็นจริงนัก แต่ก็ยังเป็นปัจจัยที่ยอมรับได้หากใช้ระบบดังกล่าวสำหรับการเบื้องต้น ซึ่งจะใช้อ้างอิงอีกครั้งกับการมีปฏิสัมพันธ์จริงกับผู้ประกอบการในกระบวนการพิจารณาให้ทุน

4.3 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามจากข้อคำถามที่ได้รวบรวมมาจากกระแสการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม

4.3.1 การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการขอความอนุเคราะห์ทำแบบสอบถามในกลุ่มไลน์ของศูนย์บ่มเพาะจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นักธุรกิจในหอการค้ากรุงเทพ และนิสิตนวัตกรรมระดับปริญญาโทและเอก ในระหว่างวันที่ 19 กรกฎาคม ถึง 9 สิงหาคม พ.ศ. 2564 โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่ดำเนินกิจการมานาน้อยกว่า 3.5 ปี 47 ราย และผู้ประกอบการธุรกิจที่ดำเนินกิจการมานานกว่า 3.5 ปี 76 ราย ซึ่งอยู่ในกรอบของสุ่มตัวอย่างที่วางไว้

4.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามซึ่งรวบรวมมาจากกระแสการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ครอบคลุมปัจจัยด้านเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา สาขาการศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ประเภทธุรกิจ และหน้าที่ความรับผิดชอบหลักในธุรกิจ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่สำรวจ ครอบคลุมอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการ ได้แก่

ส่วนที่ 2.1 ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 2.2 การมุ่งเน้นการตลาด

ส่วนที่ 2.3 การดูดซับความรู้

ส่วนที่ 2.4 การมีใจรักและความเพียร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะของธุรกิจ แบ่งเป็นสองกลุ่ม ได้แก่

ส่วนที่ 3.1 ข้อมูลระยะธุรกิจของกลุ่มที่ประกอบธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี

ส่วนที่ 3.2 ข้อมูลมุมมองต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มที่ประกอบธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4.3.3 การตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์งานวิจัย (IOC)

ในระหว่างการประชุมเชิงลึกผู้ให้ทุนและกองทุนร่วมลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้นเพื่อขอคำปรึกษาในมิติของการประเมินผู้ก่อตั้งธุรกิจนวัตกรรม จากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน ได้แก่ ท่านที่ (1) รศ. ดร.วีระพงษ์ แพสุวรรณ ท่านที่ (2) ดร.ชาญวิทย์ ทรีเดช ท่านที่ (3) ดร.สุรอรธ สุกัจตุรัส ท่านที่ (4) คุณณัฐธริยา วิหยธนเศรษฐ์ ท่านที่ (5) ผศ. ดร.เกษมศักดิ์ อุทัยชนะ ผู้วิจัยยังได้ขอความร่วมมือผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามด้านคุณลักษณะ และอุปนิสัยกับตัวชี้วัดที่ได้รวบรวมมา ซึ่งได้ผลการประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC: Index of item objective congruence) ดังนี้

ตารางที่ 6 ได้ผลการประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

มิติการประเมิน	ข้อคำถามสำหรับการวิจัย	ผลการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ					ค่า IOC	การแปลผล
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
มิติที่ 1: ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)								
ความกล้าเสี่ยง (Risk-taking)	1) ท่านกล้าลงมือปฏิบัติกับสิ่งที่ยังไม่รู้	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2) ท่านเต็มใจที่จะลงทุนเงินและเวลาจำนวนมากกับสิ่งที่น่าจะสร้างผลตอบแทนได้สูง	+1	+1	+1	0	+1	0.8	ใช้ได้

	3) ท่านกล้าลงมือปฏิบัติในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้อง	+1	+1	+1	0	0	0.6	ใช้ได้
ความมีนวัตกรรม (Innovativeness)	1) ท่านชอบทดลองและเปิดรับ องค์ความรู้หรือกิจกรรมที่แปลกใหม่	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2) ท่านมักจะให้ความสำคัญกับโครงการที่มีความเฉพาะไม่เหมือนใคร มากกว่างานหรือโครงการที่ได้ถูกส่งมาแล้วก่อนหน้านี้	+1	+1	+1	0	0	0.6	ใช้ได้
	3) ท่านเลือกที่จะลงวิธีเฉพาะของตนในการเรียนรู้สิ่งใหม่มากกว่าวิธีการที่ผู้อื่นใช้กันทั่วไป	+1	0	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
	4) ท่านมักแก้ปัญหาผ่านการทดลองด้วยตนเองมากกว่าที่จะใช้วิธีการที่ผู้อื่นมักจะใช้ในการแก้ปัญหาดังกล่าว	+1	+1	+1	+1	0	0.8	ใช้ได้
การทำงานเชิงรุก (Proactiveness)	1) ท่านมักจะทำสิ่งต่างๆโดยคาดการณ์ถึงความต้องการ, ปัญหา หรือความต้องการในอนาคต	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2) ท่านมักวางแผนสิ่งต่างๆล่วงหน้า	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3) ท่านเลือกที่จะเป็นผู้ลงมือทำให้โครงการดำเนินต่อไปมากกว่าที่จะรอให้คนอื่นทำ	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
มิติการประเมิน	ข้อคำถามสำหรับการวิจัย	ผลการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ					ค่า	การ
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	IOC	แปลผล
มิติที่ 2: การมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation)								
การสร้างความรู้ (Intelligence generation)	1) ท่านรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและบริการของท่าน จากผู้อื่นนอกบริษัท อาทิ ลูกค้า ช่องทางการจำหน่าย และซัพพลายเออร์	+1	0	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
	2) ท่านร่วมมือกับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน (อาทิ ซัพพลายเออร์ และช่องทางการจำหน่าย) ในการค้นหาความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3) ท่านมักจะพูดคุยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของลูกค้าหรือตลาด กับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4) ท่านมักสังเกตการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นฐานของอุตสาหกรรมจากการพูดคุยกับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน	+1	0	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
	5) ท่านได้พูดคุยหรือสำรวจผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า	+1	0	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
	6) ท่านพิจารณาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มั่นใจว่าทิศทางที่ไปตรงกับความต้องการของลูกค้า	+1	0	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้

7) ท่านเข้าร่วมการเสวนาที่ไม่เป็นทางการซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์หรือแผนการของคู่แข่งในอุตสาหกรรม ทั้งในสถานการณ์ปัจจุบัน และอนาคต	+1	+1	+1	-1	0	0.4	ใช้ไม่ได้
8) ท่านรวบรวมข้อมูลอุตสาหกรรมผ่านช่องทางทั้งทางการและไม่ทางการ	+1	0	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้

มิติการประเมิน	ข้อความสำหรับการวิจัย	ผลการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ					ค่า IOC	การแปลผล
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
การแพร่กระจายความรู้ (Intelligence dissemination)	1) ท่านมีการประชุมกันในทีมเพื่อหารือเกี่ยวกับแนวโน้มตลาดและพัฒนาการต่างๆของบริษัท	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2) ข้อมูลเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นกับห่วงโซ่อุปทานหรือตลาดถูกแพร่กระจายอย่างรวดเร็วในทีมของท่าน และมีระบบวางแผน/ตัดสินใจตามเงื่อนไขที่เหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3) ท่านร่วมทำกิจกรรมนอกเวลางานกับทีมของท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4) ท่านส่งต่อข้อมูลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้กับทีมอยู่เสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	5) ท่านสื่อสารกับทีมเรื่องแผนการขยายตลาดอยู่เสมอทั้งในระยะสั้นและระยะยาว	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	6) ท่านแบ่งปันข้อมูลการติดต่อผู้จัดจำหน่ายและลูกค้าของท่านให้กับผู้อื่นในทีมที่พิจารณาแล้วจำเป็นและเหมาะสม	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
การตอบสนอง (Responsiveness)	1) ท่านจะพยายามช่วยเหลือเต็มที่ หากพบว่าลูกค้าประสบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า และมีแผนการรับมือความเสี่ยงที่ชัดเจน	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2) ท่านจะพยายามช่วยเหลือให้ผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานบรรลุเป้าหมาย	+1	0	+1	+1	0	0.6	ใช้ได้
	3) ท่านจะตอบสนองอย่างรวดเร็ว หากผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทานมีปัญหากับข้อเสนอของท่าน	+1	0	+1	+1	0	0.6	ใช้ได้
	4) ท่านจะตอบสนองทันที เมื่อพบว่าลูกค้าไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการของท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	5) ท่านร่วมพัฒนาการให้บริการลูกค้ากับผู้อื่นใน ห่วงโซ่อุปทาน	+1	0	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้

มิติการประเมิน	ข้อความสำหรับการวิจัย	ผลการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ					ค่า IOC	การแปลผล
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
มิติที่ 3: การดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity)								
การได้มาซึ่งความรู้ใหม่ (Acquisition)	1) การติดตามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเป็นเรื่องปกติประจำวันในทีมของท่าน	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2) ทีมของท่านใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายในอุตสาหกรรม	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

	3) ทีมของท่านใช้แหล่งข้อมูลทีนอกเหนือจากข้อมูลภายใน อุตสาหกรรม	+1	+1	+1	0	+1	0.8	ใช้ได้
การดูดซึมความรู้ (Assimilation)	1) ในทีมของท่าน ไอเดียและแนวคิดใหม่ๆ ถูกสื่อสาร ระหว่างกันอยู่เสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2) ทีมของท่านแก้ปัญหาต่างๆด้วยความร่วมมือกันของ ผู้คนที่มีความแตกต่างกัน	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3) ในทีมของท่านจะมีการแชร์ความเห็นในเรื่องที่เกี่ยวข้อง กับธุรกิจระหว่างกันอยู่เสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4) ทีมของท่านมีการกำหนดการวันประชุมประจำเพื่อ แลกเปลี่ยนมุมมองด้านการพัฒนา ปัญหา และความสำเร็จ ที่เกิดขึ้น	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
การเปลี่ยนรูปความรู้ (Transformation)	1) ทีมของท่านสามารถวางโครงสร้างและใช้ความรู้ที่ได้ เก็บรวบรวมไว้	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2) ทีมของท่านมีความคุ้นเคยกับการดูดซับความรู้ใหม่ รวมถึงการเตรียมความรู้เหล่านั้นสำหรับโอกาสใช้งานใน วัตถุประสงค์อื่นๆ	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3) ทีมของท่านเคยเชื่อมโยงความรู้เดิมเข้ากับข้อมูลใหม่ๆ อย่างสัมฤทธิ์ผล	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	4) ทีมของท่านสามารถในการประยุกต์ความรู้ใหม่เข้ากับ การทำงานภาคปฏิบัติได้	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
การนำความรู้ไปใช้ (Exploitation)	1) ทีมของท่านมีการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2) ทีมของท่านมักจะปรับใช้ความรู้ใหม่ๆเข้ากับเทคโนโลยี ที่ใช้ในปัจจุบัน	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3) เมื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามา ทีมของท่าน มักจะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	+1	+1	+1	+1	0	0.8	ใช้ได้

CHULALONGKORN UNIVERSITY

มิติการประเมิน	ข้อความสำหรับการวิจัย	ผลการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ					ค่า IOC	การแปล ผล
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
มิติที่ 4: ความมีใจรักและความเพียร (Grit)								
	1) ในบางครั้ง ความคิดหรือโครงการใหม่ๆ ดึงดูดความ สนใจของท่านจากความคิดหรือโครงการที่ทำอยู่	+1	0	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
	2) ความล้มเหลว ไม่ทำให้ท่านย่อท้อ	+1	0	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
	3) ท่านจัดจกับความคิดหรือโครงการใหม่ๆ สูงในช่วงต้น ก่อนจะแผ่วลงในระยะเวลาต่อมา	+1	0	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
	4) ท่านเป็นคนทำงานหนัก	+1	0	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
	5) ท่านมักจะตั้งเป้าหมาย แต่มีการเปลี่ยนแปลงใน ภายหลัง	+1	0	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้

	6) ท่านมีความยากลำบากที่จะจัดล่องกับโครงการที่ต้องใช้ ระยะเวลา 2-3 เดือน	+1	0	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
	7) ทุกงานที่ท่านได้เริ่ม ท่านทำงานเสร็จ	+1	0	+1	+1	+1	0.8	ใช้ได้
	8) ท่านเป็นคนขยัน	+1	0	0	+1	+1	0.6	ใช้ได้

มิติการประเมิน	ข้อความสำหรับการวิจัย	ผลการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ					ค่า IOC	การแปล ผล
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
การเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานของธุรกิจที่มั่นคงแล้ว (Established business performance)								
	1) เทียบกับธุรกิจในอดีตเหมือนกัน ผลสัมฤทธิ์ ของท่านเข้าถึงตลาดได้กว้างกว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2) เทียบกับธุรกิจในอดีตเหมือนกัน รายได้ของ บริษัทท่านเติบโตได้ดีกว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3) เทียบกับธุรกิจในอดีตเหมือนกัน กำไรของ บริษัทท่านเติบโตได้ดีกว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา	+1	0	+1	0	+1	0.6	ใช้ได้
	4) เทียบกับธุรกิจในอดีตเหมือนกัน การ ร้องเรียนของลูกค้าลดลงกว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา	+1	+1	+1	-1	+1	0.6	ใช้ได้
	5) เทียบกับธุรกิจในอดีตเหมือนกัน จำนวน พนักงานของท่านเพิ่มขึ้นมากกว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่าน มา	+1	+1	+1	-1	+1	0.6	ใช้ได้

มิติการประเมิน	ข้อความสำหรับการวิจัย	ผลการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ					ค่า IOC	การแปล ผล
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
การเก็บข้อมูลการดำเนินงานของธุรกิจจัดตั้งใหม่ (Nascent business performance)								
	1) ยังไม่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	2) มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอกเพื่อทดสอบความคิด	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
	3) มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอกเพื่อพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	+1	+1	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังได้ขอความเห็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวน้ำหนักความสำคัญของมิติแต่ละด้านต่อการพิจารณาผู้ประกอบการ แบ่งเป็น

- 1) ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ซึ่งเป็นมิติที่มีการให้น้ำหนักการพิจารณาผู้ประกอบการสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยการให้น้ำหนักของผู้เชี่ยวชาญที่ 33% และมีการให้น้ำหนักในค่าระหว่าง 25-40%
- 2) การมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation) เป็นมิติที่มีการให้น้ำหนักการพิจารณาผู้ประกอบการรองลงมา โดยมีค่าเฉลี่ยการให้น้ำหนักของผู้เชี่ยวชาญที่ 26% แต่มีการให้น้ำหนักค่อนข้างกว้างระหว่าง 10-40%
- 3) การดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) มีค่าเฉลี่ยการให้น้ำหนักของผู้เชี่ยวชาญที่ 21% และมีการให้น้ำหนักในค่าระหว่าง 15-30%
- 4) ความมีใจรักและความเพียร (Grit) มีค่าเฉลี่ยการให้น้ำหนักของผู้เชี่ยวชาญที่ 20% และมีการให้น้ำหนักในค่าระหว่าง 15-30%

ซึ่งในการเรียบเรียงข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้เพิ่มข้อมูลคะแนนเฉลี่ยในแต่ละมิติ รวมถึงคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในภาพรวมตามน้ำหนักความสำคัญที่ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านเสนอแนะ เข้ามาเป็นปัจจัยในการศึกษาด้วย

ตารางที่ 7 น้ำหนักความสำคัญของมิติแต่ละด้านต่อการประเมินผู้ประกอบการธุรกิจจัดตั้งใหม่

มิติการประเมิน	ผลการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ					ค่าเฉลี่ย
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1) ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)	40%	30%	40%	25%	30%	33%
2) การมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation)	10%	30%	20%	30%	40%	26%
3) การดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity)	20%	20%	20%	30%	15%	21%
4) ความมีใจรักและความเพียร (Grit)	30%	20%	20%	15%	15%	20%

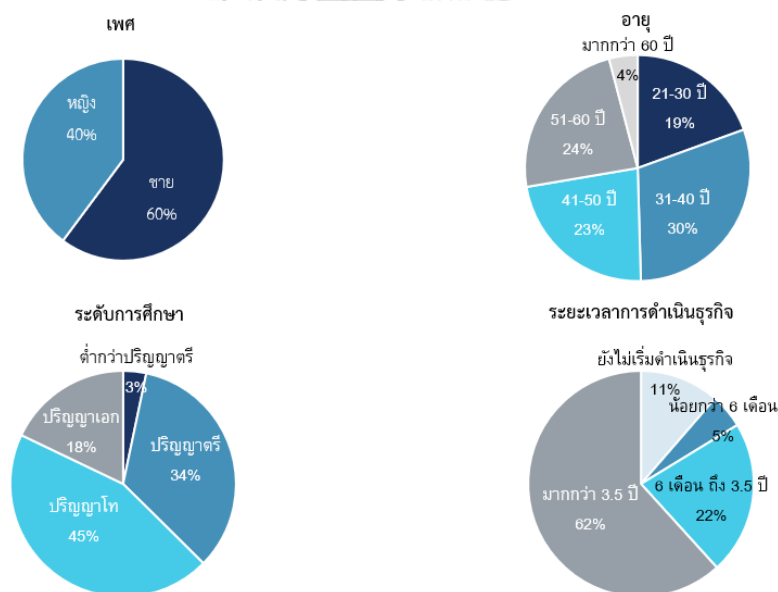
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามด้วย Google forms และรวบรวม ปรับปรุง ตรวจสอบ และเรียบเรียงข้อมูลด้วย Google sheets ก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และสถิติอ้างอิง (Inferential statistics) ได้แก่ การแจกแจงแบบทีของประชากร 2 กลุ่มที่อิสระต่อกัน (T-test for independent samples) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)

4.4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 123 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็นเพศชาย 60.2% และเพศหญิง 39.8% โดยอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 19.5% อายุ 31-40 ปี จำนวน 30.1% อายุ 41-50 ปี จำนวน 22.8% อายุ 51-60 ปี จำนวน 23.6% และอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 4.1% มีวุฒิการระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี 3.3% ปริญญาตรี 34.1% ปริญญาโท 44.7% และปริญญาเอก 17.9% ทั้งนี้แบ่งระยะเวลาการดำเนินธุรกิจเป็น ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ 11.4% ดำเนินธุรกิจมานานน้อยกว่า 6 เดือน 4.9% ดำเนินธุรกิจ 6 เดือน ถึง 3.5 ปี 22.0% และดำเนินธุรกิจมาแล้วมากกว่า 3.5 ปี 61.8%

โดยในกลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมานานน้อยกว่า 3.5 ปี มีผู้ประกอบการที่ยังไม่เคยได้รับเงินทุนจากภายนอกคิดเป็น 55.3% กับผู้ที่ได้รับเงินทุนจากภายนอกแล้วคิดเป็น 44.7% และหากแบ่งตามระยะธุรกิจ จะอยู่ระหว่างทดสอบความคิด 19.1% อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด 46.9% และนำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว 34.0%

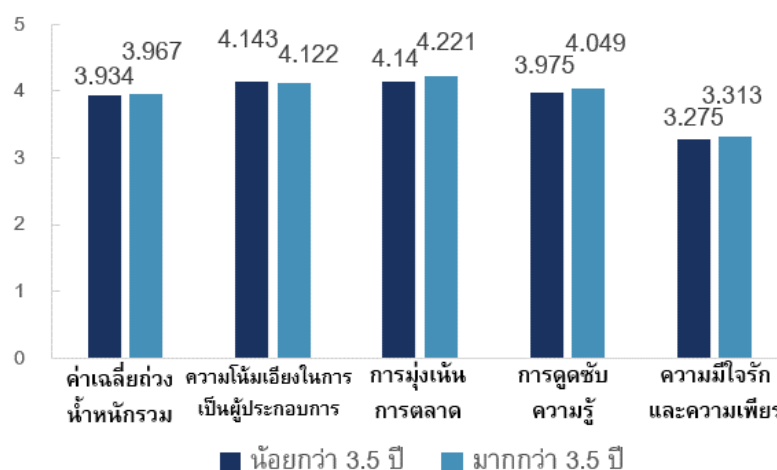


ภาพที่ 13 ข้อมูลประชากรศาสตร์

4.4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยคุณลักษณะและอุปนิสัยของผู้ประกอบการ

กลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี มีคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคุณลักษณะและอุปนิสัยในการเป็นผู้ประกอบการที่ 3.934 (\bar{x}) โดยมีความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการที่ระดับ 4.143 การมุ่งเน้นการตลาดที่ระดับ 4.140 การดูดซับความรู้ที่ระดับ 3.975 และความมีใจรักและความเพียรที่ระดับ 3.275

กลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี มีคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักคุณลักษณะและอุปนิสัยในการเป็นผู้ประกอบการที่ 3.967 (\bar{x}) โดยมีความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการที่ระดับ 4.122 การมุ่งเน้นการตลาดที่ระดับ 4.221 การดูดซับความรู้ที่ระดับ 4.049 และความมีใจรักและความเพียรที่ระดับ 3.313



ภาพที่ 14 ข้อมูลค่าเฉลี่ยอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการ

4.4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการแตกต่างกัน

ทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ระหว่างกลุ่มธุรกิจ 1) ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ 2) ดำเนินธุรกิจมาน้อยกว่า 6 เดือน 3) ดำเนินธุรกิจ 6 เดือน ถึง 3.5 ปี และ 4) ดำเนินธุรกิจมาแล้วมากกว่า 3.5 ปี พบว่า คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในภาพรวม และคะแนนเฉลี่ยในแต่ละมิติได้แก่ EO MO ACAP และ Grit ระหว่างกลุ่ม **ไม่มีความแตกต่างกัน** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม อุปนิสัยด้านความมีใจรักและความเพียร (Grit) ในข้อ GRIT3 GRIT5 GRIT6 และ GRIT7 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และคุณลักษณะด้านการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) ในข้อ ACAP5 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน สมมติฐานที่ 1

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Overall	Between Groups	.049	3	.016	.096	.962
	Within Groups	20.117	119	.169		
	Total	20.165	122			
EO	Between Groups	.192	3	.064	.252	.860
	Within Groups	30.207	119	.254		
	Total	30.399	122			
MO	Between Groups	.200	3	.067	.228	.877
	Within Groups	34.868	119	.293		
	Total	35.068	122			
ACAP	Between Groups	.460	3	.153	.360	.782
	Within Groups	50.659	119	.426		
	Total	51.119	122			
Grit	Between Groups	.302	3	.101	.442	.723
	Within Groups	27.038	119	.227		
	Total	27.340	122			
ACAP5	Between Groups	4.451	3	1.484	2.246	.087**
	Within Groups	78.622	119	.661		
	Total	83.073	122			
GRIT3	Between Groups	16.028	3	5.343	4.383	.006*
	Within Groups	145.045	119	1.219		
	Total	161.073	122			
GRIT5	Between Groups	9.957	3	3.319	3.045	.032*
	Within Groups	129.702	119	1.090		
	Total	139.659	122			

GRIT6	Between Groups	20.369	3	6.790	4.622	.004*
	Within Groups	174.802	119	1.469		
	Total	195.171	122			
GRIT7	Between Groups	58.331	3	19.444	16.372	.000*
	Within Groups	141.328	119	1.188		
	Total	199.659	122			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ (Least Significant Difference: LSD)

1. ACAP5 (ทีมของท่านแก้ปัญหาต่างๆด้วยความร่วมมือกันของผู้คนที่มีความแตกต่างกัน): กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจมีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงกว่ากลุ่มผู้ตอบที่ดำเนินธุรกิจ 6 เดือน ถึง 3.5 ปี และมากกว่า 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ซึ่งสะท้อนว่าผู้ที่มีประสบการณ์การประกอบธุรกิจน้อยกว่าแก้ปัญหาต่างๆโดยใช้ผู้คนที่มีความแตกต่างกันมากกว่า
2. GRIT3 (ท่านจดจ่อกับความคิดหรือโครงการใหม่ๆ สูงในช่วงต้น ก่อนจะแผ่วลงในระยะเวลาต่อมา): กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจ 6 เดือน ถึง 3.5 ปี มีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สะท้อนการจดจ่อกับโครงการที่ต่ำกว่า
3. GRIT5 (ท่านมักจะตั้งเป้าหมาย แต่มีการเปลี่ยนแปลงในภายหลัง): กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี มีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงกว่ากลุ่มผู้ตอบที่ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ และกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจ 6 เดือน ถึง 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการจดจ่อกับเป้าหมายที่ดีกว่า
4. GRIT6 (ท่านมีความยากลำบากที่จะจดจ่อกับโครงการที่ต้องใช้ระยะเวลานาน 2-3 เดือน) กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจ 6 เดือน ถึง 3.5 ปี มีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สะท้อนการใช้เวลาจดจ่อกับโครงการที่ต่ำกว่า
5. GRIT7 (ทุกงานที่ท่านได้เริ่ม ท่านทำงานเสร็จ) กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี มีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงกว่ากลุ่มผู้ตอบที่ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ กลุ่มที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 6 เดือน และกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจ 6 เดือน ถึง 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการมีความมุ่งมั่น (Commitment) กับสิ่งที่ทำมากกว่า

ตารางที่ 9 ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ สมมติฐานที่ 1

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) BizAge2	(J) BizAge2	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
ACAP5	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.024	.397	.952
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.532*	.268	.049
		มากกว่า 3.5 ปี	.498*	.236	.037
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.024	.397	.952
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.556	.367	.133
		มากกว่า 3.5 ปี	.522	.345	.133
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.532*	.268	.049
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.556	.367	.133
		มากกว่า 3.5 ปี	-.034	.182	.854
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.498*	.236	.037
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.522	.345	.133
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.034	.182	.854
GRIT3	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.238	.539	.659
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.442	.364	.227
		มากกว่า 3.5 ปี	-.415	.321	.198
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.238	.539	.659
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.204	.498	.683
		มากกว่า 3.5 ปี	-.654	.468	.165
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.442	.364	.227
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.204	.498	.683
		มากกว่า 3.5 ปี	-.857*	.247	.001
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.415	.321	.198
		น้อยกว่า 6 เดือน	.654	.468	.165

		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.857*	.247	.001
GRIT5	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.714	.509	.163
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.251	.344	.466
		มากกว่า 3.5 ปี	-.754*	.304	.014
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.714	.509	.163
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.463	.471	.328
		มากกว่า 3.5 ปี	-.039	.443	.929
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.251	.344	.466
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.463	.471	.328
		มากกว่า 3.5 ปี	-.502*	.234	.034
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.754*	.304	.014
		น้อยกว่า 6 เดือน	.039	.443	.929
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.502*	.234	.034
GRIT6	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.143	.591	.810
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.421	.399	.294
		มากกว่า 3.5 ปี	-.541	.352	.127
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.143	.591	.810
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.278	.547	.613
		มากกว่า 3.5 ปี	-.684	.514	.186
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.421	.399	.294
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.278	.547	.613
		มากกว่า 3.5 ปี	-.962*	.272	.001
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.541	.352	.127
		น้อยกว่า 6 เดือน	.684	.514	.186
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.962*	.272	.001
GRIT7	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.357	.532	.503
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.042	.359	.906
		มากกว่า 3.5 ปี	-1.340*	.317	.000

น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-0.357	.532	.503
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-0.315	.492	.523
	มากกว่า 3.5 ปี	-1.697*	.462	.000
6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-0.042	.359	.906
	น้อยกว่า 6 เดือน	.315	.492	.523
	มากกว่า 3.5 ปี	-1.383*	.244	.000
มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	1.340*	.317	.000
	น้อยกว่า 6 เดือน	1.697*	.462	.000
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	1.383*	.244	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทดสอบโดยการวิเคราะห์การแจกแจงแบบทีของประชากร 2 กลุ่มที่อิสระต่อกัน (T-test for independent samples) ระหว่างกลุ่มธุรกิจ 1) ที่ดำเนินธุรกิจมานานน้อยกว่า 3.5 ปี และ 2) ดำเนินธุรกิจมาแล้วมากกว่า 3.5 ปี พบว่า คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในภาพรวม และคะแนนเฉลี่ยในแต่ละมิติ ได้แก่ EO MO ACAP และ Grit ระหว่างกลุ่ม **ไม่มีความแตกต่างกัน** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม

1. คุณลักษณะความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ในข้อ EO1, EO4 และ EO7 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ EO8 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10
2. คุณลักษณะด้านการมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation) ในข้อ MO14 และ MO17 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. คุณลักษณะด้านการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) ในข้อ ACAP7 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. อุปนิสัยด้านความมีใจรักและความเพียร (Grit) ในข้อ GRIT3, GRIT6 และ GRIT8 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ GRIT7 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (Mean Difference)

1. EO1 (ท่านกล้าลงมือปฏิบัติกับสิ่งที่ยังไม่รู้): กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี มีระดับคะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนความกล้ารับความเสี่ยงที่สูงกว่า
2. EO4 (ท่านชอบทดลองและเปิดรับ องค์ความรู้หรือกิจกรรมที่แปลกใหม่): กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี มีระดับคะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการเปิดรับและมองหานวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาที่สูงกว่าสำหรับกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมานานน้อยกว่า ขณะที่กลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมานานกว่ามักมีความแน่นอนของทิศทางและขอบเขตขององค์ความรู้มากกว่า
3. EO7 (ท่านมักแก้ปัญหาผ่านการทดลองด้วยตนเองมากกว่าที่จะใช้วิธีการที่ผู้อื่นมักจะใช้ในการแก้ปัญหาดังกล่าว): กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งอาจจะสะท้อนว่ากลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมานานน้อยกว่ายังอยู่ในระยะที่มีการศึกษาเส้นทางที่ผู้อื่นได้ทดลองมาก่อน ขณะที่กลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมานานกว่าจะอยู่ในระยะที่พบกับปัญหาที่มีความปัจเจกมากขึ้น ซึ่งต้องทดลองแก้ปัญหาด้วยตนเอง
4. EO8 (ท่านมักจะทำสิ่งต่างๆ โดยคาดการณ์ถึงปัญหา หรือความต้องการในอนาคต): กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ซึ่งสะท้อนความมีการทำงานเชิงรุกที่ต่ำกว่า
5. MO14 (ท่านจะพยายามช่วยเหลืออย่างเต็มที่ หากพบว่าลูกค้าประสบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า และมีแผนการรับมือความเสี่ยงที่ชัดเจน): กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการตอบสนองต่อลูกค้าที่ต่ำกว่า
6. MO17 (ท่านจะตอบสนองทันที เมื่อพบว่าลูกค้าไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการของท่าน): กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการตอบสนองต่อลูกค้าที่ต่ำกว่า
7. ACAP9 (ทีมของท่านมีความคุ้นเคยกับการดูดซับความรู้ใหม่รวมถึงการเตรียมความรู้เหล่านั้นสำหรับโอกาสใช้งานในวัตถุประสงค์อื่นๆ): กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งอาจสะท้อนการที่ธุรกิจที่มีความมั่นคงมากขึ้นจะมีการดูดซับความรู้ใหม่ๆ ลดน้อยลง

8. GRIT3 (ท่านจดจ่อกับความคิดหรือโครงการใหม่ๆ สูงในช่วงต้น ก่อนจะแผ่วลงในระยะเวลาต่อมา) กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนความมั่นคงของความสนใจที่ต่ำกว่า
9. GRIT6 (ท่านมีความยากลำบากที่จะจดจ่อกับโครงการที่ต้องใช้ระยะเวลานาน 2-3 เดือน) กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนความมั่นคงต่อโครงการที่ทำอยู่ที่ต่ำกว่า
10. GRIT7 (ทุกงานที่ท่านได้เริ่ม ท่านทำงานเสร็จ) กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ซึ่งสะท้อนความมั่นคงต่อเป้าหมายที่ต่ำกว่า
11. GRIT8 (ท่านเป็นคนขยัน) กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี มีระดับคะแนนเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนความขยันที่สูงกว่า

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที สมมติฐานที่ 1

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	t	Mean Difference	Std. Error Difference
Overall	.384	.536	-.437	-.03306	.07569
EO	.570	.452	.217	.02018	.09299
MO	.517	.474	-.809	-.08063	.09963
ACAP	1.404	.238	-.616	-.07422	.12042
Grit	2.540	.114	-.439	-.03869	.08814
EO1	5.241	.024	.932	.192*	.206
EO4	5.040	.027	1.198	.133*	.111
EO7	13.361	.000	-1.607	-.271*	.168

EO8	3.662	.058	-.032	-.004**	.114
MO14	14.984	.000	-2.080	-.235*	.113
MO17	9.769	.002	-1.885	-.189*	.100
ACAP9	4.853	.029	-.095	-.014*	.150
GRIT3	6.187	.014	-3.422	-.700*	.204
GRIT6	4.771	.031	-3.575	-.801*	.224
GRIT7	2.949	.088	-7.017	-1.410**	.201
GRIT8	5.148	.025	.495	.095*	.192

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

สมมติฐานที่ 2 มุมมองต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี มีความสัมพันธ์กับอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการ

ทดสอบโดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยมุมมองต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ (EstPerf) กับคะแนนเฉลี่ยอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านต่างๆ และคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในภาพรวม พบว่า

- 1) มุมมองต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในภาพรวม (Overall) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.328
- 2) มุมมองต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคะแนนคุณลักษณะผู้ประกอบการทางการมุ่งเน้นการตลาด (MO) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.371
- 3) มุมมองต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคะแนนคุณลักษณะผู้ประกอบการทางการดูดซับความรู้ (ACAP) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.429
- 4) มุมมองต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการไม่มีความสัมพันธ์กับคะแนนความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (EO) และการมีใจรักและความเพียร (Grit) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สมมติฐานที่ 2 ในภาพรวม

Correlations

Spearman's rho	Overall	EO	MO	ACAP	Grit	EstPerf
EstPerf Correlation Coefficient	.328**	.184	.371**	.429**	.029	1.000
Sig. (2-tailed)	.004	.111	.001	.000	.801	.
N	76	76	76	76	76	76

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

เมื่อพิจารณารายข้อคำถามในแต่ละหมวด ได้แก่

ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) พบว่า

- 1) EO1 (ท่านกล้าลงมือปฏิบัติกับสิ่งที่ยังไม่รู้) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.244
- 2) EO2 (ท่านกล้าลงมือปฏิบัติในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้อง) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) และการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.232 และ 0.246 ตามลำดับ
- 3) EO8 (ท่านมักจะทำสิ่งต่างๆโดยคาดการณ์ถึงปัญหา หรือความต้องการในอนาคต) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) และการเติบโตของรายได้ (EstPerf3) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.345 และ 0.318 ตามลำดับ
- 4) EO9 (ท่านมักวางแผนสิ่งต่างๆล่วงหน้า) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.296 และการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.283
- 5) EO10 (ท่านเลือกที่จะเป็นผู้ลงมือทำงานดำเนินต่อไปมากกว่าที่จะรอให้คนอื่นทำ) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.251

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สมมติฐานที่ 2 ในด้านความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ

Spearman's rho		EstPerf1	EstPerf2	EstPerf3	EstPerf4	EstPerf5
EO1	Correlation Coefficient	.185	.244*	.161	.166	-.020
	Sig. (2-tailed)	.109	.034	.165	.152	.863
EO2	Correlation Coefficient	.232*	.246*	.177	.119	-.112
	Sig. (2-tailed)	.044	.032	.125	.306	.334
EO8	Correlation Coefficient	.218	.345**	.318**	.192	-.071
	Sig. (2-tailed)	.059	.002	.005	.096	.542
EO9	Correlation Coefficient	.296**	.283*	.183	.165	.080
	Sig. (2-tailed)	.009	.013	.114	.153	.492
EO10	Correlation Coefficient	.138	.251*	.095	.051	-.057
	Sig. (2-tailed)	.234	.029	.415	.664	.624

การมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation) พบว่า

- 1) MO1 (ท่านรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและบริการของท่าน จากผู้อื่นภายนอกบริษัท อาทิ ลูกค้า ช่องทางการจำหน่าย และซัพพลายเออร์) มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.223 และการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.332
- 2) MO2 (ท่านร่วมมือกับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน (อาทิ ซัพพลายเออร์ และช่องทางการจำหน่าย) ในการค้นหาความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) การเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) และการเติบโตของรายได้ (EstPerf3) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.309 0.363 และ 0.330 ตามลำดับ
- 3) MO3 (ท่านมักจะพูดคุยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของลูกค้าหรือตลาด กับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) การเติบโตของรายได้ (EstPerf3) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.334 0.320 และ 0.339 ตามลำดับ และ

- การเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.227
- 4) MO4 (ท่านมักสังเกตการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นฐานของอุตสาหกรรมจากการพูดคุยกับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) การเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) การเติบโตของรายได้ (EstPerf3) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.326, 0.400, 0.415 และ 0.404 ตามลำดับ
 - 5) MO5 (ท่านได้พูดคุยหรือสำรวจผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.326 และการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.266
 - 6) MO7 (ท่านรวบรวมข้อมูลอุตสาหกรรมผ่านช่องทางทั้งทางการและไม่ทางการ) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) การเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) และการเติบโตของรายได้ (EstPerf3) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.262 0.254 และ 0.227 ตามลำดับ
 - 7) MO8 (ท่านมีการประชุมกันในทีมเพื่อหารือเกี่ยวกับแนวโน้มตลาดและพัฒนาการต่างๆของบริษัท) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) การเติบโตของรายได้ (EstPerf3) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.223 0.281 และ 0.270 ตามลำดับ
 - 8) MO9 (ข้อมูลเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นกับห่วงโซ่อุปทานหรือตลาดถูกแพร่กระจายอย่างรวดเร็วในทีมของท่าน และมีระบบวางแผน/ตัดสินใจตามเงื่อนไขที่เหมาะสม) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.351 และการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.277
 - 9) MO11 (ท่านส่งต่อข้อมูลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้กับทีมอยู่เสมอ) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเติบโตของรายได้ (EstPerf3) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.235 และ 0.288 ตามลำดับ

- 10) MO12 (ท่านสื่อสารกับทีมเรื่องแผนการขยายตลาดอยู่เสมอทั้งในระยะสั้นและระยะยาว) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) การเติบโตของกำไร (EstPerf4) และการเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน (EstPerf5) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.333 0.334 และ 0.296 ตามลำดับ และการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) และการเติบโตของรายได้ (EstPerf3) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.291 และ 0.292 ตามลำดับ
- 11) MO13 (ท่านแบ่งปันข้อมูลการติดต่อผู้จัดจำหน่ายและลูกค้าของท่าน ให้กับผู้อื่นในทีมที่พิจารณาแล้วจำเป็นและเหมาะสม) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.344 และการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.282
- 12) MO15 (ท่านจะพยายามช่วยเหลือให้ผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานบรรลุเป้าหมาย) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.227
- 13) MO16 (ท่านจะตอบสนองอย่างรวดเร็ว หากผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทานมีปัญหาเกี่ยวกับข้อเสนอของท่าน) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) การเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) การเติบโตของรายได้ (EstPerf3) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.296 0.327 0.335 และ 0.308 ตามลำดับ
- 14) MO17 (ท่านจะตอบสนองทันที เมื่อพบว่าลูกค้าไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการของท่าน) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.251

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สมมติฐานที่ 2 ในด้านการมุ่งเน้นการตลาด

Spearman's rho		EstPerf1	EstPerf2	EstPerf3	EstPerf4	EstPerf5
MO1	Correlation Coefficient	.233*	.332**	.141	.142	.090
	Sig. (2-tailed)	.043	.003	.224	.220	.438
MO2	Correlation Coefficient	.309**	.363**	.330**	.220	.205
	Sig. (2-tailed)	.007	.001	.004	.057	.076

MO3	Correlation Coefficient	.334**	.277*	.320**	.339**	.155
	Sig. (2-tailed)	.003	.015	.005	.003	.181
MO4	Correlation Coefficient	.326**	.400**	.415**	.401**	.134
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.247
MO5	Correlation Coefficient	.326**	.266*	.170	.192	.147
	Sig. (2-tailed)	.004	.020	.142	.097	.207
MO7	Correlation Coefficient	.262*	.254*	.227*	.205	-.058
	Sig. (2-tailed)	.022	.027	.048	.076	.620
MO8	Correlation Coefficient	.220	.233*	.281*	.270*	.144
	Sig. (2-tailed)	.057	.043	.014	.018	.216
MO9	Correlation Coefficient	.277*	.351**	.175	.165	.213
	Sig. (2-tailed)	.015	.002	.131	.155	.064
MO11	Correlation Coefficient	.220	.202	.235*	.288*	.095
	Sig. (2-tailed)	.056	.080	.041	.012	.412
MO12	Correlation Coefficient	.333**	.291*	.292*	.334**	.296**
	Sig. (2-tailed)	.003	.011	.010	.003	.009
MO13	Correlation Coefficient	.282*	.217	.215	.344**	.131
	Sig. (2-tailed)	.014	.060	.062	.002	.260
MO15	Correlation Coefficient	.208	.227*	.208	.133	.114
	Sig. (2-tailed)	.072	.048	.072	.253	.328
MO16	Correlation Coefficient	.296**	.327**	.335**	.308**	.148
	Sig. (2-tailed)	.009	.004	.003	.007	.202
MO17	Correlation Coefficient	.175	.215	.180	.251*	.142
	Sig. (2-tailed)	.131	.062	.119	.029	.222

การดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) พบว่า

- 1) ACAP1 (การติดตามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเป็นเรื่องปกติประจำวันในทีมของท่าน) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) การเติบโตของรายได้ (EstPerf3) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมี

- ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.491 0.301 และ 0.297 ตามลำดับ และการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.282
- 2) ACAP2 (ทีมของท่านใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายในอุตสาหกรรม) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก** กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) และการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.315 และ 0.418 ตามลำดับ และการเติบโตของรายได้ (EstPerf3) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.260 และ 0.268 ตามลำดับ
 - 3) ACAP3 (ทีมของท่านใช้แหล่งข้อมูลที่นอกเหนือจากข้อมูลภายในอุตสาหกรรม) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก** กับการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.324
 - 4) ACAP4 (ในทีมของท่าน ไอเดียและแนวคิดใหม่ๆ ถูกสื่อสารระหว่างกันอยู่เสมอ) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก** กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) และการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.318 และ 0.337 ตามลำดับ และการเติบโตของรายได้ (EstPerf3) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.244 และ 0.275 ตามลำดับ
 - 5) ACAP5 (ทีมของท่านแก้ปัญหาต่างๆด้วยความร่วมมือกันของผู้คนที่มีความแตกต่างกัน) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก** กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) การเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) การเติบโตของรายได้ (EstPerf3) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.239 0.261 0.257 และ 0.232 ตามลำดับ
 - 6) ACAP6 (ในทีมของท่านจะมีการแชร์ความเห็นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างกันอยู่เสมอ) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก** กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) การเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.238 0.252 และ 0.233 ตามลำดับ
 - 7) ACAP7 (ทีมของท่านมีการกำหนดการวันประชุมประจำเพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองด้านการพัฒนา ปัญหา และความสำเร็จที่เกิดขึ้น) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก** กับการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) และการเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน (EstPerf5) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.320 และ 0.298 ตามลำดับ และการเติบโตของ

รายได้ (EstPerf3) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.267 และ 0.238 ตามลำดับ

- 8) ACAP8 (ทีมของท่านสามารถวางโครงสร้างและใช้ความรู้ที่ได้เก็บรวบรวมไว้) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) การเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) การเติบโตของรายได้ (EstPerf3) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.359 0.310 0.371 และ 0.312 ตามลำดับ และการเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน (EstPerf5) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.286
- 9) ACAP9 (ทีมของท่านมีความคุ้นเคยกับการดูดซับความรู้ใหม่รวมถึงการเตรียมความรู้เหล่านั้นสำหรับโอกาสใช้งานในวัตถุประสงค์อื่นๆ) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) และการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.302 และ 0.338 ตามลำดับ และการเติบโตของรายได้ (EstPerf3) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.241 และ 0.252 ตามลำดับ
- 10) ACAP10 (ทีมของท่านสามารถเชื่อมโยงความรู้เดิมเข้ากับข้อมูลใหม่ๆได้) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) และการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.310 และ 0.344 ตามลำดับ และการเติบโตของรายได้ (EstPerf3) และการเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน (EstPerf5) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.261 และ 0.235 ตามลำดับ
- 11) ACAP11 (ทีมของท่านสามารถประยุกต์ความรู้ใหม่เข้ากับการทำงานภาคปฏิบัติได้) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) การเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) และการเติบโตของรายได้ (EstPerf3) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.424 0.336 และ 0.332 ตามลำดับ และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.234
- 12) ACAP12 (ทีมของท่านมีการพัฒนาต้นแบบและปรับปรุงผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.366 และการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) การเติบโตของรายได้ (EstPerf3) และการเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน (EstPerf5) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.274 0.277 และ 0.236 ตามลำดับ

- 13) ACAP13 (ทีมของท่านมักจะปรับใช้ความรู้ใหม่ๆเข้ากับเทคโนโลยีที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) และการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.431 0.354 ตามลำดับ และการเติบโตของรายได้ (EstPerf3) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.277 และ 0.261 ตามลำดับ
- 14) ACAP14 (เมื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามา ทีมของท่านมักจะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น) **มีความสัมพันธ์เชิงบวก**กับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) และการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.394 และ 0.353 ตามลำดับ และการเติบโตของรายได้ (EstPerf3) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.237 และ 0.270 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สมมติฐานที่ 2 ในด้านการดูดซับความรู้

Spearman's rho		EstPerf1	EstPerf2	EstPerf3	EstPerf4	EstPerf5
ACAP1	Correlation Coefficient	.282*	.491**	.301**	.297**	.176
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.008	.009	.129
ACAP2	Correlation Coefficient	.315**	.418**	.260*	.268*	.191
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.023	.019	.099
ACAP3	Correlation Coefficient	.149	.324**	.175	.221	.171
	Sig. (2-tailed)	.199	.004	.132	.055	.140
ACAP4	Correlation Coefficient	.318**	.337**	.244*	.275*	.193
	Sig. (2-tailed)	.005	.003	.034	.016	.095
ACAP5	Correlation Coefficient	.239*	.261*	.257*	.232*	.124
	Sig. (2-tailed)	.038	.023	.025	.044	.284
ACAP6	Correlation Coefficient	.238*	.252*	.148	.233*	.093
	Sig. (2-tailed)	.039	.028	.201	.043	.426
ACAP7	Correlation Coefficient	.221	.320**	.267*	.238*	.298**
	Sig. (2-tailed)	.055	.005	.020	.039	.009
ACAP8	Correlation Coefficient	.359**	.310**	.371**	.312**	.286*
	Sig. (2-tailed)	.001	.006	.001	.006	.012

ACAP9	Correlation Coefficient	.302**	.338**	.241*	.252*	.127
	Sig. (2-tailed)	.008	.003	.036	.028	.275
ACAP10	Correlation Coefficient	.310**	.344**	.261*	.146	.235*
	Sig. (2-tailed)	.007	.002	.023	.209	.041
ACAP11	Correlation Coefficient	.424**	.336**	.332**	.234*	.180
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.003	.042	.119
ACAP12	Correlation Coefficient	.274*	.366**	.277*	.204	.236*
	Sig. (2-tailed)	.017	.001	.015	.077	.040
ACAP13	Correlation Coefficient	.431**	.354**	.277*	.261*	.186
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.015	.023	.108
ACAP14	Correlation Coefficient	.394**	.353**	.237*	.270*	.133
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.039	.018	.253

การมีใจรักและความเพียร (Grit) พบว่า

- 1) GRIT2 (ความล้มเหลว ไม่ทำให้ท่านย่อท้อ) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.298 และ 0.380 ตามลำดับ และการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) และการเติบโตของรายได้ (EstPerf3) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.278 เท่ากัน
- 2) GRIT3 (ท่านจดจ่อกับความคิดหรือโครงการใหม่ๆ สูงในช่วงต้น ก่อนจะแผ่วลงในระยะเวลาต่อมา) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) และการเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน (EstPerf5) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.318 และ 0.338 ตามลำดับ และการเข้าถึงตลาด (EstPerf1) และการเติบโตของกำไร (EstPerf4) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.286
- 3) GRIT5 (ท่านมักจะตั้งเป้าหมาย แต่มีการเปลี่ยนแปลงในภายหลัง) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.258
- 4) GRIT8 (ท่านเป็นคนขยัน) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเติบโตของจำนวนลูกค้า (EstPerf2) ที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.335

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สมมติฐานที่ 2 ในด้านการมีใจรักและความเพียร

Spearman's rho	EstPerf1	EstPerf2	EstPerf3	EstPerf4	EstPerf5
GRIT1 Correlation Coefficient	.009	-.092	.069	-.022	-.121
Sig. (2-tailed)	.937	.430	.552	.849	.297
GRIT2 Correlation Coefficient	.298**	.278*	.278*	.380**	.124
Sig. (2-tailed)	.009	.015	.015	.001	.287
GRIT3 Correlation Coefficient	-.265*	-.318**	-.172	-.266*	-.338**
Sig. (2-tailed)	.021	.005	.136	.020	.003
GRIT4 Correlation Coefficient	.066	.193	.091	.064	-.043
Sig. (2-tailed)	.570	.094	.434	.584	.713
GRIT5 Correlation Coefficient	-.018	-.258*	-.027	-.138	-.205
Sig. (2-tailed)	.874	.024	.814	.234	.076
GRIT6 Correlation Coefficient	.073	.013	.031	.042	-.221
Sig. (2-tailed)	.530	.909	.792	.717	.054
GRIT7 Correlation Coefficient	.218	.134	.001	-.004	.013
Sig. (2-tailed)	.059	.247	.995	.974	.909
GRIT8 Correlation Coefficient	.198	.335**	.187	.154	-.004
Sig. (2-tailed)	.087	.003	.106	.185	.972

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 3 ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ระหว่างกลุ่มที่ไม่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอกและมีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก มีอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการแตกต่างกัน

ทดสอบโดยการวิเคราะห์การแจกแจงแบบทีของประชากร 2 กลุ่มที่อิสระต่อกัน (T-test for independent samples) ระหว่างผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ที่ 1) ไม่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก และ 2) มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก พบว่า คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในภาพรวม และคะแนนเฉลี่ยในแต่ละมิติได้แก่ EO MO ACAP และ Grit ระหว่างกลุ่ม **ไม่มี** ความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม

1. คุณลักษณะความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ในข้อ EO2 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10
2. คุณลักษณะด้านการการมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation) ในข้อ MO1 และ MO17 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และข้อ MO6 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10
5. คุณลักษณะด้านการดูดซับความรู้ (Absorptive Capacity) ในข้อ ACAP7 ACAP11 และ ACAP12 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
6. อุปนิสัยด้านความมีใจรักและความเพียร (Grit) ในข้อ GRIT6 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (Mean Difference)

1. EO2 (ท่านกล้าลงมือปฏิบัติในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้อง): ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ที่ไม่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ซึ่งสะท้อนความกล้ารับความเสี่ยงที่ต่ำกว่า
2. MO1 (ท่านรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและบริการของท่าน จากผู้อื่นภายนอกบริษัท อาทิ ลูกค้า ช่องทางการจำหน่าย และซัพพลายเออร์): ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ที่ไม่มีผู้ให้เงินทุนจากภายนอก มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่มีผู้ให้เงินทุน/ให้ทุนจากภายนอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างความรู้ทางการตลาดที่ต่ำกว่า
3. MO6 (ท่านพิจารณาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มั่นใจว่าทิศทางที่ไปตรงกับความต้องการของลูกค้า): ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ที่ไม่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ซึ่งสะท้อนการสร้างความรู้ทางการตลาดร่วมกับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทานที่ต่ำกว่า
4. MO17 (ท่านจะตอบสนองทันที เมื่อพบว่าลูกค้าไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการของท่าน): ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ที่ไม่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการตอบสนองต่อลูกค้าที่ต่ำกว่า
5. ACAP7 (ทีมของท่านมีการกำหนดการวันประชุมประจำเพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองด้านการพัฒนา ปัญหา และความสำเร็จที่เกิดขึ้น): ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อย

กว่า 3.5 ปี ที่ไม่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการที่การดูดซึมความรู้ที่ต่ำกว่า

6. ACAP11 (ทีมของท่านสามารถประยุกต์ความรู้ใหม่เข้ากับการทำงานภาคปฏิบัติได้): ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ที่ไม่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนความสามารถในการเปลี่ยนรูปร่างความรู้ที่ต่ำกว่า
 7. ACAP12 (ทีมของท่านมีการพัฒนาต้นแบบและปรับปรุงผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ): ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ที่ไม่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการนำความรู้ไปใช้ที่ต่ำกว่า
 8. GRIT6 (ท่านมีความยากลำบากที่จะจัดจ้งกับโครงการที่ต้องใช้ระยะเวลานาน 2-3 เดือน): ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ที่ไม่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก มีระดับคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ซึ่งสะท้อนความมั่นคงของความสนใจที่ต่ำกว่า
- ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที สมมติฐานที่ 3

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	t	Mean Difference	Std. Error Difference
Overall	0.053	0.818	-2.229	-0.248	0.111
EO	0.905	0.346	-1.709	-0.224	0.131
MO	1.645	0.206	-2.097	-0.340	0.162
ACAP	0.651	0.424	-1.923	-0.330	0.172
Grit	0.037	0.847	-0.164	-0.020	0.124
EO2	3.015	0.089	-0.233	-0.059**	0.252
MO1	5.197	0.027	-1.699	-0.427*	0.251
MO6	2.827	0.100	-2.573	-0.668**	0.260
MO17	8.879	0.005	-2.33	-0.425*	0.182
ACAP7	7.456	0.009	-2.626	-0.786*	0.299

ACAP11	4.288	0.044	-1.351	-0.326*	0.241
ACAP12	8.603	0.005	-2.46	-0.700*	0.284
GRIT6	3.092	0.085	-1.455	-0.427**	0.293

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

สมมติฐานที่ 4 ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี ที่อยู่ในระยะของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการแตกต่างกัน

ทดสอบโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ระหว่างกลุ่มธุรกิจ ใน 3 ระยะ ได้แก่ 1) อยู่ระหว่างทดสอบความคิด 2) อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด และ 3) นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว พบว่า คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในภาพรวม และคะแนนเฉลี่ยของความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ในแต่ละกลุ่ม **มีความแตกต่างกัน** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะเดียวกัน คะแนนเฉลี่ยของการมุ่งเน้นการตลาด (MO) และการดูดซับความรู้ (ACAP) ในแต่ละกลุ่ม **มีความแตกต่างกัน** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 อย่างไรก็ตาม ความมีใจรักและความเพียร (Grit) ระหว่างกลุ่ม **ไม่มีความแตกต่างกัน** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม คะแนนของแต่ละกลุ่มในข้อ EO1 EO2 MO1 MO6 MO16 MO17 ACAP4 และ GRIT3 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ ข้อ EO4 MO2 ACAP11 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน สมมติฐานที่ 4

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Overall	Between Groups	1.088	2	0.544	3.912	0.027*
	Within Groups	6.118	44	0.139		
	Total	7.206	46			
EO	Between Groups	1.544	2	0.772	4.219	0.021*
	Within Groups	8.051	44	0.183		
	Total	9.595	46			

MO	Between Groups	1.635	2	0.818	2.674	0.08**
	Within Groups	13.458	44	0.306		
	Total	15.093	46			
ACAP	Between Groups	1.91	2	0.955	2.843	0.069**
	Within Groups	14.78	44	0.336		
	Total	16.689	46			
Grit	Between Groups	0.197	2	0.098	0.555	0.578
	Within Groups	7.812	44	0.178		
	Total	8.009	46			
EO1	Between Groups	8.332	2	4.166	5.981	0.005*
	Within Groups	30.646	44	0.697		
	Total	38.979	46			
EO2	Between Groups	4.741	2	2.37	3.661	0.034*
	Within Groups	28.493	44	0.648		
	Total	33.234	46			
EO4	Between Groups	1.343	2	0.671	2.636	0.083*
	Within Groups	11.21	44	0.255		
	Total	12.553	46			
MO1	Between Groups	4.71	2	2.355	3.409	0.042*
	Within Groups	30.396	44	0.691		
	Total	35.106	46			
MO2	Between Groups	4.206	2	2.103	3.04	0.058**
	Within Groups	30.432	44	0.692		
	Total	34.638	46			
MO6	Between Groups	5.405	2	2.702	3.391	0.043*

	Within Groups	35.063	44	0.797		
	Total	40.468	46			
MO16	Between Groups	3.585	2	1.792	3.453	0.04*
	Within Groups	22.841	44	0.519		
	Total	26.426	46			
MO17	Between Groups	3.717	2	1.858	5.184	0.01*
	Within Groups	15.773	44	0.358		
	Total	19.489	46			
ACAP4	Between Groups	4.945	2	2.472	3.245	0.048*
	Within Groups	33.523	44	0.762		
	Total	38.468	46			
ACAP11	Between Groups	3.91	2	1.955	3.099	0.055**
	Within Groups	27.75	44	0.631		
	Total	31.66	46			
GRIT3	Between Groups	5.849	2	2.924	4.286	0.02*
	Within Groups	30.023	44	0.682		
	Total	35.872	46			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ (Least Significant Difference: LSD)

1. คะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในภาพรวม: กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด และกลุ่มที่นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
2. ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ: กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด และกลุ่มที่นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
3. การมุ่งเน้นการตลาด: กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. การดูดซับความรู้: กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
5. EO1 (ท่านกล้าลงมือปฏิบัติกับสิ่งที่ยังไม่รู้): กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด และกลุ่มที่นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนความกล้าเสี่ยงที่ต่ำกว่า
6. EO2 (ท่านกล้าลงมือปฏิบัติในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้อง): กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด และกลุ่มที่นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนความกล้าเสี่ยงที่ต่ำกว่า
7. EO4 (ท่านชอบทดลองและเปิดรับ องค์ความรู้หรือกิจกรรมที่แปลกใหม่): กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนความมีนวัตกรรมที่ต่ำกว่า
8. MO1 (ท่านรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและบริการของท่าน จากผู้อื่นภายนอกบริษัท อาทิ ลูกค้า ช่องทางการจำหน่าย และซัพพลายเออร์): กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างความรู้ทางการตลาดที่ต่ำกว่า
9. MO2 (ท่านร่วมมือกับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน (อาทิ ซัพพลายเออร์ และช่องทางการจำหน่าย) ในการค้นหาความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต): กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด และกลุ่มที่นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการร่วมมือกับผู้อื่นในการสร้างความรู้ทางการตลาดที่ต่ำกว่า
10. MO3 (ท่านมักจะพูดคุยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของลูกค้าหรือตลาด กับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน): กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนความสนใจในการสร้างความรู้ทางการตลาดที่ต่ำกว่า
11. MO6 (ท่านพิจารณาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มั่นใจว่าทิศทางที่ไปตรงกับความต้องการของลูกค้า): กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการร่วมมือกับผู้อื่นในการสร้างความรู้ทางการตลาดที่ต่ำกว่า

12. MO16 (ท่านจะตอบสนองอย่างรวดเร็ว หากผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทานมีปัญหาเกี่ยวกับข้อเสนอของท่าน): กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด และกลุ่มที่นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการตอบสนองต่อผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทานที่ต่ำกว่า
13. MO 17 (ท่านจะตอบสนองทันที เมื่อพบว่าลูกค้าไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการของท่าน): กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด และกลุ่มที่นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการตอบสนองต่อลูกค้าที่ต่ำกว่า
14. ACAP2 (ทีมของท่านใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายในอุตสาหกรรม): กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการได้มาซึ่งความรู้ที่ต่ำกว่า
15. ACAP4 (ในทีมของท่าน ไอเดียและแนวคิดใหม่ๆ ถูกสื่อสารระหว่างกันอยู่เสมอ): กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด และกลุ่มที่นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการดูดซึมความรู้ที่ต่ำกว่า
16. ACAP11 (ทีมของท่านสามารถประยุกต์ความรู้ใหม่เข้ากับการทำงานภาคปฏิบัติได้): กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด และกลุ่มที่นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนรูปความรู้ที่ต่ำกว่า
17. ACAP12 (ทีมของท่านมีการพัฒนาต้นแบบและปรับปรุงผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ): กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนต่ำกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนการนำความรู้ไปใช้ที่ต่ำกว่า
18. GRIT3 (ท่านจดจ่อกับความคิดหรือโครงการใหม่ๆ สูงในช่วงต้น ก่อนจะแผ่วลงในระยะเวลาต่อมา): กลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงกว่ากลุ่มที่อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด และกลุ่มที่นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสะท้อนความมั่นคงของความสนใจที่สูงกว่า

ตารางที่ 18 ผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ สมมติฐานที่ 4

Dependent Variable	(I) Stage	(J) Stage	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
Overall	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-.39596*	0.14754	0.01
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-.37153*	0.15537	0.021
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.39596*	0.14754	0.01
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.02443	0.12251	0.843
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.37153*	0.15537	0.021
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-0.02443	0.12251	0.843
EO	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-.48586*	0.16926	0.006
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-.40347*	0.17823	0.029
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.48586*	0.16926	0.006
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.08239	0.14054	0.561
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.40347*	0.17823	0.029
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-0.08239	0.14054	0.561
MO	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-.50152*	0.21883	0.027
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.40833	0.23043	0.083
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.50152*	0.21883	0.027
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.09318	0.18171	0.611

	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.40833	0.23043	0.083
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-0.09318	0.18171	0.611
ACAP	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-.53788*	0.22933	0.024
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.45833	0.24149	0.064
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.53788*	0.22933	0.024
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.07955	0.19043	0.678
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.45833	0.24149	0.064
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-0.07955	0.19043	0.678
EO1	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-1.141*	0.33	0.001
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-.778*	0.348	0.03
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	1.141*	0.33	0.001
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.364	0.274	0.192
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.778*	0.348	0.03
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-0.364	0.274	0.192
EO2	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-.778*	0.318	0.019
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-.840*	0.335	0.016
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.778*	0.318	0.019
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.063	0.264	0.814

	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.840*	0.335	0.016
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	0.063	0.264	0.814
EO4	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-0.348	0.2	0.088
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-.479*	0.21	0.028
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.348	0.2	0.088
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.131	0.166	0.435
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.479*	0.21	0.028
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	0.131	0.166	0.435
MO1	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-.859*	0.329	0.012
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.597	0.346	0.092
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.859*	0.329	0.012
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.261	0.273	0.344
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.597	0.346	0.092
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-0.261	0.273	0.344
MO2	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-.763*	0.329	0.025
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-.757*	0.347	0.034
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.763*	0.329	0.025
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.006	0.273	0.984
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.757*	0.347	0.034

		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-0.006	0.273	0.984
MO3	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-.697*	0.342	0.048
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.458	0.36	0.21
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.697*	0.342	0.048
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.239	0.284	0.405
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.458	0.36	0.21
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-0.239	0.284	0.405
MO6	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-.919*	0.353	0.013
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.681	0.372	0.074
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.919*	0.353	0.013
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.239	0.293	0.42
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.681	0.372	0.074
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-0.239	0.293	0.42
MO16	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-.697*	0.285	0.019
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-.708*	0.3	0.023
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.697*	0.285	0.019
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.011	0.237	0.962
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.708*	0.3	0.023

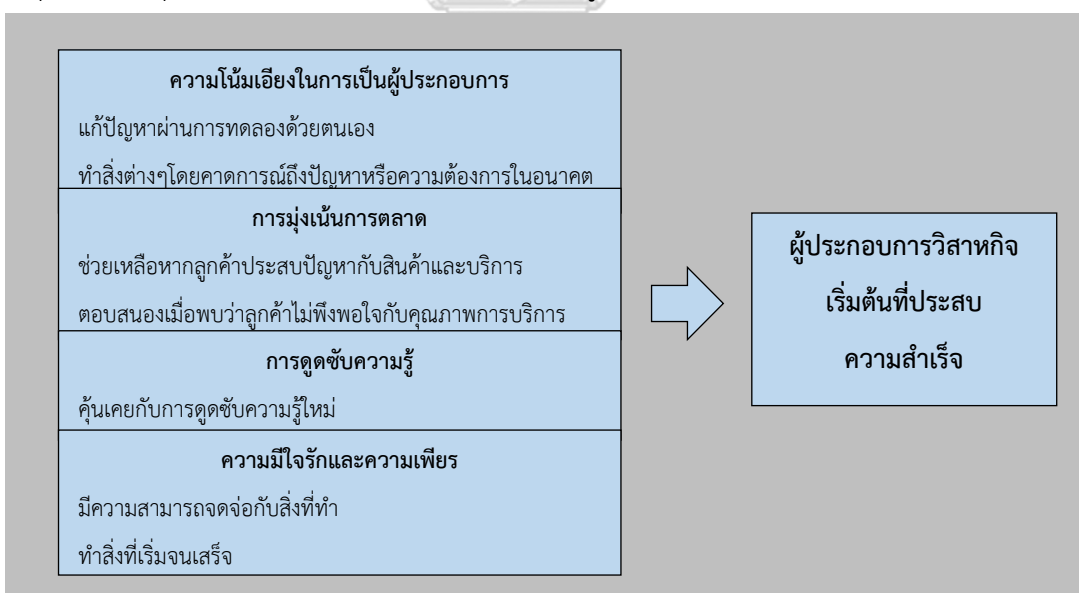
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	0.011	0.237	0.962
MO17	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-.682*	0.237	0.006
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-.750*	0.249	0.004
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.682*	0.237	0.006
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.068	0.197	0.731
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.750*	0.249	0.004
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	0.068	0.197	0.731
ACAP2	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-.869*	0.427	0.048
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.34	0.45	0.454
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.869*	0.427	0.048
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.528	0.355	0.144
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.34	0.45	0.454
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-0.528	0.355	0.144
ACAP4	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-.783*	0.345	0.028
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-.868*	0.364	0.021
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.783*	0.345	0.028
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.085	0.287	0.768
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.868*	0.364	0.021

		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	0.085	0.287	0.768
ACAP11	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-.667*	0.314	0.04
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-.792*	0.331	0.021
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.667*	0.314	0.04
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.125	0.261	0.634
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.792*	0.331	0.021
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	0.125	0.261	0.634
ACAP12	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-.823*	0.393	0.042
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.715	0.414	0.091
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.823*	0.393	0.042
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.108	0.326	0.742
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.715	0.414	0.091
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-0.108	0.326	0.742
GRIT3	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	.672*	0.327	0.046
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	1.007*	0.344	0.005
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	-.672*	0.327	0.046
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.335	0.271	0.223
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	-1.007*	0.344	0.005
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด	-0.335	0.271	0.223

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4.4 การอภิปรายผลการวิจัยเชิงสำรวจ

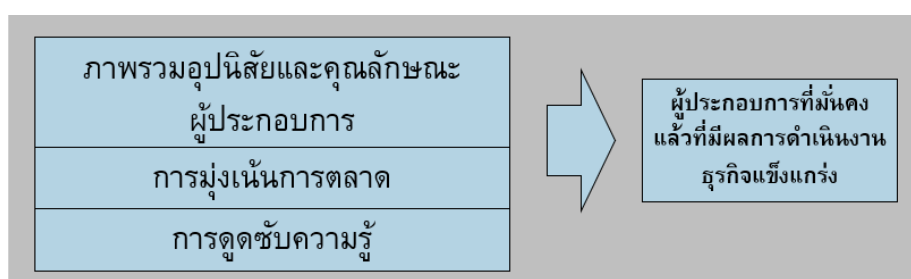
ในการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผู้ประกอบการระยะเริ่มต้นกับผู้ประกอบการธุรกิจที่มั่นคงแล้ว คุณลักษณะด้านความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด การดูดซับความรู้ และอุปนิสัยด้านความมีใจรักและความเพียร ของผู้ประกอบการทั้งสองระยะ ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามในรายละเอียด 1. ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี มีความกล้าเสี่ยงในด้านความกล้าลงมือปฏิบัติกับสิ่งที่ยังไม่รู้ (EO1) และความมีนวัตกรรมด้านความชอบทดลองและเปิดรับองค์ความรู้ใหม่ (EO4) สูงกว่า กลุ่มผู้ที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี แต่กลับมีความมีนวัตกรรมด้านการแก้ปัญหาผ่านการทดลองด้วยตนเอง (EO7) และการทำงานเชิงรุกในด้านการทำสิ่งต่างๆโดยคาดการณ์ถึงปัญหาหรือความต้องการในอนาคต (EO8) ต่ำกว่า 2. การมุ่งเน้นการตลาด กลุ่มผู้ที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี มีความพยายามช่วยเหลือหากลูกค้าประสบปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (MO14) และมีการตอบสนองต่อลูกค้าเมื่อพบว่าลูกค้าไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการ (MO17) ต่ำกว่า กลุ่มผู้ที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี 3. การดูดซับความรู้ กลุ่มผู้ที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี มีความคุ้นเคยกับการดูดซับความรู้ใหม่ (ACAP9) ต่ำกว่า กลุ่มผู้ที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี 4. ความมีใจรักและความเพียร ผู้ที่ดำเนินธุรกิจมาแล้วน้อยกว่า 3.5 ปี เป็นกลุ่มที่มีความมุ่งมั่นและความสามารถในการจดจ่อกับสิ่งที่ทำ (GRIT3 GRIT6 GRIT7) ต่ำกว่า กลุ่มที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี แต่มีความขยันสูงกว่า (GRIT8)



ภาพที่ 15 สรุปผลสมมติฐานที่ 1

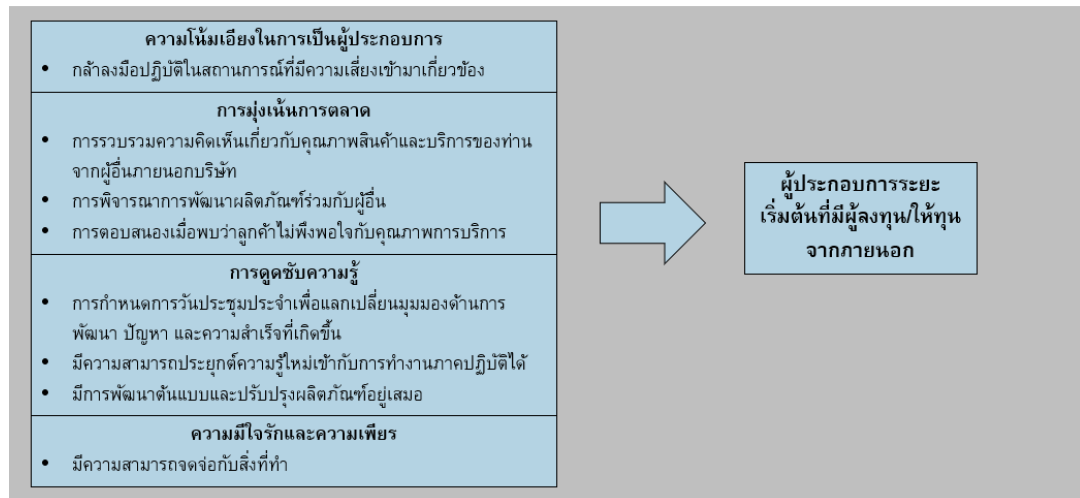
ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมุมมองต่อผลการดำเนินงานกับอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี มุมมองต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักอุปนิสัยและ

คุณลักษณะผู้ประกอบการในภาพรวม โดยมีปัจจัยคุณลักษณะผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์หลัก ได้แก่ การมุ่งเน้นการตลาดและการดูดซับความรู้ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในข้อย่อยเกือบทั้งหมด ขณะที่ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ และการมีใจรักและความเพียร ไม่มีความสัมพันธ์ กับมุมมองต่อผลการดำเนินงานในภาพรวม แต่มีความสัมพันธ์ในข้อย่อยประมาณครึ่งหนึ่งของข้อคำถาม ขณะที่เมื่อพิจารณาในข้อย่อยของมุมมองต่อผลการดำเนินงาน ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปนิสัยและคุณลักษณะมักจะเป็น การเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น (EstPerf1) และการเติบโตของรายได้ (EstPerf2) ขณะที่ปัจจัยด้านการเติบโตของกำไร (EstPerf3) การลดลงของการร้องเรียนของลูกค้า (EstPerf4) และการเพิ่มขึ้นของพนักงาน (EstPerf5) มีการพบเห็นได้น้อยกว่า



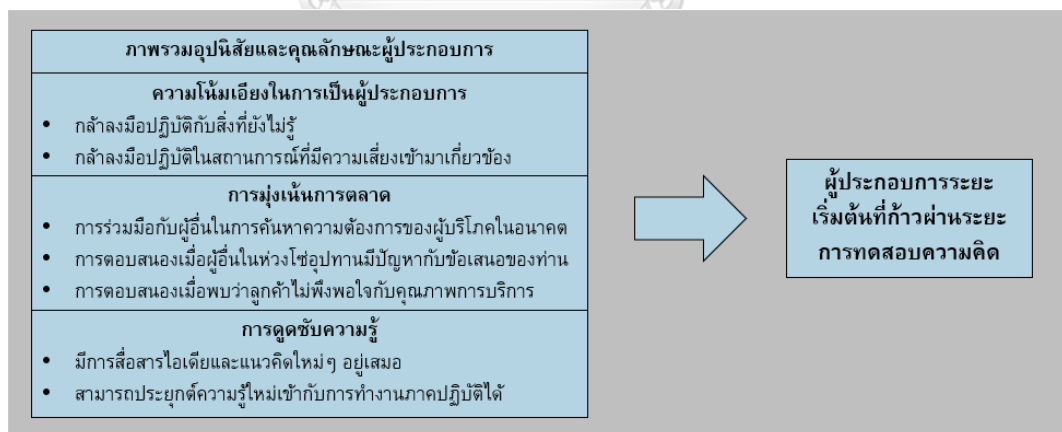
ภาพที่ 16 สรุปผลสมมติฐานที่ 2

ในกลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมานานน้อยกว่า 3.5 ปี ระหว่างกลุ่มที่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก กับกลุ่มที่ไม่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก ไม่มีความแตกต่างกัน ในคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในภาพรวม และคะแนนเฉลี่ยในแต่ละมิติ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในรายข้อย่อย กลุ่มที่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก มีความโดดเด่นกว่าในด้าน 1. ความกล้าลงมือปฏิบัติในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้อง (EO2) 2. การรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและบริการจากผู้อื่นภายนอกบริษัท (MO1) 3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มั่นใจว่าทิศทางที่ไปตรงกับความต้องการของลูกค้า (MO6) 4. การตอบสนองทันที เมื่อพบว่าลูกค้าไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการของท่าน (MO17) 5. การกำหนดการประชุมประจำเพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองด้านการพัฒนา ปัญหา และความสำเร็จที่เกิดขึ้น (ACAP7) 6. การประยุกต์ความรู้ใหม่เข้ากับการทำงานภาคปฏิบัติได้ (ACAP11) 7. การพัฒนาต้นแบบและปรับปรุงผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ (ACAP12) และ 8. ความสามารถจัดจ้กับโครงการที่ต้องใช้ระยะเวลานาน 2-3 เดือน (GRIT6)



ภาพที่ 17 สรุปผลสมมติฐานที่ 3

ขณะที่เมื่อพิจารณาระยะของธุรกิจในกลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมานาน้อยกว่า 3.5 ปี ใน 3 ระยะ ได้แก่ 1) อยู่ระหว่างทดสอบความคิด 2) อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด และ 3) นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว พบว่า กลุ่มที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิด มีคะแนนต่ำกว่าอีกสองกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งในด้านค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในภาพรวม ค่าเฉลี่ยในมิติความใหม่เอียงในการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด และการดูดซับความรู้ ขณะที่มิติความมีใจรักและความเพียรไม่มีความแตกต่างกันในค่าเฉลี่ยรวม แต่มีข้อย่อยเรื่องการจดจ่อกับความคิดหรือโครงการใหม่ๆ สูงโดยไม่แพ้หลง (GRIT3) ซึ่งกลุ่มที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิดมีคะแนนสูงกว่าอีกสองกลุ่ม



ภาพที่ 18 สรุปผลสมมติฐานที่ 4

บทที่ 5 การพัฒนาระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ Google Data Studio กับ Google Sheets เพื่อพัฒนาต้นแบบระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ซึ่งผู้ใช้งานทั้งศูนย์บ่มเพาะ ผู้ให้ทุน กองทุนร่วมลงทุน หรือผู้ประกอบการเอง สามารถเข้ามาดูข้อมูลคะแนนด้านต่างๆของผู้ประกอบการแต่ละบุคคล เป็นแผนภูมิเรดาร์ เปรียบเทียบกับข้อมูลเฉลี่ยในฐานข้อมูล หรือข้อมูลเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่มั่นคงแล้วซึ่งมีขั้นตอนการพัฒนาระบบประเมิน ดังนี้

5.1 รวบรวมข้อมูลด้วย Google Forms

การรวบรวมข้อมูลอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการ จัดทำด้วย Google Forms โดยฐานข้อมูลในการพัฒนาระบบต้นแบบใช้ฐานข้อมูลเดียวกันกับข้อมูลการวิจัยที่ได้จัดเก็บมา ซึ่งในช่วงท้ายของ Google Forms มีพื้นที่สำหรับผู้ทำแบบสำรวจในการระบุนามแฝง (ภาพที่ 5.2) เพื่อดูผลการประเมินของตน ซึ่งในการนำไปใช้จริง ศูนย์บ่มเพาะ ผู้ให้ทุน และกองทุนร่วมลงทุน สามารถเก็บข้อมูลชื่อผู้ประกอบการสำหรับใช้เรียกดูผลการประเมินรายบุคคล

แบบสำรวจอุปนิสัย และคุณลักษณะผู้ประกอบการ

แบบสำรวจชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย เรื่อง ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการ เพื่อประกอบการศึกษาวิทยานิพนธ์ สาขาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสำรวจ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่
 1) ส่วนข้อมูลทั่วไป
 2) ส่วนข้อมูลที่สำรวจ 50 ข้อ
 3) ส่วนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของท่าน 1-5 ข้อ
 ใช้ระยะเวลาในการทำประมาณ 10 นาที

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้ข้อมูลครบถ้วนตามความเป็นจริง โดยข้อมูลที่ท่านเปิดเผยจะได้รับการปกปิดเป็นความลับ และมีการนำเสนอผลการศึกษาในภาพรวมเท่านั้น

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณที่ท่านได้กรุณาสละเวลาให้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการวิจัยในครั้งนี้

ปรมผล เหล่าวิริยะศักดิ์
 นิสิตหลักสูตรธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม
 บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพที่ 19 แบบ Google Forms สำหรับการวิจัยและพัฒนาระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะ
 ของผู้ประกอบการ

ขอขอบพระคุณสำหรับการให้ข้อมูลของท่าน

ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลของท่านเพื่อประโยชน์ต่อสังคมผู้ประกอบการ
ข้อมูลที่ท่านเปิดเผยจะได้รับการปกปิดเป็นความลับ และมีการนำเสนอผลการศึกษาในภาพรวมเท่านั้น

โปรดระบุนามแฝงของท่านสำหรับผลการสำรวจ (สิ่งผลการสำรวจจะแสดงหลังจากส่งข้อมูล)

ข้อความคำตอบสั้นๆ

คำแนะนำ ข้อตำหนิ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ข้อความคำตอบแบบยาว

ภาพที่ 20 พื้นที่สำหรับการระบุนามแฝงเพื่อผลการประเมินของผู้ประกอบการ

5.2 จัดการข้อมูลด้วย Google Sheets

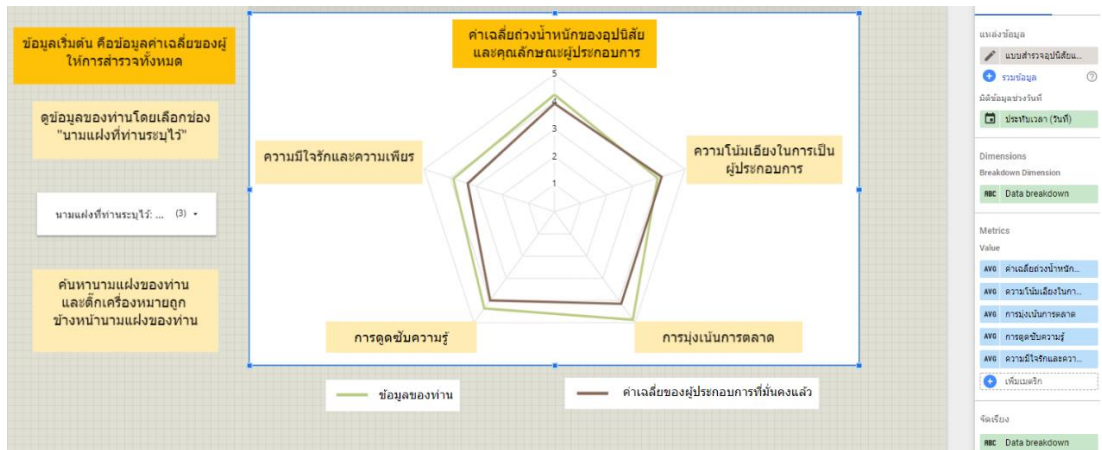
ข้อมูลการตอบใน Google Form จะถูกจัดเก็บในฐานข้อมูล Google Sheets ที่รวบรวมข้อมูลการตอบของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้ติดตั้ง Add-in “Copy down” เพื่อคำนวณสูตรและเพิ่มข้อมูลอัตโนมัติ สำหรับข้อมูลใหม่ที่เพิ่มเข้ามาเมื่อมีผู้ตอบแบบสำรวจ ซึ่งเป็นสูตรค่าเฉลี่ยคุณลักษณะและอุปนิสัยแต่ละด้าน รวมถึงคะแนนถ่วงน้ำหนักในภาพรวม

ช่วงเวลา	เพศ	อายุ	โปรดระบุนามแฝงของท่านสำหรับผลการสำรวจ (สิ่งผลการสำรวจจะแสดงหลังจากส่งข้อมูล)	อุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการ	ความนิยมเชิงในการเป็นผู้ประกอบการ	การมุ่งเน้นการตลาด	การดูดซับความรู้	ความมีใจรักและความเพียร	Data breakdown	Formula Copy Down Status
19/7/2021, 16:20:23	ชาย	41-50 ปี	B	4.1	4.6	4.2	4.4	3.0	User	Copied down all formats, and formulas from row 4 in columns DQ-DV. Copied and pasted back values in column(s) DQ-DV.
19/7/2021, 17:49:56	ชาย	31-40 ปี	คุณกนก	3.3	3.0	3.4	4.8	2.3	User	Copied down all formats, and formulas from row 4 in columns DQ-DV. Copied and pasted back values in column(s) DQ-DV.
19/7/2021, 19:18:35	ชาย	41-50 ปี	Oak	4.2	4.0	4.7	4.4	3.6	User	Copied down all formats, and formulas from row 4 in columns DQ-DV. Copied and pasted back values in column(s) DQ-DV.
19/7/2021, 21:31:57	หญิง	21-30 ปี	ส้มส้ม	4.0	3.9	4.2	4.5	3.3	User	Copied down all formats, and formulas from row 4 in columns DQ-DV. Copied and pasted back values in column(s) DQ-DV.
19/7/2021, 21:32:11	ชาย	21-30 ปี		4.0	4.3	4.1	3.9	3.4	User	Copied down all formats, and formulas from row 4 in columns DQ-DV. Copied and pasted back values in column(s) DQ-DV.
19/7/2021, 23:40:25	ชาย	21-30 ปี	STBX	4.3	4.4	4.7	4.8	3.0	User	Copied down all formats, and formulas from row 4 in columns DQ-DV. Copied and pasted back values in column(s) DQ-DV.
20/7/2021, 8:05:56	ชาย	21-30 ปี		3.9	3.8	4.1	4.5	3.1	User	Copied down all formats, and formulas from row 4 in columns DQ-DV. Copied and pasted back values in column(s) DQ-DV.
20/7/2021, 14:09:02	ชาย	31-40 ปี	NT	3.5	3.8	3.5	3.8	2.8	User	Copied down all formats, and formulas from row 4 in columns DQ-DV. Copied and pasted back values in column(s) DQ-DV.
20/7/2021, 14:18:59	ชาย	21-30 ปี	Green	4.0	3.8	4.2	4.3	3.5	User	Copied down all formats, and formulas from row 4 in columns DQ-DV. Copied and pasted back values in column(s) DQ-DV.

ภาพที่ 21 เตรียมข้อมูลด้วย Google Sheets สำหรับการใช้งานร่วมกับ Data Studio

5.3 เชื่อมโยงข้อมูลจาก Google Sheets เข้ากับ Google Data Studio

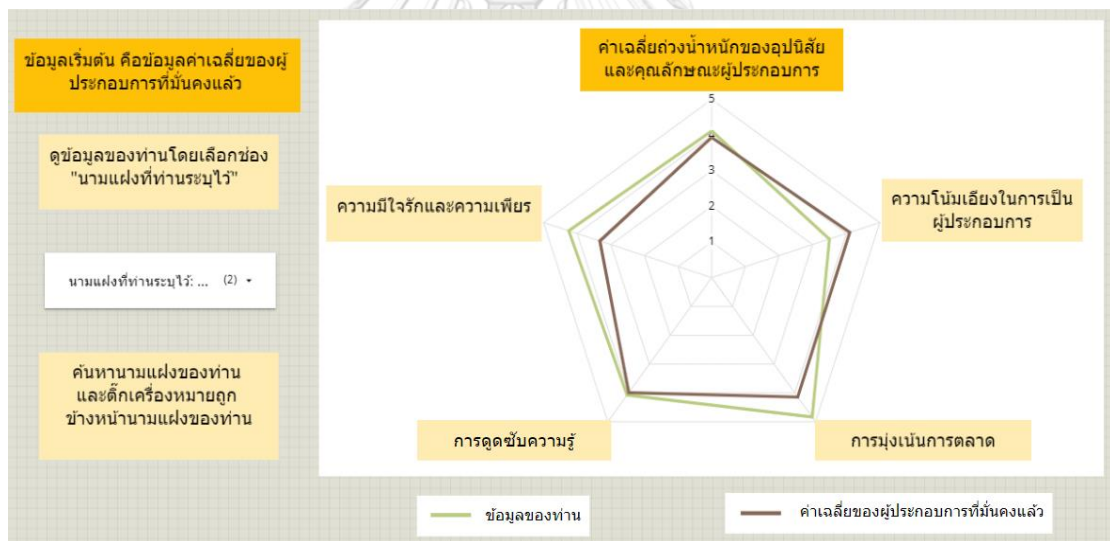
ผู้วิจัยเชื่อมโยงข้อมูลค่าเฉลี่ยคุณลักษณะและอุปนิสัยแต่ละด้าน และคะแนนถ่วงน้ำหนักในภาพรวมเข้ากับ Google Data Studio โดยใช้แผนภูมิเรดาร์ที่ในการแสดงข้อมูล และเพิ่มกล่องสำหรับเลือกดูข้อมูลเป็นรายบุคคล



ภาพที่ 22 เชื่อมโยงฐานข้อมูลเข้ากับ Data Studio และจัดทำแผนภาพเรดาร์

โดยผลลัพธ์ของต้นแบบจากฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่ทำแบบสอบถามสามารถเข้าดูได้ที่ลิ้งค์

<https://datastudio.google.com/u/0/reporting/1e0e5092-cc81-4154-81fc-7d95172d8fad/page/KgRVC>

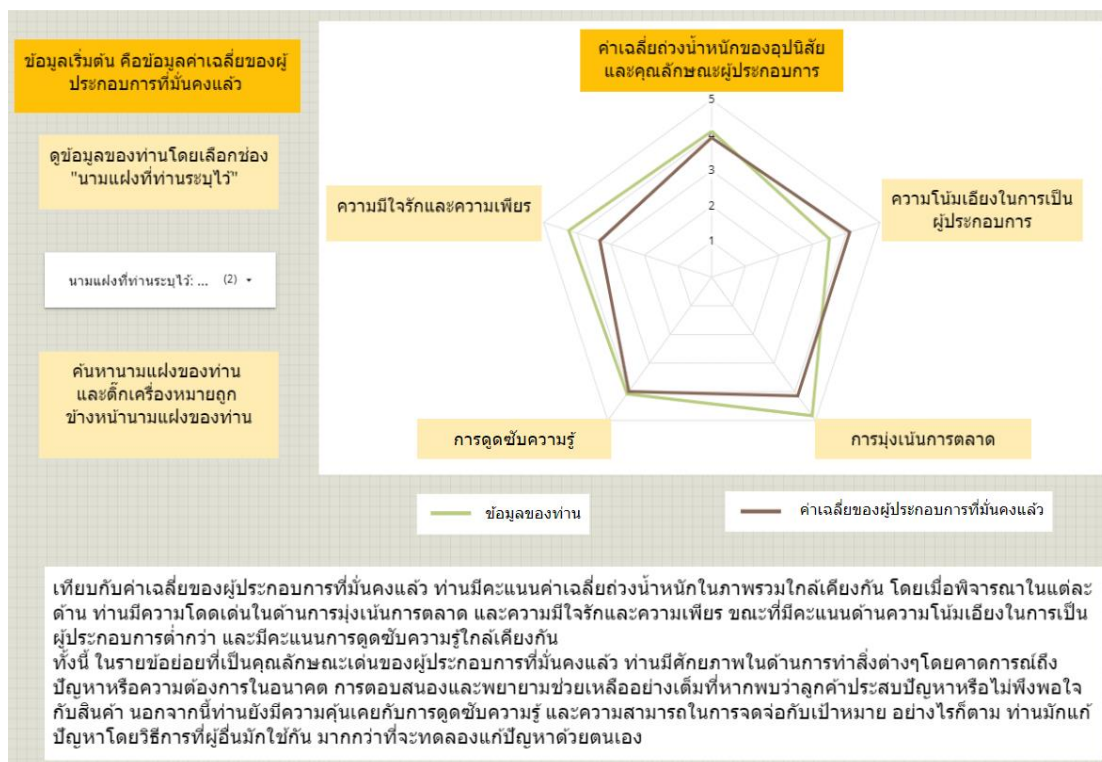


ภาพที่ 23 ต้นแบบจากฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่ทำแบบสอบถาม

5.5 การวิเคราะห์ผลและข้อเสนอแนะผู้ประกอบการ

ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการนี้จะมีส่วนช่วยผู้ให้ทุน นักลงทุน และศูนย์บ่มเพาะทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการใช้ประกอบการคัดเลือก แนะนำและพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรมด้วยการเพิ่มความเข้าใจจุดแข็งจุดอ่อนของผู้ประกอบการในด้านอุปนิสัยและคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับสร้างธุรกิจนวัตกรรม ทั้งนี้ แผนภาพจากระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการจะช่วยวิเคราะห์ระดับค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของอุปนิสัยและคุณลักษณะ

ในภาพรวม และคะแนนในแต่ละด้านของผู้ประกอบการที่ทำแบบประเมินเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการที่มั่นคงแล้ว ขณะที่ข้อมูลในฐานยังสามารถเปรียบเทียบคะแนนในรายข้อคำถามย่อยที่มีนัยสำคัญในงานวิจัยนี้ ซึ่งมีตัวอย่างการวิเคราะห์ผลดังนี้



ภาพที่ 24 การเพิ่มคำบรรยายในระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

5.6 ประโยชน์และแนวการใช้งานสำหรับผู้พิจารณาทุน

จะเห็นได้ว่าการวิเคราะห์ผลช่วยเพิ่มความเข้าใจอุปนิสัยและคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องของผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถใช้ประกอบการแนะนำสำหรับการพัฒนาจุดแข็งจุดอ่อน หรือการสร้างทีมของผู้ประกอบการที่มีจุดแข็งจุดอ่อนส่งเสริมกัน

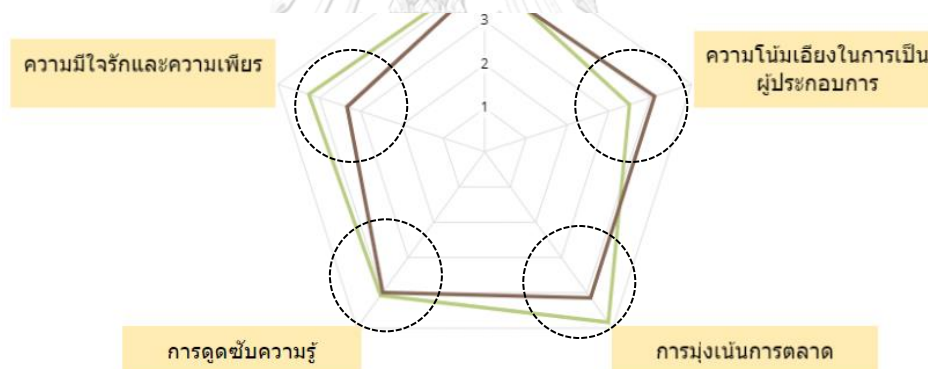
ทั้งนี้ ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีการใช้งานง่าย โดยผู้ให้ทุนหรือกองทุนร่วมลงทุนสามารถรวบรวมข้อมูลได้ผ่าน Google Forms ที่รับกวนเวลาผู้ประกอบการในการทำเพียง 10 นาที และจัดเก็บข้อมูลใน Google Sheets ซึ่งแสดงผลด้วย Google Data Studio อัตโนมัติได้อย่างรวดเร็ว โดยฐานข้อมูลที่จัดเก็บยังสามารถนำไปใช้สำหรับการบริหารข้อมูลผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบ ซึ่งในการวิเคราะห์ผล มีวิธีการอ่านค่าแผนภาพ ดังนี้

5.6.1 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นระดับคะแนนอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการในภาพรวม โดยตัวเปรียบเทียบ (Benchmark) ของผู้ประกอบการธุรกิจที่มั่นคงแล้วจากงานวิจัยชิ้นนี้อยู่ที่ 3.97 คะแนน



ภาพที่ 25 การอ่านค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

5.6.2 เปรียบเทียบคะแนนอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการในแต่ละด้าน โดยมีตัวเปรียบเทียบ (Benchmark) ของผู้ประกอบการธุรกิจที่มั่นคงแล้วจากงานวิจัยชิ้นนี้ได้แก่ ความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการที่ 4.12 คะแนน การมุ่งเน้นการตลาดที่ 4.22 คะแนน การดูดซับความรู้ที่ 4.05 คะแนน และความมีใจรักและความเพียรที่ 3.31 คะแนน



ภาพที่ 26 การอ่านค่าอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการในแต่ละด้าน

5.6.3 เปรียบเทียบข้อมูลในข้อย่อที่เป็นปัจจัยเด่นชัดของผู้ประกอบการที่มั่นคงแล้ว ผลการศึกษาของงานวิจัยชิ้นนี้พบว่า ผู้ประกอบการที่มั่นคงแล้วจะมีระดับคะแนนที่สูงกว่าผู้ประกอบการระยะเริ่มต้นอย่างมีนัยสำคัญในข้อต่อไปนี้ 1) การแก้ปัญหาผ่านการทดลองด้วยตนเอง (EO7) 2) การทำสิ่งต่างๆโดยคาดการณ์ถึงปัญหาหรือความต้องการในอนาคต (EO8) 3) การพยายามช่วยเหลือหากลูกค้าประสบปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (MO14) 4) การตอบสนองต่อลูกค้าเมื่อพบว่าลูกค้าไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการ (MO17) 5) ความคุ้นเคยกับการดูดซับความรู้ใหม่ (ACAP9) และอุปนิสัย 6) ด้านความมุ่งมั่นและความสามารถในการจดจ่อกับสิ่งที่ทำ (GRIT3 GRIT6 GRIT7)



ภาพที่ 27 การเปรียบเทียบในอุปนิสัยและคุณลักษณะที่โดดเด่นของผู้ประกอบการที่มั่นคงแล้ว ซึ่งผู้ให้ทุนหรือกองทุนร่วมลงทุนสามารถดูคะแนนของผู้ประกอบการในแต่ละข้อจาก Google Sheets ได้แก่ EO7 ในคอลัมน์ “O” EO8 ในคอลัมน์ “P” MO14 ในคอลัมน์ “AF” MO17 ในคอลัมน์ “AI” ACAP9 ในคอลัมน์ “AS” GRIT3 ในคอลัมน์ “BA” GRIT6 ในคอลัมน์ “BD” และ GRIT7 ในคอลัมน์ “BE” แล้วนำมาเทียบกับคะแนนเปรียบเทียบ (Benchmark) ของผู้ประกอบการธุรกิจที่มั่นคงแล้วดังนี้ EO7 ที่ 3.80 คะแนน, EO8 ที่ 4.41 คะแนน, MO14 ที่ 4.62 คะแนน, MO17 ที่ 4.76 คะแนน, ACAP9 ที่ 3.91 คะแนน, GRIT3 ที่ 2.49 คะแนน, GRIT6 ที่ 3.18 คะแนน และ GRIT7 ที่ 4.20 คะแนน เพื่อวิเคราะห์หาผู้ประกอบการธุรกิจจัดตั้งใหม่ที่มีอุปนิสัยและคุณลักษณะที่โดดเด่นคล้ายคลึงกับผู้ประกอบการที่มั่นคงแล้วซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในอนาคต

1	ประหยัดเวลา	เพศ	อายุ	27) ท่านจะตอบสนองทันทีเมื่อพบว่าลูกค้าไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการของท่าน
80	24/7/2021, 21:09:47	หญิง	21-30 ปี	5

ภาพที่ 28 การดูคะแนนของผู้ประกอบการในรายชื่อย่อยใน Google Sheets

บทที่ 6 การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นระบบการประเมินด้วยตนเองออนไลน์ (Online self-assessment) ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ได้ดังนี้

6.1 ระบบประเมินออนไลน์สำหรับผู้ใช้งานทั่วไป

มีลักษณะธุรกิจเป็นระหว่างผู้พัฒนาระบบกับลูกค้าโดยตรง (Business to customer: B2C) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการหรือผู้สนใจทั่วไป เป็นการจัดทำเว็บไซต์ประเมินออนไลน์ให้ผู้ใช้งานเข้ามาทำแบบประเมินเพื่อรับผลการวิเคราะห์เบื้องต้นของตน โดยระบบจะมีช่องทางรายได้หลักดังต่อไปนี้

6.1.1 การเก็บค่าบริการจากผู้ใช้งานสำหรับการวิเคราะห์เชิงลึก

เมื่อได้รับข้อมูลเบื้องต้นแล้วผู้ใช้งานสามารถเลือกจ่ายค่าบริการเพื่อรับข้อมูลเชิงลึกพร้อมคำแนะนำแนวทางในการพัฒนาตนเอง (Freemium)

6.1.2 การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูล

เป็นการสร้างรายได้จากการใช้ประโยชน์จากข้อมูล เช่นการขายข้อมูลที่ได้รับคามยินยอมจากผู้ใช้งานให้กับลูกค้าองค์กร อาทิ ธนาคาร ศูนย์วิจัย ฯลฯ

ซึ่งโมเดลในลักษณะนี้มีตัวอย่างให้เห็นดังต่อไปนี้ Entrepreneurial Mindset Profile (www.emindsetprofile.com/) และแบบประเมินศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการ (www.thaifranchisecenter.com/test/business/entrepreneur.php) ฯลฯ

6.2 ระบบประเมินออนไลน์สำหรับผู้ใช้งานองค์กร

มีลักษณะธุรกิจเป็นระหว่างผู้พัฒนาระบบกับลูกค้าองค์กร (Business to business: B2B) สำหรับหน่วยงานให้ทุน กองทุนร่วมลงทุน และศูนย์บ่มเพาะ นำไปใช้สำหรับการประเมินผู้ประกอบการในเครือข่าย รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการที่อยู่ระหว่างการคัดเลือกโดยใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินหรือทำความรู้จักผู้ประกอบการเบื้องต้น ที่สามารถรวบรวมไว้สำหรับตรวจสอบกับอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการจริง และใช้ประกอบการแนะนำแนวทางในการเสริมจุดแข็งและปิดจุดอ่อนของผู้ประกอบการ

ลักษณะธุรกิจดังกล่าวมีช่องทางการหารายได้จากทั้ง การขายระบบที่พัฒนาแล้วแบบ เบ็ดเสร็จ (Turnkey) และให้บริการซอฟต์แวร์พร้อมกับการบริหารระบบ (Software as a Services: SaaS) ซึ่งสามารถพัฒนาต่อยอดธุรกิจในการเป็นที่ปรึกษาด้านการแนะแนวและพัฒนาผู้ประกอบการ

โมเดลในลักษณะนี้มีตัวอย่างเช่น Entrepreneurship Readiness assessment (www.sba.gov/media/training/encore_09012016/story_content/external_files/Readiness%20Assessment.pdf)



บทที่ 7 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

7.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PESTEL analysis)

7.1.1 ปัจจัยทางการเมืองการปกครองและกฎหมาย (Political and Legal)

นโยบายไทยแลนด์ 4.0 (Thailand 4.0) ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจจากเดิมที่มุ่งเน้นด้านการพัฒนาเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม ไปสู่ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างคุณค่า (Value-Based Economy) (สำนักโฆษกสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2560) เป็นนโยบายสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ซึ่งมีการให้ทุนสนับสนุนการสร้างวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) กับนิสิต, นักศึกษา, บัณฑิต และนักวิจัย ผ่านกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในโครงการต่างๆ อาทิ TED fund, Youth Startup Fund, Open Innovation และ Research Gap Fund นอกจากนี้ยังมีการปล่อยกู้ผ่านธนาคารออมสินในโครงการ GSB SME Startup เพื่อให้เกิดการคิดค้นนวัตกรรมและจัดตั้งวิสาหกิจเริ่มต้นเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ มีการสนับสนุนทางด้านภาษีที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจจัดตั้งใหม่ (กรมสรรพากร, 2564) กับผู้มีส่วนได้เสียดังนี้ ดังนี้

1) วิสาหกิจเริ่มต้นที่ได้รับการรับรองจาก สวทช. 3 มาตรการ ได้แก่

- ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 รอบระยะเวลาบัญชี
- หักจ่ายค่าจดทะเบียนจัดตั้ง ค่าทำบัญชี ค่าสอบบัญชี ได้ 2 เท่า เป็นเวลา 5 รอบระยะเวลาบัญชี
- หักจ่ายการทำ R&D ได้สูงสุด 300%

2) กิจการเงินร่วมลงทุน (Venture Capital) กิจการเงินร่วมลงทุนที่ตั้งขึ้นตามกฎหมาย

ไทย มีทุนชำระแล้วในวันสุดท้ายของรอบบัญชีตั้งแต่ 20 ล้านบาทขึ้นไป และจดทะเบียนต่อสำนักงาน กสท. ภายใน 31 ธันวาคม 2561 จะได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับเงินปันผล กำไรจากการขายหรือโอนหุ้น เป็นระยะเวลา 10 รอบระยะเวลาบัญชี นับตั้งแต่วันที่จดทะเบียนกับสำนักงาน กสท.

- 3) **ผู้ลงทุนในกิจการเงินร่วมลงทุน (Investor)** ได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับเงินปันผล กำไรจากการขายหรือโอนหุ้น รายได้จากกิจการเงินร่วมลงทุนที่เลิกกัน เป็นเวลา 10 ปี หรือ 10 รอบระยะเวลาบัญชี
- 4) **ผู้ลงทุนใน วิสาหกิจเริ่มต้น (Angel Investor)** ได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สำหรับเงินที่จ่ายเพื่อลงทุนหรือลงทุนในการจัดตั้ง หรือเพิ่มทุนของ Startup (จดทะเบียนตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2558 ถึง 31 ธันวาคม 2562) โดยต้องถือหุ้นใน Startup ไม่น้อยกว่า 2 ปีต่อเนื่องกัน และลดหย่อนภาษีได้สูงสุด 100,000 บาท

ปัจจัยข้างต้นเป็นโอกาสต่อทั้งการก่อตั้งธุรกิจระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และโอกาสต่อการขยายตลาดของธุรกิจ ซึ่งการสนับสนุนภาครัฐฯ น่าจะผลักดันให้มีการก่อตั้งและลงทุนวิสาหกิจเริ่มต้นสูงขึ้น และเพิ่มความต้องการประเมินผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบมากขึ้น

7.1.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic)

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2565 มีคาดการณ์การขยายตัวที่ร้อยละ 3.4 พื้นตัวขึ้นจากร้อยละ 0.9 ในปี 2564 และติดลบร้อยละ 6.1 ในปี 2563 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) สภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วง 2 ปี ที่ผ่านมา ได้รับผลกระทบจากวิกฤติการแพร่ระบาดของ Covid-19 ซึ่งได้กดดันให้กระแสการลงทุนในธุรกิจจัดตั้งใหม่ซบเซาลง แนวโน้มการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในปี 2565 ตามการคลี่คลายของสถานการณ์การระบาด จึงน่าจะสนับสนุนให้กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจจัดตั้งใหม่กลับมาคึกคักอีกครั้ง

7.1.3 ปัจจัยทางสังคม (Sociological)

กลุ่มประชากรที่กำลังเข้าสู่ตลาดแรงงานในปัจจุบัน คือกลุ่ม Gen Z (เกิดระหว่างปี 2540 - 2555 และมีอายุระหว่าง 19 - 24 ปี) ซึ่งเป็นกลุ่มที่เติบโตขึ้นมาในยุคคอมพิวเตอร์ และสมาร์ทโฟน มีความรักอิสระ และไม่ต้องการถูกจำกัดในกรอบ กลุ่มคนจำนวนมากจึงมีความต้องการที่จะเป็นผู้ประกอบการ (Powers, 2018) ปัจจัยดังกล่าวจึงน่าจะสนับสนุนจำนวนประชากรผู้ประกอบการ ธุรกิจจัดตั้งใหม่ให้เพิ่มสูงขึ้นในระยะนี้

7.1.4 ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technological)

การเติบโตขึ้นของการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ได้ผลักดันให้ปริมาณของข้อมูลเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล ซึ่งสนับสนุนให้เทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูล (Data analytics) มีพัฒนาการ

อย่างรวดเร็ว โดยปัจจุบันมีเทคโนโลยีในการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพจำนวนมากสำหรับใช้พัฒนาระบบการประเมินผู้ประกอบการ โดยต้นแบบของระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้พัฒนาขึ้นจาก Google data studio ซึ่งใช้งานง่ายและมีต้นทุนในการใช้งานที่ค่อนข้างต่ำ

ผู้วิจัยเล็งพัฒนาระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการเพื่อสนับสนุนการเพิ่มจุดรับข้อมูล (Data point) ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ เพื่อใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลในการพัฒนางานการการลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้นไปข้างหน้า

7.1.5 ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม (Environmental)

ชีวิตปกติวิถีใหม่ (New normal) ภายหลังจากเกิดขึ้นของสถานการณ์ Covid-19 ได้ส่งผลให้สังคมและกิจกรรมต่างๆมีการเว้นระยะห่างมากขึ้น ซึ่งในวงการการให้ทุน/ลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้นเองก็ได้มีจัดเวทีการให้ทุน/ลงทุนออนไลน์ซึ่งอาจส่งผลให้ความใกล้ชิดระหว่างผู้ประกอบการและผู้ให้ทุน/ลงทุนลดน้อยลงไป และเป็นการยากที่จะเข้าใจตัวตนของผู้ประกอบการ

การใช้ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการในการประเมินผู้ประกอบการเบื้องต้น จะเข้ามาช่วยเพิ่มความเข้าใจในตัวผู้ประกอบการให้กับผู้ให้ทุน/ลงทุน ในช่วงเวลาของชีวิตปกติวิถีใหม่นี้

7.2 การวิเคราะห์ตลาด (Market analysis)

7.2.1 การวิเคราะห์ตลาดผู้ใช้งานทั่วไป

การประเมินบุคคลมักจะเป็นบริการย่อยในฟังก์ชันธุรกิจอื่นๆ อาทิ การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resources Management) และการประเมินความเสี่ยงทางการเงิน (Risk assessments) จึงมีธุรกิจเฉพาะด้านดังกล่าวค่อนข้างน้อยและไม่มีการรวบรวมข้อมูลทางด้านการตลาดชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประเมินบุคคลที่เป็นผู้ประกอบการซึ่งมีความเป็นปัจเจกในการประกอบธุรกิจ

ผู้วิจัยจึงได้ใช้แบบจำลอง TAM SAM SOM ซึ่งนิยมใช้ในการประเมินตลาดที่มีความใหม่สำหรับการประมาณการขนาดตลาดการประเมินผู้ประกอบการ ดังนี้

1. ตลาดที่ระบุได้ทั้งหมด (Total Available Market: TAM) จำนวนธุรกิจในประเทศไทยราว 3.0 ล้านราย อ้างอิงจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งคิดเป็น 99.5% ของกิจการ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564)
2. ตลาดที่พร้อมให้บริการ (Serviceable Available Market: SAM) เป็นจำนวนธุรกิจที่จดทะเบียนและดำเนินกิจการในประเทศไทยอยู่ที่ 789,851 ราย ซึ่งมีการตั้งบริษัทใหม่ปีละ 65,000 ราย (MGRonline, 2021)
3. ตลาดที่ให้บริการได้ (Serviceable Obtainable Market: SOM) เป็นสถานประกอบการที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตซึ่งอยู่ที่ 24% (depa, 2017) คิดเป็นจำนวนธุรกิจตั้งใหม่ที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตปีละ 15,600 ราย

ตลาดที่ระบุได้ทั้งหมด (Total Available Market: TAM)	<ul style="list-style-type: none"> • จำนวนธุรกิจในประเทศไทยราว 3.0 ล้านราย อ้างอิงจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งคิดเป็น 99.5% ของกิจการ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564)
ตลาดที่พร้อมให้บริการ (Serviceable Available Market: SAM)	<ul style="list-style-type: none"> • เป็นจำนวนธุรกิจที่จดทะเบียนและดำเนินกิจการในประเทศไทยอยู่ที่ 789,851 ราย ซึ่งมีการตั้งบริษัทใหม่ปีละ 65,000 ราย (MGRonline, 2021)
ตลาดที่ให้บริการได้ (Serviceable Obtainable Market: SOM)	<ul style="list-style-type: none"> • เป็นสถานประกอบการที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตซึ่งอยู่ที่ 24% (depa, 2017) คิดเป็นจำนวนธุรกิจตั้งใหม่ที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ตปีละ 15,600 ราย

ภาพที่ 29 การประเมินขนาดตลาดด้วย TAM SAM SOM

7.2.2 การวิเคราะห์ตลาดผู้ใช้งานองค์กร

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มุ่งเน้นที่การช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประเมินให้ทุน/ลงทุนผู้ประกอบการธุรกิจจัดตั้งใหม่ จึงเป็นกรณีที่ใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์โดยเป็นระบบประเมินสำหรับผู้ใช้งานองค์กร ผู้วิจัยประเมินขนาดตลาดอ้างอิงจำนวนโครงการที่สมัครทุนกับ TED Fund ซึ่งอยู่ที่ราว 600 โครงการต่อปี (TED Fund, 2021) โดยมีกองทุน และโปรแกรมการระดมทุนที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน อาทิ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa)

7.3 การวางแผนทางการตลาด

7.3.1 วัตถุประสงค์ทางการตลาด

มีผู้ใช้งานทั่วไปปีละ 1,500 ราย โดยคิดเป็นราว 10% จากธุรกิจจัดตั้งใหม่ในแต่ละปีที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ต หรือมีลูกค้ายองค์กรใช้งาน 1 ราย

7.3.2 กลยุทธ์การกำหนดตลาดกลุ่มเป้าหมาย (STP)

1. การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation) ตลาดผู้ประกอบการธุรกิจจัดตั้งใหม่โดยแบ่งตามประเภทธุรกิจ
2. ตลาดเป้าหมาย (Targeting) ธุรกิจจัดตั้งใหม่ในสาขาขนส่งและการคมนาคม เป็นสาขาที่มีธุรกิจในหมวดโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และบริการสารสนเทศ ซึ่งเป็นตัวแทนของการจัดตั้งวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) คิดเป็น 7% ของธุรกิจจัดตั้งใหม่ในแต่ละปี (กรุงเทพธุรกิจ, 2560)
3. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นระบบประเมินที่ช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจจัดตั้งใหม่มีความเข้าใจจุดแข็งและจุดอ่อนด้านอุปนิสัยและคุณลักษณะของตนในราคาที่คุ้มค่าเพียง 120 บาทต่อการวิเคราะห์เชิงลึกหนึ่งครั้ง

การวิเคราะห์ตลาด			
ตลาดที่พร้อมให้บริการ (Serviceable Available Market: SAM)	การตั้งบริษัทใหม่ในประเทศไทยปีละ	65,000 ราย	
ตลาดที่ให้บริการได้ (Serviceable Obtainable Market: SOM)	กิจการที่มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	24%	
แบ่งตามพฤติกรรม		15,600 ราย	
ตลาดเป้าหมาย (Targeting)	ธุรกิจจัดตั้งใหม่ในสาขาขนส่งและการคมนาคม ซึ่งรวมธุรกิจหมวดโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และบริการสารสนเทศอยู่ด้วย	7%	
แบ่งตามสาขาธุรกิจ		4,550 ราย	
		ปีที่ 1	ส่วนแบ่งตลาด
เป้าหมายทางการตลาด		1,500 ราย	10% ของกิจการจัดตั้งใหม่ที่มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต 33% ของกิจการจัดตั้งใหม่ในหมวดที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเริ่มต้น
ค่าบริการเฉลี่ยต่อราย		120 บาท	
รายได้ต่อปี		180,000 บาท	

ภาพที่ 30 การวิเคราะห์ตลาด

บทที่ 8 การศึกษาความเป็นไปได้ด้านการดำเนินงานและการจัดการ

8.1 เป้าหมายทางการบริการ

นำเสนอระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพผู้ให้ทุน/ลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้นในการประเมินผู้ประกอบการระยะเริ่มต้นที่เข้ามาขอเงินทุน รวมถึงเป็นแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการในสังกัดของตน

8.2 รายละเอียดของบริการ

ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นเทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุปนิสัยความมีใจรักและความเพียร คุณลักษณะความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด และการดูดซับความรู้ ซึ่งแนะแนวถึงโอกาสที่ผู้ประกอบการระยะเริ่มต้นจะพัฒนาไปเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่มั่นคงแล้ว โดยมีขั้นตอนการทำงานดังนี้

1. ผู้ประกอบการที่เข้ามาขอทุนทำแบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการผ่าน Google forms
2. ผู้ให้ทุน/ลงทุนในวิสาหกิจเลือกดูข้อมูลการวิเคราะห์อุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการรายบุคคลผ่าน Google data studio ซึ่งมีการเปรียบเทียบข้อมูลกับค่าเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่มั่นคงแล้วเพื่อประกอบการพิจารณาการให้ทุน รวมถึงออกแบบแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการแต่ละราย

8.3 ข้อมูลธุรกิจ

เป็นบริษัทให้บริการทางด้านซอฟต์แวร์ (Software as a Service: SaaS) ในการประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ทุนจดทะเบียน 100,000 บาท

- วิสัยทัศน์:** ผลักดันอุตสาหกรรมการให้ทุน/ลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้นไปข้างหน้า
อันจะสร้างประโยชน์ต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ
- พันธกิจ:** สร้างบรรทัดฐานการประเมินผู้ประกอบการซึ่งถูกผลักดันโดยข้อมูล
- เป้าหมาย:** เป็นผู้นำการพัฒนาการประเมินผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด
ในประเทศไทยในปี 2026

บทที่ 9 การศึกษาความเป็นไปได้ทางการเงิน

9.1 สมมติฐานทางการเงิน

สมมติฐานทางการเงินแบ่งเป็น เงินลงทุนพัฒนาระบบ รายได้ซึ่งมาจากจำนวนผู้ใช้งานระบบ ประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่รับการวิเคราะห์เชิงลึก และค่าบริการต่อราย ขณะที่ค่าใช้จ่ายดำเนินงานได้แก่ค่าเช่าเซิร์ฟเวอร์ และค่าจ้างผู้ดูแล

1. เงินลงทุนพัฒนาระบบ 100,000 บาท ซึ่งตัดค่าเสื่อมราคาแบบเส้นตรงด้วยอายุการใช้งานเป็นเวลา 5 ปี โดยมีแหล่งเงินทุนจากเงินลงทุนจากผู้ถือหุ้น
2. จำนวนผู้ใช้งานที่รับการวิเคราะห์เชิงลึก 1,500 รายต่อปี อ้างอิง 1) ประมาณ 10% จากตลาดที่ให้บริการได้ (SOM) ในกรณีที่ใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์โดยเป็นระบบประเมินออนไลน์สำหรับผู้ใช้งานทั่วไป และ 2) มีลูกค้าองค์กรใช้งานระบบจำนวน 2.5 ราย หรือ 1 ราย ซึ่งมีจำนวนสมาชิกต่อโครงการที่สมัครเข้ามาเฉลี่ย 2.5 คน
3. ค่าบริการต่อการประเมิน 120 บาท
4. ค่าเช่าเซิร์ฟเวอร์เดือนละ 2,000 บาท
5. ค่าจ้างผู้ดูแล Part-time เดือนละ 8,000 บาท

9.2 ประมาณการทางการเงิน

9.2.1 งบกำไรขาดทุน (Income statement)

ธุรกิจระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการมีรายการงบกำไรขาดทุนดังนี้

1. รายได้ปีละ 180,000 บาท จากจำนวนผู้ใช้งาน 1,500 ราย ที่ค่าบริการ 120 บาท
2. ต้นทุนสินค้าขายปีละ 44,000 บาท จากค่าตัดจำหน่ายระบบที่พัฒนาปีละ 20,000 บาท และค่าเช่าเซิร์ฟเวอร์ปีละ 24,000 บาท
3. มีกำไรขั้นต้น 136,000 บาท
4. มีค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 96,000 บาท จากค่าจ้างพนักงาน Part time ดูแลระบบเดือนละ 8,000 บาท
5. ไม่มีค่าใช้จ่ายดอกเบี้ยเนื่องจากเงินทุนทั้งหมดเป็นส่วนของผู้เจ้าของ
6. ไม่เสียภาษีนิติบุคคลเนื่องจากกำไรสุทธิต่อปีต่ำกว่า 300,000 บาท
7. กำไรสุทธิปีละ 40,000 บาท

ตารางที่ 19 งบกำไรขาดทุน

งบกำไรขาดทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รอบระยะเวลา 1 มกราคม – 31 ธันวาคม					
รายได้	180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
ต้นทุนสินค้าขาย	44,000	44,000	44,000	44,000	44,000
กำไรขั้นต้น	136,000	136,000	136,000	136,000	136,000
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	96,000	96,000	96,000	96,000	96,000
กำไรก่อนดอกเบี้ยจ่ายและภาษี	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
ค่าใช้จ่ายดอกเบี้ย	-	-	-	-	-
กำไรก่อนภาษีจ่าย	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000
ภาษีนิติบุคคล (0%)	-	-	-	-	-
กำไรสุทธิ	40,000	40,000	40,000	40,000	40,000

9.2.2 งบแสดงฐานะทางการเงิน (Balance sheet)

ธุรกิจระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการมีสินทรัพย์ในการประกอบธุรกิจหลักคือ สินทรัพย์ไม่มีตัวตนจากต้นทุนการพัฒนาแบบมูลค่า 100,000 บาท โดยมีแหล่งเงินทุนทั้งหมดมาจากส่วนของเจ้าของ ทั้งนี้เงินสดของบริษัทเพิ่มขึ้นปีละ 60,000 บาท ตามกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน

ตารางที่ 20 งบแสดงฐานะทางการเงิน

งบแสดงฐานะทางการเงิน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ณ 31 ธันวาคม					
สินทรัพย์					
เงินสด	60,000	120,000	180,000	240,000	300,000
ลูกหนี้การค้า	-	-	-	-	-
สินค้าคงคลัง	-	-	-	-	-
สินทรัพย์หมุนเวียนรวม	-	-	-	-	-
สินทรัพย์ไม่มีตัวตนก่อนหักค่าตัดจำหน่าย	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
ค่าตัดจำหน่ายสะสม	20,000	40,000	60,000	80,000	100,000
สินทรัพย์ไม่มีตัวตนสุทธิ	80,000	60,000	40,000	20,000	-
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนรวม	80,000	60,000	40,000	20,000	-
สินทรัพย์รวม	140,000	180,000	220,000	260,000	300,000
หนี้สินและส่วนของเจ้าของ					
เงินกู้ยืมระยะสั้น	-	-	-	-	-
เจ้าหนี้การค้า	-	-	-	-	-
เงินกู้ยืมระยะยาวครบกำหนดชำระภายใน 1 ปี	-	-	-	-	-
หนี้สินหมุนเวียนรวม	-	-	-	-	-
เงินกู้ยืมระยะยาว	-	-	-	-	-
หนี้สินไม่หมุนเวียนรวม	-	-	-	-	-
หนี้สินรวม	-	-	-	-	-
ทุนจดทะเบียน	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
กำไรสะสม	40,000	80,000	120,000	160,000	200,000
ส่วนของเจ้าของรวม	140,000	180,000	220,000	260,000	300,000
หนี้สินและส่วนของเจ้าของรวม	140,000	180,000	220,000	260,000	300,000

9.2.3 การประมาณการกระแสเงินสด

ธุรกิจระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการมีการลงทุนครั้งแรก 100,000 บาท และมีกระแสเงินสดสุทธิเมื่อเริ่มดำเนินงานปีละ 60,000 บาท จากกระแสเงินสดรับ 180,000 บาท และกระแสเงินสดจ่าย 120,000 บาท

ตารางที่ 21 ประมาณการกระแสเงินสด

	เงินจ่ายลงทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กระแสเงินสดรับ		180,000	180,000	180,000	180,000	180,000
กระแสเงินสดจ่าย	100,000	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
กระแสเงินสดสุทธิ	(100,000)	60,000	60,000	60,000	60,000	60,000

9.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์และประเมินโครงการ

ผู้วิจัยประเมินโครงการโดยใช้ระยะเวลาคืนทุน (Payback period: PB) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) และการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (Breakeven point)

1. ระยะเวลาคืนทุน (Payback period: PB)

สูตร

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินลงทุนครั้งแรก}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิต่อปี}}$$

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = 100,000/60,000$$

$$= 1.67 \text{ ปี}$$

2. อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR)

สูตร

$$\text{เงินลงทุนครั้งแรก} - \left(\sum_{t=1}^n \frac{\text{กระแสเงินสดสุทธิในแต่ละงวด}_t}{(1 + IRR)^t} \right) = 0$$

$$\text{อัตราผลตอบแทนภายใน} = 52.8\%$$

3. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV)

สูตร

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ} = \sum_{t=1}^n \frac{\text{กระแสเงินสดสุทธิในแต่ละงวด}_t}{(1 + \text{อัตราดอกเบี้ย})^t}$$

กำหนดอัตราดอกเบี้ยที่ 5.97% อ้างอิงอัตราดอกเบี้ยสินเชื่อ MRR ธนาคารกสิกรไทย

$$\text{มูลค่าปัจจุบันสุทธิ} = 152,948 \text{ บาท}$$

4. จุดคุ้มทุน (Breakeven Point)

สูตร

$$\text{จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{\text{ราคา} - \text{ต้นทุนผันแปร}}$$

$$\text{จุดคุ้มทุนรายเดือน} = 83.33 \text{ ราย, จุดคุ้มทุนรายปี} = 1,000 \text{ ราย}$$

จากการประเมินโครงการธุรกิจระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความน่าสนใจในการลงทุน โดยมีระยะเวลาคืนทุนสั้นเพียง 1.67 ปี มีอัตราผลตอบแทนสูงถึง 52.8% สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ธนาคาร และมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิต่ำกว่าศูนย์ที่ 152,948 บาท ขณะที่ผู้ลงทุนที่ผู้ใช้งานรายเดือน 83.33 ราย และผู้ใช้งานรายปีที่ 1,000 ราย

บทที่ 10 สรุปผล

งานวิจัยเรื่อง “ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจนวัตกรรมจัดตั้งใหม่ โดยเปรียบเทียบอุปนิสัยความมีใจรักและความเพียร คุณลักษณะความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด และการดูดซับความรู้ ระหว่างผู้ประกอบการในแต่ละระยะ แล้วนำผลการศึกษามาพัฒนาระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ สำหรับผู้ให้ทุน นักลงทุน และศูนย์บ่มเพาะทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ใช้ประกอบการคัดเลือก แนะแนวและพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม

- 10.1 สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ
- 10.2 สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณจากการวิจัยเชิงสำรวจ
- 10.3 สรุปผลการพัฒนาระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ
- 10.4 ข้อจำกัดงานวิจัย
- 10.5 ข้อเสนอแนะ

10.1 สรุปผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ได้แบ่งปันมุมมองของการประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ใช้จริงซึ่งส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกับอุปนิสัยความมีใจรักและความเพียร คุณลักษณะความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด และการดูดซับความรู้ ที่งานวิจัยนี้มีการศึกษา โดยข้อคำถามแต่ละด้านที่รวบรวมมามีความเที่ยงตรงในการใช้ประเมินผู้ประกอบการ ทั้งนี้ ด้วยความที่ข้อคำถามมีลักษณะเป็นการถามอย่างตรงไปตรงมาและขึ้นอยู่กับมุมมองของผู้ตอบ การรับเอาระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการไปใช้จึงอยู่ในระดับการประเมินเบื้องต้นเพื่อประกอบการพิจารณาให้เงินทุนในขั้นตอนอื่นๆ รวมถึงเป็นแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการ มากกว่าจะเป็นการใช้ในการตัดสินใจให้เงินทุนลำพังด้วยเครื่องมือเดียว

10.2 สรุปผลการวิจัยเชิงสำรวจ

ในภาพรวม คุณลักษณะด้านความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด การดูดซับความรู้ และอุปนิสัยด้านความมีใจรักและความเพียร ของผู้ประกอบการระยะเริ่มต้นและผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่มั่นคงแล้ว ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตามในรายละเอียดข้อย่อย เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มผู้ที่ดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี กลุ่มผู้ที่ดำเนิน

ธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี จะมีความโดดเด่นในคุณลักษณะ 1) การแก้ปัญหาผ่านการทดลองด้วยตนเอง (EO7) 2) การทำสิ่งต่างๆโดยคาดการณ์ถึงปัญหาหรือความต้องการในอนาคต (EO8) 3) การพยายามช่วยเหลือหากลูกค้าประสบปัญหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (MO14) 4) การตอบสนองต่อลูกค้าเมื่อพบว่าลูกค้าไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการ (MO17) 5) ความคุ้นเคยกับการดูดซับความรู้ใหม่ (ACAP9) และอุปนิสัย 6) ด้านความมุ่งมั่นและความสามารถในการจดจ่อกับสิ่งที่ทำ (GRIT3 GRIT6 GRIT7)

ขณะเดียวกัน ในกลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมานานกว่า 3.5 ปี ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก อุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการในภาพรวม การมุ่งเน้นการตลาด และการดูดซับความรู้ มีความสัมพันธ์เชิงบวก กับมุมมองต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ โดยปัจจัยด้านผลการดำเนินงานที่มักจะมีความสัมพันธ์กับอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการ ได้แก่ การเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้น และการเติบโตของรายได้

ทั้งนี้ ในการพิจารณากลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาน้อยกว่า 3.5 ปี ระหว่างกลุ่มที่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก กับกลุ่มที่ไม่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก ไม่มีความแตกต่างกัน ในคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในภาพรวม และคะแนนเฉลี่ยในแต่ละมิติ แต่ในรายละเอียดข้อย่อย กลุ่มที่มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก มีความโดดเด่นกว่าในด้าน 1. ความกล้าลงมือปฏิบัติในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้อง (EO2) 2. การรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและบริการจากผู้อื่นภายนอกบริษัท (MO1) 3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มั่นใจว่าทิศทางที่ไปตรงกับความต้องการของลูกค้า (MO6) 4. การตอบสนองทันที เมื่อพบว่าลูกค้าไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการของท่าน (MO17) 5. การกำหนดการประชุมประจำเพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองด้านการพัฒนา ปัญหา และความสำเร็จที่เกิดขึ้น (ACAP7) 6. การประยุกต์ความรู้ใหม่เข้ากับการทำงานภาคปฏิบัติได้ (ACAP11) 7. การพัฒนาต้นแบบและปรับปรุงผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ (ACAP12) และ 8. ความสามารถจดจ่อกับโครงการที่ต้องใช้ระยะเวลานาน 2-3 เดือน (GRIT6) ขณะที่เมื่อพิจารณาด้วยระยะของธุรกิจ ได้แก่ 1) อยู่ระหว่างทดสอบความคิด 2) อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบและทดสอบตลาด และ 3) นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว พบว่า กลุ่มที่อยู่ระหว่างทดสอบความคิด มีคะแนนต่ำกว่ากลุ่มอื่นค่อนข้างชัดเจน ทั้งในด้านค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในภาพรวม ค่าเฉลี่ยในมิติความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด และการดูดซับความรู้

10.3 สรุปผลการพัฒนาระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการจัดทำขึ้นโดยใช้โซลูชันของ Google ซึ่งฟรีและใช้งานง่าย โดยรวบรวมข้อมูลผ่าน Google Forms แล้วนำมาจัดทำฐานข้อมูลและประมวลผลผ่าน Google Sheets ก่อนที่จะเชื่อมโยงฐานข้อมูลเข้ากับ Google Data Studio เพื่อแสดงผลการประเมินเป็นแผนภาพเรดาร์ที่ง่ายต่อการสรุปผลการประเมินสำหรับผู้ประกอบการพิจารณาผู้ประกอบการต่อไป

10.4 ข้อจำกัดงานวิจัย

การวิจัยชิ้นนี้จัดทำในช่วงการระบาดของโควิด-19 จึงมีข้อจำกัดของแหล่งในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการมีปฏิสัมพันธ์กับท่านผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการ

10.5 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า เมื่อนำต้นแบบระบบประเมินอุปนิสัยและคุณลักษณะของผู้ประกอบการไปพัฒนาระบบจัดเก็บข้อมูลและประเมินศักยภาพผู้ประกอบการแล้ว ยังสามารถใช้ฐานข้อมูลในการศึกษาไปข้างหน้า (Prospective research) เพื่อยืนยันผลการศึกษา และพัฒนาการประเมินผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบและถูกผลักดันด้วยข้อมูลมากขึ้น

ทั้งนี้ในการวิจัยครั้งต่อไป สามารถขยายขอบเขตของอุปนิสัยและคุณลักษณะด้านต่างๆที่ได้รับจากการเสนอแนะของท่านผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ การน้อมรับเทคโนโลยี (Embrace technology) การสร้างเครือข่าย (Networking) การมีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ความเป็นผู้นำ การมีกรอบความคิดแบบเติบโต (Growth mindset) การมีความยืดหยุ่น (Resilience) ความสามารถในการลงมือปฏิบัติ (Ability to execute) ความสามารถในการรับคำแนะนำและปรับตาม (Ability to take feedback)

Appendix

ข้อคำถามในแบบสอบถามอุปนิสัยและคุณลักษณะผู้ประกอบการ

มิติความโน้มเอียงในการเป็นผู้ประกอบการ (ที่มา: Bolton & Lane, 2011)

- 1) ท่านกล้าลงมือปฏิบัติกับสิ่งที่ยังไม่รู้ (EO1)
- 2) ท่านกล้าลงมือปฏิบัติในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้อง (EO2)
- 3) ท่านเต็มใจที่จะลงทุนเงินและเวลาจำนวนมากกับสิ่งที่น่าจะสร้างผลตอบแทนได้สูง (EO3)
- 4) ท่านชอบทดลองและเปิดรับ องค์ความรู้หรือกิจกรรมที่แปลกใหม่ (EO4)
- 5) ท่านมักให้ความสำคัญกับโครงการที่มีความเฉพาะไม่เหมือนใคร มากกว่างานหรือโครงการที่ได้ถูกลองมาแล้วก่อนหน้า (EO5)
- 6) ท่านเลือกที่จะลองวิธีเฉพาะของตนในการเรียนรู้สิ่งใหม่มากกว่าวิธีการที่ผู้อื่นใช้กันทั่วไป (EO6)
- 7) ท่านมักแก้ปัญหาผ่านการทดลองด้วยตนเองมากกว่าที่จะใช้วิธีการที่ผู้อื่นมักใช้ในการแก้ปัญหา ดังกล่าว (EO7)
- 8) ท่านมักจะทำสิ่งต่างๆโดยคาดการณ์ถึงความต้องการ, ปัญหา หรือความต้องการในอนาคต (EO8)
- 9) ท่านมักวางแผนสิ่งต่างๆล่วงหน้า (EO9)
- 10) ท่านเลือกที่จะเป็นผู้ลงมือทำให้โครงการดำเนินต่อไปมากกว่าที่จะรอให้คนอื่นทำ (EO10)

มิติการมุ่งเน้นการตลาด (ที่มา: Schlosser & Mcnaughton, 2009)

- 11) ท่านรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและบริการของท่าน จากผู้ซื้อนอกบริษัท อาทิ ลูกค้า ช่องทางการจำหน่าย และซัพพลายเออร์ (MO1)
- 12) ท่านร่วมมือกับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน (อาทิ ซัพพลายเออร์ และช่องทางการจำหน่าย) ในการ ค้นหาความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต (MO2)
- 13) ท่านมักจะพูดคุยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของลูกค้าหรือตลาด กับผู้อื่น ในห่วงโซ่อุปทาน (MO3)

- 14) ท่านมักสังเกตการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นฐานของอุตสาหกรรมจากการพูดคุยกับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน (MO4)
 - 15) ท่านได้พูดคุยหรือสำรวจผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า (MO5)
 - 16) ท่านพิจารณาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้มั่นใจว่าทิศทางที่ไปตรงกับความต้องการของลูกค้า (MO6)
 - 17) ท่านรวบรวมข้อมูลอุตสาหกรรมผ่านช่องทางทั้งทางการและไม่ทางการ (MO7)
 - 18) ท่านมีการประชุมกันในทีมเพื่อหารือเกี่ยวกับแนวโน้มตลาดและพัฒนาการต่างๆของบริษัท (MO8)
 - 19) ข้อมูลเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นกับห่วงโซ่อุปทานหรือตลาดถูกแพร่กระจายอย่างรวดเร็วในทีมของท่าน และมีระบบวางแผน/ตัดสินใจตามเงื่อนไขที่เหมาะสม (MO9)
 - 20) ท่านร่วมทำกิจกรรมนอกเวลางานกับทีมของท่าน (MO10)
 - 21) ท่านส่งต่อข้อมูลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้กับทีมอยู่เสมอ (MO11)
 - 22) ท่านสื่อสารกับทีมเรื่องแผนการขยายตลาดอยู่เสมอทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (MO12)
 - 23) ท่านแบ่งปันข้อมูลการติดต่อผู้จัดจำหน่ายและลูกค้าของท่าน ให้กับผู้อื่นในทีมที่พิจารณาแล้วจำเป็นและเหมาะสม (MO13)
 - 24) ท่านจะพยายามช่วยเหลืออย่างเต็มที่ หากพบว่าลูกค้าประสบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า และมีแผนการรับมือความเสี่ยงที่ชัดเจน (MO14)
 - 25) ท่านจะพยายามช่วยเหลือให้ผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานบรรลุเป้าหมาย (MO15)
 - 26) ท่านจะตอบสนองอย่างรวดเร็ว หากผู้อื่นในห่วงโซ่อุปทานมีปัญหาเกี่ยวกับข้อเสนอของท่าน (MO16)
 - 27) ท่านจะตอบสนองทันที เมื่อพบว่าลูกค้าไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการของท่าน (MO17)
 - 28) ท่านร่วมพัฒนาการให้บริการลูกค้ากับผู้อื่นใน ห่วงโซ่อุปทาน (MO18)
- มิติการดูดซับความรู้** (ที่มา: Flatten et al., 2011)
- 29) การติดตามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเป็นเรื่องปกติประจำวันในทีมของท่าน (ACAP1)

- 30) ทีมของท่านใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายในอุตสาหกรรม (ACAP2)
- 31) ทีมของท่านใช้แหล่งข้อมูลที่นอกเหนือจากข้อมูลภายในอุตสาหกรรม (ACAP3)
- 32) ในทีมของท่าน ไอเดียและแนวคิดใหม่ๆ ถูกสื่อสารระหว่างกันอยู่เสมอ (ACAP4)
- 33) ทีมของท่านแก้ปัญหาต่างๆด้วยความร่วมมือกันของผู้คนที่มีความทักษะแตกต่างกัน (ACAP5)
- 34) ในทีมของท่านจะมีการแชร์ความเห็นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างกันอยู่เสมอ (ACAP6)
- 35) ทีมของท่านมีการกำหนดการวันประชุมประจำเพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองด้านการพัฒนา ปัญหา และความสำเร็จที่เกิดขึ้น (ACAP7)
- 36) ทีมของท่านสามารถวางโครงสร้างและใช้ความรู้ที่ได้เก็บรวบรวมไว้ (ACAP8)
- 37) ทีมของท่านมีความคุ้นเคยกับการดูดซับความรู้ใหม่รวมถึงการเตรียมความรู้เหล่านั้นสำหรับโอกาสใช้งานในวัตถุประสงค์อื่นๆ (ACAP9)
- 38) ทีมของท่านเคยเชื่อมโยงความรู้เดิมเข้ากับข้อมูลใหม่ๆอย่างสัมฤทธิ์ผล (ACAP10)
- 39) ทีมของท่านสามารถในการประยุกต์ความรู้ใหม่เข้ากับการทำงานภาคปฏิบัติได้ (ACAP11)
- 40) ทีมของท่านมีการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ (ACAP12)
- 41) ทีมของท่านมักจะปรับใช้ความรู้ใหม่ๆเข้ากับเทคโนโลยีที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน (ACAP13)
- 42) เมื่อประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามา ทีมของท่านมักจะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (ACAP14)

มิตินิยมใจรักและความเพียร (ที่มา: Duckworth & Quinn, 2009)

- 43) ในบางครั้ง ความคิดหรือโครงการใหม่ๆ ดึงดูดความสนใจของท่านจากความคิดหรือโครงการที่ทำอยู่ (GRIT1)
- 44) ความล้มเหลว ไม่ทำให้ท่านย่อท้อ (GRIT2)
- 45) ท่านจดจ่อกับความคิดหรือโครงการใหม่ๆ สูงในช่วงต้น ก่อนจะแผ่วลงในระยะเวลาต่อมา (GRIT3)

- 46) ท่านเป็นคนทำงานหนัก (GRIT4)
- 47) ท่านมักจะตั้งเป้าหมาย แต่มีการเปลี่ยนแปลงในภายหลัง (GRIT5)
- 48) ท่านมีความยากลำบากที่จะจดจ่อกับโครงการที่ต้องใช้ระยะเวลานาน 2-3 เดือน (GRIT6)
- 49) ทุกงานที่ท่านได้เริ่ม ท่านทำจนเสร็จ (GRIT7)
- 50) ท่านเป็นคนขยัน (GRI8)

แบบสอบถามมุมมองต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการที่มั่นคงแล้ว (ที่มา: Suliyanto & Rahab, 2011)

- 1) เทียบกับธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน ผลผลิตของท่านเข้าถึงตลาดได้กว้างกว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (EstPerf1)
- 2) เทียบกับธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน จำนวนลูกค้าของท่านเติบโตมากกว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (EstPerf2)
- 3) เทียบกับธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน รายได้ของบริษัทท่านเติบโตได้ดีกว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (EstPerf3)
- 4) เทียบกับธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน กำไรของบริษัทท่านเติบโตได้ดีกว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (EstPerf4)
- 5) เทียบกับธุรกิจในอุตสาหกรรมเดียวกัน จำนวนพนักงานของท่านเพิ่มขึ้นมากกว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (EstPerf5)

การประมวลผล SPSS

ข้อมูลทั่วไป

Statistics

		Gender	Age	Edu	BizAge2
N	Valid	123	123	123	123

Missing	0	0	0	0
---------	---	---	---	---

Gender

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ชาย	74	60.2	60.2	60.2
หญิง	49	39.8	39.8	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Age

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 21-30 ปี	24	19.5	19.5	19.5
31-40 ปี	37	30.1	30.1	49.6
41-50 ปี	28	22.8	22.8	72.4
51-60 ปี	29	23.6	23.6	95.9
มากกว่า 60 ปี	5	4.1	4.1	100.0
Total	123	100.0	100.0	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

Edu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่า ปริญญาตรี	4	3.3	3.3	3.3
ปริญญาตรี	42	34.1	34.1	37.4
ปริญญาโท	55	44.7	44.7	82.1

ปริญญาเอก	22	17.9	17.9	100.0
Total	123	100.0	100.0	

BizAge2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	14	11.4	11.4	11.4
น้อยกว่า 6 เดือน	6	4.9	4.9	16.3
6 เดือน ถึง 3.5 ปี	27	22.0	22.0	38.2
มากกว่า 3.5 ปี	76	61.8	61.8	100.0
Total	123	100.0	100.0	

การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่มที่มีระยะเวลาการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Overall	Between Groups	.049	3	.016	.096	.962
	Within Groups	20.117	119	.169		
	Total	20.165	122			
EO	Between Groups	.192	3	.064	.252	.860
	Within Groups	30.207	119	.254		
	Total	30.399	122			
MO	Between Groups	.200	3	.067	.228	.877
	Within Groups	34.868	119	.293		
	Total	35.068	122			
ACAP	Between Groups	.460	3	.153	.360	.782
	Within Groups	50.659	119	.426		
	Total	51.119	122			

Grit	Between Groups	.302	3	.101	.442	.723
	Within Groups	27.038	119	.227		
	Total	27.340	122			
EO1	Between Groups	1.939	3	.646	.517	.672
	Within Groups	148.890	119	1.251		
	Total	150.829	122			
EO2	Between Groups	1.814	3	.605	.775	.510
	Within Groups	92.836	119	.780		
	Total	94.650	122			
EO3	Between Groups	1.464	3	.488	.563	.641
	Within Groups	103.235	119	.868		
	Total	104.699	122			
EO4	Between Groups	.677	3	.226	.620	.603
	Within Groups	43.339	119	.364		
	Total	44.016	122			
EO5	Between Groups	.017	3	.006	.009	.999
	Within Groups	74.731	119	.628		
	Total	74.748	122			
EO6	Between Groups	.745	3	.248	.261	.853
	Within Groups	113.320	119	.952		
	Total	114.065	122			
EO7	Between Groups	3.116	3	1.039	1.252	.294
	Within Groups	98.754	119	.830		
	Total	101.870	122			
EO8	Between Groups	.087	3	.029	.075	.973
	Within Groups	45.588	119	.383		
	Total	45.675	122			
EO9	Between Groups	.512	3	.171	.309	.819
	Within Groups	65.748	119	.553		
	Total	66.260	122			

EO10	Between Groups	.477	3	.159	.298	.827
	Within Groups	63.491	119	.534		
	Total	63.967	122			
MO1	Between Groups	.513	3	.171	.243	.866
	Within Groups	83.747	119	.704		
	Total	84.260	122			
MO2	Between Groups	.975	3	.325	.402	.752
	Within Groups	96.212	119	.809		
	Total	97.187	122			
MO3	Between Groups	.418	3	.139	.187	.905
	Within Groups	88.753	119	.746		
	Total	89.171	122			
MO4	Between Groups	1.472	3	.491	.750	.524
	Within Groups	77.845	119	.654		
	Total	79.317	122			
MO5	Between Groups	.378	3	.126	.208	.891
	Within Groups	72.126	119	.606		
	Total	72.504	122			
MO6	Between Groups	1.315	3	.438	.530	.662
	Within Groups	98.311	119	.826		
	Total	99.626	122			
MO7	Between Groups	1.429	3	.476	.673	.570
	Within Groups	84.245	119	.708		
	Total	85.675	122			
MO8	Between Groups	1.499	3	.500	.732	.535
	Within Groups	81.184	119	.682		
	Total	82.683	122			
MO9	Between Groups	1.933	3	.644	.902	.442
	Within Groups	84.994	119	.714		
	Total	86.927	122			

MO10	Between Groups	1.452	3	.484	.385	.764
	Within Groups	149.589	119	1.257		
	Total	151.041	122			
MO11	Between Groups	2.651	3	.884	1.432	.237
	Within Groups	73.414	119	.617		
	Total	76.065	122			
MO12	Between Groups	.801	3	.267	.370	.775
	Within Groups	85.850	119	.721		
	Total	86.650	122			
MO13	Between Groups	2.107	3	.702	.960	.414
	Within Groups	87.063	119	.732		
	Total	89.171	122			
MO14	Between Groups	1.706	3	.569	1.505	.217
	Within Groups	44.945	119	.378		
	Total	46.650	122			
MO15	Between Groups	.564	3	.188	.302	.824
	Within Groups	74.184	119	.623		
	Total	74.748	122			
MO16	Between Groups	.256	3	.085	.144	.933
	Within Groups	70.427	119	.592		
	Total	70.683	122			
MO17	Between Groups	1.076	3	.359	1.213	.308
	Within Groups	35.184	119	.296		
	Total	36.260	122			
MO18	Between Groups	1.273	3	.424	.562	.641
	Within Groups	89.898	119	.755		
	Total	91.171	122			
ACAP1	Between Groups	2.431	3	.810	1.317	.272
	Within Groups	73.244	119	.615		
	Total	75.675	122			

ACAP2	Between Groups	1.764	3	.588	.530	.662
	Within Groups	131.863	119	1.108		
	Total	133.626	122			
ACAP3	Between Groups	.457	3	.152	.154	.927
	Within Groups	117.511	119	.987		
	Total	117.967	122			
ACAP4	Between Groups	.654	3	.218	.288	.834
	Within Groups	90.175	119	.758		
	Total	90.829	122			
ACAP5	Between Groups	4.451	3	1.484	2.246	.087
	Within Groups	78.622	119	.661		
	Total	83.073	122			
ACAP6	Between Groups	1.872	3	.624	.762	.518
	Within Groups	97.494	119	.819		
	Total	99.366	122			
ACAP7	Between Groups	1.637	3	.546	.451	.717
	Within Groups	143.989	119	1.210		
	Total	145.626	122			
ACAP8	Between Groups	3.622	3	1.207	1.437	.236
	Within Groups	100.004	119	.840		
	Total	103.626	122			
ACAP9	Between Groups	.093	3	.031	.047	.986
	Within Groups	78.736	119	.662		
	Total	78.829	122			
ACAP10	Between Groups	1.493	3	.498	.754	.522
	Within Groups	78.507	119	.660		
	Total	80.000	122			
ACAP11	Between Groups	.896	3	.299	.433	.730
	Within Groups	82.096	119	.690		
	Total	82.992	122			

ACAP12	Between Groups	2.041	3	.680	.703	.552
	Within Groups	115.146	119	.968		
	Total	117.187	122			
ACAP13	Between Groups	1.210	3	.403	.513	.674
	Within Groups	93.586	119	.786		
	Total	94.797	122			
ACAP14	Between Groups	1.455	3	.485	.629	.598
	Within Groups	91.732	119	.771		
	Total	93.187	122			
GRIT1	Between Groups	2.581	3	.860	1.058	.370
	Within Groups	96.784	119	.813		
	Total	99.366	122			
GRIT2	Between Groups	2.118	3	.706	1.185	.318
	Within Groups	70.874	119	.596		
	Total	72.992	122			
GRIT3	Between Groups	16.028	3	5.343	4.383	.006
	Within Groups	145.045	119	1.219		
	Total	161.073	122			
GRIT4	Between Groups	5.260	3	1.753	1.481	.223
	Within Groups	140.903	119	1.184		
	Total	146.163	122			
GRIT5	Between Groups	9.957	3	3.319	3.045	.032
	Within Groups	129.702	119	1.090		
	Total	139.659	122			
GRIT6	Between Groups	20.369	3	6.790	4.622	.004
	Within Groups	174.802	119	1.469		
	Total	195.171	122			
GRIT7	Between Groups	58.331	3	19.444	16.372	.000
	Within Groups	141.328	119	1.188		
	Total	199.659	122			

GRIT8	Between Groups	1.279	3	.426	.394	.757
	Within Groups	128.689	119	1.081		
	Total	129.967	122			

การเปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc)

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) BizAge2	(J) BizAge2	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Overall	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.05476	.20062	.785	-.4520	.3425
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.00265	.13541	.984	-.2655	.2708
		มากกว่า 3.5 ปี	-.03853	.11958	.748	-.2753	.1982
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.05476	.20062	.785	-.3425	.4520
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.05741	.18557	.758	-.3100	.4249
		มากกว่า 3.5 ปี	.01623	.17435	.926	-.3290	.3615
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.00265	.13541	.984	-.2708	.2655
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.05741	.18557	.758	-.4249	.3100
		มากกว่า 3.5 ปี	-.04118	.09212	.656	-.2236	.1412
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.03853	.11958	.748	-.1982	.2753
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.01623	.17435	.926	-.3615	.3290
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.04118	.09212	.656	-.1412	.2236
EO	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.16667	.24584	.499	-.6535	.3201
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.12407	.16593	.456	-.4526	.2045
		มากกว่า 3.5 ปี	-.07237	.14653	.622	-.3625	.2178
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.16667	.24584	.499	-.3201	.6535
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.04259	.22740	.852	-.4077	.4929
		มากกว่า 3.5 ปี	.09430	.21365	.660	-.3288	.5173

	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.12407	.16593	.456	-.2045	.4526
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.04259	.22740	.852	-.4929	.4077
		มากกว่า 3.5 ปี	.05171	.11288	.648	-.1718	.2752
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.07237	.14653	.622	-.2178	.3625
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.09430	.21365	.660	-.5173	.3288
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.05171	.11288	.648	-.2752	.1718
MO	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.04286	.26413	.871	-.4801	.5659
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.00529	.17827	.976	-.3583	.3477
		มากกว่า 3.5 ปี	-.07820	.15743	.620	-.3899	.2335
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.04286	.26413	.871	-.5659	.4801
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.04815	.24431	.844	-.5319	.4356
		มากกว่า 3.5 ปี	-.12105	.22954	.599	-.5756	.3335
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.00529	.17827	.976	-.3477	.3583
		น้อยกว่า 6 เดือน	.04815	.24431	.844	-.4356	.5319
		มากกว่า 3.5 ปี	-.07290	.12127	.549	-.3130	.1672
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.07820	.15743	.620	-.2335	.3899
		น้อยกว่า 6 เดือน	.12105	.22954	.599	-.3335	.5756
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.07290	.12127	.549	-.1672	.3130
ACAP	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.17381	.31837	.586	-.8042	.4566
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.07063	.21488	.743	-.3549	.4961
		มากกว่า 3.5 ปี	-.05583	.18976	.769	-.4316	.3199
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.17381	.31837	.586	-.4566	.8042
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.24444	.29448	.408	-.3387	.8275
		มากกว่า 3.5 ปี	.11798	.27668	.671	-.4299	.6658
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.07063	.21488	.743	-.4961	.3549
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.24444	.29448	.408	-.8275	.3387
		มากกว่า 3.5 ปี	-.12646	.14618	.389	-.4159	.1630
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.05583	.18976	.769	-.3199	.4316
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.11798	.27668	.671	-.6658	.4299
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.12646	.14618	.389	-.1630	.4159

Grit	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.11905	.23259	.610	-.3415	.5796
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.16720	.15699	.289	-.1437	.4780
		มากกว่า 3.5 ปี	.07256	.13863	.602	-.2019	.3471
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.11905	.23259	.610	-.5796	.3415
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.04815	.21514	.823	-.3778	.4741
		มากกว่า 3.5 ปี	-.04649	.20213	.818	-.4467	.3538
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.16720	.15699	.289	-.4780	.1437
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.04815	.21514	.823	-.4741	.3778
		มากกว่า 3.5 ปี	-.09464	.10679	.377	-.3061	.1168
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.07256	.13863	.602	-.3471	.2019
		น้อยกว่า 6 เดือน	.04649	.20213	.818	-.3538	.4467
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.09464	.10679	.377	-.1168	.3061
EO1	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.262	.546	.632	-1.34	.82
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.146	.368	.694	-.58	.87
		มากกว่า 3.5 ปี	.242	.325	.458	-.40	.89
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.262	.546	.632	-.82	1.34
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.407	.505	.421	-.59	1.41
		มากกว่า 3.5 ปี	.504	.474	.290	-.43	1.44
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.146	.368	.694	-.87	.58
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.407	.505	.421	-1.41	.59
		มากกว่า 3.5 ปี	.097	.251	.699	-.40	.59
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.242	.325	.458	-.89	.40
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.504	.474	.290	-1.44	.43
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.097	.251	.699	-.59	.40
EO2	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.429	.431	.322	-1.28	.42
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.429	.291	.143	-1.00	.15
		มากกว่า 3.5 ปี	-.284	.257	.271	-.79	.22
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.429	.431	.322	-.42	1.28
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.000	.399	1.000	-.79	.79
		มากกว่า 3.5 ปี	.145	.375	.700	-.60	.89

	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.429	.291	.143	-.15	1.00
		น้อยกว่า 6 เดือน	.000	.399	1.000	-.79	.79
		มากกว่า 3.5 ปี	.145	.198	.466	-.25	.54
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.284	.257	.271	-.22	.79
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.145	.375	.700	-.89	.60
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.145	.198	.466	-.54	.25
EO3	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.167	.454	.714	-1.07	.73
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.370	.307	.230	-.98	.24
		มากกว่า 3.5 ปี	-.158	.271	.561	-.69	.38
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.167	.454	.714	-.73	1.07
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.204	.420	.629	-1.04	.63
		มากกว่า 3.5 ปี	.009	.395	.982	-.77	.79
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.370	.307	.230	-.24	.98
		น้อยกว่า 6 เดือน	.204	.420	.629	-.63	1.04
		มากกว่า 3.5 ปี	.212	.209	.311	-.20	.63
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.158	.271	.561	-.38	.69
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.009	.395	.982	-.79	.77
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.212	.209	.311	-.63	.20
EO4	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.095	.294	.747	-.68	.49
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.132	.199	.507	-.53	.26
		มากกว่า 3.5 ปี	.045	.176	.798	-.30	.39
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.095	.294	.747	-.49	.68
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.037	.272	.892	-.58	.50
		มากกว่า 3.5 ปี	.140	.256	.584	-.37	.65
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.132	.199	.507	-.26	.53
		น้อยกว่า 6 เดือน	.037	.272	.892	-.50	.58
		มากกว่า 3.5 ปี	.177	.135	.192	-.09	.45
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.045	.176	.798	-.39	.30
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.140	.256	.584	-.65	.37
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.177	.135	.192	-.45	.09

EO5	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-0.024	.387	.951	-.79	.74
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-0.005	.261	.984	-.52	.51
		มากกว่า 3.5 ปี	-0.028	.230	.903	-.48	.43
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.024	.387	.951	-.74	.79
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.019	.358	.959	-.69	.73
		มากกว่า 3.5 ปี	-.004	.336	.990	-.67	.66
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.005	.261	.984	-.51	.52
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.019	.358	.959	-.73	.69
		มากกว่า 3.5 ปี	-.023	.178	.898	-.37	.33
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.028	.230	.903	-.43	.48
		น้อยกว่า 6 เดือน	.004	.336	.990	-.66	.67
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.023	.178	.898	-.33	.37
EO6	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.310	.476	.517	-1.25	.63
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.079	.321	.805	-.56	.72
		มากกว่า 3.5 ปี	.015	.284	.958	-.55	.58
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.310	.476	.517	-.63	1.25
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.389	.440	.379	-.48	1.26
		มากกว่า 3.5 ปี	.325	.414	.434	-.49	1.14
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.079	.321	.805	-.72	.56
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.389	.440	.379	-1.26	.48
		มากกว่า 3.5 ปี	-.064	.219	.769	-.50	.37
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.015	.284	.958	-.58	.55
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.325	.414	.434	-1.14	.49
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.064	.219	.769	-.37	.50
EO7	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.476	.445	.286	-1.36	.40
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.198	.300	.510	-.79	.40
		มากกว่า 3.5 ปี	-.445	.265	.095	-.97	.08
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.476	.445	.286	-.40	1.36
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.278	.411	.501	-.54	1.09
		มากกว่า 3.5 ปี	.031	.386	.937	-.73	.80

	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.198	.300	.510	-.40	.79
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.278	.411	.501	-1.09	.54
		มากกว่า 3.5 ปี	-.247	.204	.228	-.65	.16
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.445	.265	.095	-.08	.97
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.031	.386	.937	-.80	.73
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.247	.204	.228	-.16	.65
EO8	ยังไม่เริ่มดำเนิน	น้อยกว่า 6 เดือน	-.143	.302	.637	-.74	.46
	ธุรกิจ	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.050	.204	.806	-.45	.35
		มากกว่า 3.5 ปี	-.051	.180	.778	-.41	.31
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.143	.302	.637	-.46	.74
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.093	.279	.741	-.46	.65
		มากกว่า 3.5 ปี	.092	.262	.726	-.43	.61
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.050	.204	.806	-.35	.45
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.093	.279	.741	-.65	.46
		มากกว่า 3.5 ปี	.000	.139	.997	-.28	.27
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.051	.180	.778	-.31	.41
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.092	.262	.726	-.61	.43
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.000	.139	.997	-.27	.28
EO9	ยังไม่เริ่มดำเนิน	น้อยกว่า 6 เดือน	.048	.363	.896	-.67	.77
	ธุรกิจ	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.193	.245	.432	-.68	.29
		มากกว่า 3.5 ปี	-.088	.216	.684	-.52	.34
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.048	.363	.896	-.77	.67
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.241	.335	.474	-.91	.42
		มากกว่า 3.5 ปี	-.136	.315	.667	-.76	.49
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.193	.245	.432	-.29	.68
		น้อยกว่า 6 เดือน	.241	.335	.474	-.42	.91
		มากกว่า 3.5 ปี	.105	.167	.530	-.22	.43
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.088	.216	.684	-.34	.52
		น้อยกว่า 6 เดือน	.136	.315	.667	-.49	.76
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.105	.167	.530	-.43	.22

EO10	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.190	.356	.594	-.52	.90
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.087	.241	.717	-.56	.39
		มากกว่า 3.5 ปี	.028	.212	.895	-.39	.45
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.190	.356	.594	-.90	.52
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.278	.330	.401	-.93	.38
		มากกว่า 3.5 ปี	-.162	.310	.601	-.78	.45
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.087	.241	.717	-.39	.56
		น้อยกว่า 6 เดือน	.278	.330	.401	-.38	.93
		มากกว่า 3.5 ปี	.115	.164	.482	-.21	.44
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.028	.212	.895	-.45	.39
		น้อยกว่า 6 เดือน	.162	.310	.601	-.45	.78
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.115	.164	.482	-.44	.21
MO1	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.143	.409	.728	-.95	.67
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.013	.276	.962	-.56	.53
		มากกว่า 3.5 ปี	.094	.244	.701	-.39	.58
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.143	.409	.728	-.67	.95
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.130	.379	.733	-.62	.88
		มากกว่า 3.5 ปี	.237	.356	.507	-.47	.94
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.013	.276	.962	-.53	.56
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.130	.379	.733	-.88	.62
		มากกว่า 3.5 ปี	.107	.188	.569	-.26	.48
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.094	.244	.701	-.58	.39
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.237	.356	.507	-.94	.47
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.107	.188	.569	-.48	.26
MO2	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.286	.439	.516	-.58	1.15
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.138	.296	.643	-.45	.72
		มากกว่า 3.5 ปี	.259	.262	.323	-.26	.78
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.286	.439	.516	-1.15	.58
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.148	.406	.716	-.95	.66
		มากกว่า 3.5 ปี	-.026	.381	.945	-.78	.73

MO5	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-0.262	.380	.492	-1.01	.49
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-0.151	.256	.558	-.66	.36
		มากกว่า 3.5 ปี	-0.152	.226	.503	-.60	.30
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.262	.380	.492	-.49	1.01
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.111	.351	.752	-.58	.81
		มากกว่า 3.5 ปี	.110	.330	.740	-.54	.76
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.151	.256	.558	-.36	.66
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.111	.351	.752	-.81	.58
		มากกว่า 3.5 ปี	-.001	.174	.993	-.35	.34
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.152	.226	.503	-.30	.60
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.110	.330	.740	-.76	.54
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.001	.174	.993	-.34	.35
MO6	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.048	.444	.915	-.93	.83
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.323	.299	.283	-.27	.92
		มากกว่า 3.5 ปี	.180	.264	.496	-.34	.70
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.048	.444	.915	-.83	.93
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.370	.410	.368	-.44	1.18
		มากกว่า 3.5 ปี	.228	.385	.555	-.54	.99
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.323	.299	.283	-.92	.27
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.370	.410	.368	-1.18	.44
		มากกว่า 3.5 ปี	-.142	.204	.486	-.55	.26
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.180	.264	.496	-.70	.34
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.228	.385	.555	-.99	.54
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.142	.204	.486	-.26	.55
MO7	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.095	.411	.817	-.72	.91
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.354	.277	.203	-.19	.90
		มากกว่า 3.5 ปี	.139	.245	.571	-.35	.62
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.095	.411	.817	-.91	.72
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.259	.380	.496	-.49	1.01
		มากกว่า 3.5 ปี	.044	.357	.902	-.66	.75

	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		น้อยกว่า 6 เดือน							
		มากกว่า 3.5 ปี							
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		น้อยกว่า 6 เดือน							
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี							
MO8	ยังไม่เริ่มดำเนิน	น้อยกว่า 6 เดือน							
	ธุรกิจ	6 เดือน ถึง 3.5 ปี							
		มากกว่า 3.5 ปี							
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี							
		มากกว่า 3.5 ปี							
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		น้อยกว่า 6 เดือน							
		มากกว่า 3.5 ปี							
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		น้อยกว่า 6 เดือน							
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี							
MO9	ยังไม่เริ่มดำเนิน	น้อยกว่า 6 เดือน							
	ธุรกิจ	6 เดือน ถึง 3.5 ปี							
		มากกว่า 3.5 ปี							
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี							
		มากกว่า 3.5 ปี							
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		น้อยกว่า 6 เดือน							
		มากกว่า 3.5 ปี							
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		น้อยกว่า 6 เดือน							
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี							

MO10	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.238	.547	.664	-.85	1.32
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.132	.369	.721	-.86	.60
		มากกว่า 3.5 ปี	-.205	.326	.531	-.85	.44
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.238	.547	.664	-1.32	.85
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.370	.506	.466	-1.37	.63
		มากกว่า 3.5 ปี	-.443	.475	.353	-1.38	.50
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.132	.369	.721	-.60	.86
		น้อยกว่า 6 เดือน	.370	.506	.466	-.63	1.37
		มากกว่า 3.5 ปี	-.073	.251	.773	-.57	.42
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.205	.326	.531	-.44	.85
		น้อยกว่า 6 เดือน	.443	.475	.353	-.50	1.38
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.073	.251	.773	-.42	.57
MO11	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.143	.383	.710	-.90	.62
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.180	.259	.488	-.69	.33
		มากกว่า 3.5 ปี	-.406	.228	.078	-.86	.05
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.143	.383	.710	-.62	.90
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.037	.354	.917	-.74	.66
		มากกว่า 3.5 ปี	-.263	.333	.431	-.92	.40
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.180	.259	.488	-.33	.69
		น้อยกว่า 6 เดือน	.037	.354	.917	-.66	.74
		มากกว่า 3.5 ปี	-.226	.176	.201	-.57	.12
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.406	.228	.078	-.05	.86
		น้อยกว่า 6 เดือน	.263	.333	.431	-.40	.92
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.226	.176	.201	-.12	.57
MO12	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.238	.414	.567	-.58	1.06
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.040	.280	.887	-.59	.51
		มากกว่า 3.5 ปี	-.113	.247	.649	-.60	.38
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.238	.414	.567	-1.06	.58
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.278	.383	.470	-1.04	.48
		มากกว่า 3.5 ปี	-.351	.360	.332	-1.06	.36

	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.040	.280	.887	-.51	.59
		น้อยกว่า 6 เดือน	.278	.383	.470	-.48	1.04
		มากกว่า 3.5 ปี	-.073	.190	.702	-.45	.30
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.113	.247	.649	-.38	.60
		น้อยกว่า 6 เดือน	.351	.360	.332	-.36	1.06
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.073	.190	.702	-.30	.45
MO13	ยังไม่เริ่มดำเนิน	น้อยกว่า 6 เดือน	.214	.417	.609	-.61	1.04
	ธุรกิจ	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.325	.282	.250	-.23	.88
		มากกว่า 3.5 ปี	.017	.249	.946	-.48	.51
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.214	.417	.609	-1.04	.61
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.111	.386	.774	-.65	.88
		มากกว่า 3.5 ปี	-.197	.363	.587	-.92	.52
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.325	.282	.250	-.88	.23
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.111	.386	.774	-.88	.65
		มากกว่า 3.5 ปี	-.308	.192	.110	-.69	.07
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.017	.249	.946	-.51	.48
		น้อยกว่า 6 เดือน	.197	.363	.587	-.52	.92
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.308	.192	.110	-.07	.69
MO14	ยังไม่เริ่มดำเนิน	น้อยกว่า 6 เดือน	-.143	.300	.635	-.74	.45
	ธุรกิจ	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.013	.202	.948	-.41	.39
		มากกว่า 3.5 ปี	-.261	.179	.146	-.62	.09
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.143	.300	.635	-.45	.74
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.130	.277	.641	-.42	.68
		มากกว่า 3.5 ปี	-.118	.261	.650	-.63	.40
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.013	.202	.948	-.39	.41
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.130	.277	.641	-.68	.42
		มากกว่า 3.5 ปี	-.248	.138	.074	-.52	.02
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.261	.179	.146	-.09	.62
		น้อยกว่า 6 เดือน	.118	.261	.650	-.40	.63
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.248	.138	.074	-.02	.52

MO15	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-0.333	.385	.389	-1.10	.43
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-0.185	.260	.478	-.70	.33
		มากกว่า 3.5 ปี	-0.171	.230	.458	-.63	.28
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.333	.385	.389	-.43	1.10
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.148	.356	.678	-.56	.85
		มากกว่า 3.5 ปี	.162	.335	.629	-.50	.83
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.185	.260	.478	-.33	.70
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.148	.356	.678	-.85	.56
		มากกว่า 3.5 ปี	.014	.177	.936	-.34	.36
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.171	.230	.458	-.28	.63
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.162	.335	.629	-.83	.50
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.014	.177	.936	-.36	.34
MO16	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-0.024	.375	.950	-.77	.72
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-0.153	.253	.546	-.66	.35
		มากกว่า 3.5 ปี	-0.107	.224	.633	-.55	.34
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.024	.375	.950	-.72	.77
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.130	.347	.710	-.82	.56
		มากกว่า 3.5 ปี	-.083	.326	.799	-.73	.56
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.153	.253	.546	-.35	.66
		น้อยกว่า 6 เดือน	.130	.347	.710	-.56	.82
		มากกว่า 3.5 ปี	.046	.172	.789	-.29	.39
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.107	.224	.633	-.34	.55
		น้อยกว่า 6 เดือน	.083	.326	.799	-.56	.73
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.046	.172	.789	-.39	.29
MO17	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.071	.265	.788	-.45	.60
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.021	.179	.906	-.38	.33
		มากกว่า 3.5 ปี	-.192	.158	.228	-.50	.12
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.071	.265	.788	-.60	.45
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.093	.245	.707	-.58	.39
		มากกว่า 3.5 ปี	-.263	.231	.256	-.72	.19

	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.021	.179	.906	-.33	.38
		น้อยกว่า 6 เดือน	.093	.245	.707	-.39	.58
		มากกว่า 3.5 ปี	-.171	.122	.164	-.41	.07
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.192	.158	.228	-.12	.50
		น้อยกว่า 6 เดือน	.263	.231	.256	-.19	.72
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.171	.122	.164	-.07	.41
MO18	ยังไม่เริ่มดำเนิน	น้อยกว่า 6 เดือน	-.143	.424	.737	-.98	.70
	ธุรกิจ	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.291	.286	.311	-.86	.28
		มากกว่า 3.5 ปี	-.314	.253	.217	-.81	.19
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.143	.424	.737	-.70	.98
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.148	.392	.706	-.92	.63
		มากกว่า 3.5 ปี	-.171	.369	.643	-.90	.56
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.291	.286	.311	-.28	.86
		น้อยกว่า 6 เดือน	.148	.392	.706	-.63	.92
		มากกว่า 3.5 ปี	-.023	.195	.907	-.41	.36
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.314	.253	.217	-.19	.81
		น้อยกว่า 6 เดือน	.171	.369	.643	-.56	.90
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.023	.195	.907	-.36	.41
ACAP1	ยังไม่เริ่มดำเนิน	น้อยกว่า 6 เดือน	.238	.383	.535	-.52	1.00
	ธุรกิจ	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.114	.258	.661	-.63	.40
		มากกว่า 3.5 ปี	-.284	.228	.216	-.74	.17
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.238	.383	.535	-1.00	.52
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.352	.354	.322	-1.05	.35
		มากกว่า 3.5 ปี	-.522	.333	.119	-1.18	.14
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.114	.258	.661	-.40	.63
		น้อยกว่า 6 เดือน	.352	.354	.322	-.35	1.05
		มากกว่า 3.5 ปี	-.170	.176	.335	-.52	.18
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.284	.228	.216	-.17	.74
		น้อยกว่า 6 เดือน	.522	.333	.119	-.14	1.18
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.170	.176	.335	-.18	.52

ACAP2	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-0.119	.514	.817	-1.14	.90
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-0.026	.347	.939	-.71	.66
		มากกว่า 3.5 ปี	-.273	.306	.375	-.88	.33
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.119	.514	.817	-.90	1.14
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.093	.475	.846	-.85	1.03
		มากกว่า 3.5 ปี	-.154	.446	.732	-1.04	.73
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.026	.347	.939	-.66	.71
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.093	.475	.846	-1.03	.85
		มากกว่า 3.5 ปี	-.246	.236	.299	-.71	.22
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.273	.306	.375	-.33	.88
		น้อยกว่า 6 เดือน	.154	.446	.732	-.73	1.04
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.246	.236	.299	-.22	.71
ACAP3	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.024	.485	.961	-.94	.98
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.180	.327	.584	-.83	.47
		มากกว่า 3.5 ปี	-.143	.289	.622	-.72	.43
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.024	.485	.961	-.98	.94
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.204	.449	.651	-1.09	.68
		มากกว่า 3.5 ปี	-.167	.421	.693	-1.00	.67
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.180	.327	.584	-.47	.83
		น้อยกว่า 6 เดือน	.204	.449	.651	-.68	1.09
		มากกว่า 3.5 ปี	.037	.223	.868	-.40	.48
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.143	.289	.622	-.43	.72
		น้อยกว่า 6 เดือน	.167	.421	.693	-.67	1.00
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.037	.223	.868	-.48	.40
ACAP4	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.286	.425	.502	-.56	1.13
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.249	.287	.387	-.32	.82
		มากกว่า 3.5 ปี	.194	.253	.446	-.31	.69
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.286	.425	.502	-1.13	.56
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.037	.393	.925	-.81	.74
		มากกว่า 3.5 ปี	-.092	.369	.803	-.82	.64

	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		น้อยกว่า 6 เดือน							
		มากกว่า 3.5 ปี							
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		น้อยกว่า 6 เดือน							
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี							
ACAP5	ยังไม่เริ่มดำเนิน	น้อยกว่า 6 เดือน							
	ธุรกิจ	6 เดือน ถึง 3.5 ปี							
		มากกว่า 3.5 ปี							
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี							
		มากกว่า 3.5 ปี							
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		น้อยกว่า 6 เดือน							
		มากกว่า 3.5 ปี							
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		น้อยกว่า 6 เดือน							
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี							
ACAP6	ยังไม่เริ่มดำเนิน	น้อยกว่า 6 เดือน							
	ธุรกิจ	6 เดือน ถึง 3.5 ปี							
		มากกว่า 3.5 ปี							
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี							
		มากกว่า 3.5 ปี							
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		น้อยกว่า 6 เดือน							
		มากกว่า 3.5 ปี							
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ							
		น้อยกว่า 6 เดือน							
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี							

ACAP7	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-0.167	.537	.757	-1.23	.90
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.296	.362	.415	-.42	1.01
		มากกว่า 3.5 ปี	.079	.320	.806	-.55	.71
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.167	.537	.757	-.90	1.23
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.463	.496	.353	-.52	1.45
		มากกว่า 3.5 ปี	.246	.466	.599	-.68	1.17
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.296	.362	.415	-1.01	.42
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.463	.496	.353	-1.45	.52
		มากกว่า 3.5 ปี	-.217	.246	.380	-.71	.27
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.079	.320	.806	-.71	.55
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.246	.466	.599	-1.17	.68
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.217	.246	.380	-.27	.71
ACAP8	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.119	.447	.791	-1.00	.77
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.511	.302	.093	-.09	1.11
		มากกว่า 3.5 ปี	.346	.267	.197	-.18	.87
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.119	.447	.791	-.77	1.00
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.630	.414	.131	-.19	1.45
		มากกว่า 3.5 ปี	.465	.389	.234	-.30	1.23
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.511	.302	.093	-1.11	.09
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.630	.414	.131	-1.45	.19
		มากกว่า 3.5 ปี	-.165	.205	.424	-.57	.24
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.346	.267	.197	-.87	.18
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.465	.389	.234	-1.23	.30
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.165	.205	.424	-.24	.57
ACAP9	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.143	.397	.720	-.93	.64
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.032	.268	.906	-.56	.50
		มากกว่า 3.5 ปี	-.051	.237	.831	-.52	.42
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.143	.397	.720	-.64	.93
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.111	.367	.763	-.62	.84
		มากกว่า 3.5 ปี	.092	.345	.790	-.59	.78

	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.032	.268	.906	-.50	.56
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.111	.367	.763	-.84	.62
		มากกว่า 3.5 ปี	-.019	.182	.917	-.38	.34
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.051	.237	.831	-.42	.52
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.092	.345	.790	-.78	.59
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.019	.182	.917	-.34	.38
ACAP10	ยังไม่เริ่มดำเนิน	น้อยกว่า 6 เดือน	-.238	.396	.549	-1.02	.55
	ธุรกิจ	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.114	.268	.671	-.42	.64
		มากกว่า 3.5 ปี	-.137	.236	.562	-.60	.33
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.238	.396	.549	-.55	1.02
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.352	.367	.339	-.37	1.08
		มากกว่า 3.5 ปี	.101	.344	.770	-.58	.78
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.114	.268	.671	-.64	.42
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.352	.367	.339	-1.08	.37
		มากกว่า 3.5 ปี	-.251	.182	.170	-.61	.11
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.137	.236	.562	-.33	.60
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.101	.344	.770	-.78	.58
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.251	.182	.170	-.11	.61
ACAP11	ยังไม่เริ่มดำเนิน	น้อยกว่า 6 เดือน	-.310	.405	.447	-1.11	.49
	ธุรกิจ	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.032	.274	.908	-.57	.51
		มากกว่า 3.5 ปี	-.182	.242	.452	-.66	.30
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.310	.405	.447	-.49	1.11
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.278	.375	.460	-.46	1.02
		มากกว่า 3.5 ปี	.127	.352	.719	-.57	.82
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.032	.274	.908	-.51	.57
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.278	.375	.460	-1.02	.46
		มากกว่า 3.5 ปี	-.151	.186	.420	-.52	.22
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.182	.242	.452	-.30	.66
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.127	.352	.719	-.82	.57
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.151	.186	.420	-.22	.52

ACAP12	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-0.619	.480	.200	-1.57	.33
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-0.101	.324	.757	-.74	.54
		มากกว่า 3.5 ปี	-.246	.286	.391	-.81	.32
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.619	.480	.200	-.33	1.57
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.519	.444	.245	-.36	1.40
		มากกว่า 3.5 ปี	.373	.417	.373	-.45	1.20
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.101	.324	.757	-.54	.74
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.519	.444	.245	-1.40	.36
		มากกว่า 3.5 ปี	-.146	.220	.510	-.58	.29
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.246	.286	.391	-.32	.81
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.373	.417	.373	-1.20	.45
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.146	.220	.510	-.29	.58
ACAP13	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.238	.433	.583	-1.09	.62
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.040	.292	.892	-.54	.62
		มากกว่า 3.5 ปี	-.177	.258	.495	-.69	.33
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.238	.433	.583	-.62	1.09
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.278	.400	.489	-.51	1.07
		มากกว่า 3.5 ปี	.061	.376	.871	-.68	.81
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.040	.292	.892	-.62	.54
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.278	.400	.489	-1.07	.51
		มากกว่า 3.5 ปี	-.216	.199	.278	-.61	.18
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.177	.258	.495	-.33	.69
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.061	.376	.871	-.81	.68
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.216	.199	.278	-.18	.61
ACAP14	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.476	.428	.269	-1.32	.37
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.143	.289	.622	-.72	.43
		มากกว่า 3.5 ปี	-.274	.255	.285	-.78	.23
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.476	.428	.269	-.37	1.32
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.333	.396	.402	-.45	1.12
		มากกว่า 3.5 ปี	.202	.372	.589	-.54	.94

	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.143	.289	.622	-.43	.72
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.333	.396	.402	-1.12	.45
		มากกว่า 3.5 ปี	-.132	.197	.505	-.52	.26
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.274	.255	.285	-.23	.78
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.202	.372	.589	-.94	.54
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.132	.197	.505	-.26	.52
GRIT1	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.476	.440	.281	-.40	1.35
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.143	.297	.631	-.45	.73
		มากกว่า 3.5 ปี	.380	.262	.150	-.14	.90
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.476	.440	.281	-1.35	.40
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.333	.407	.414	-1.14	.47
		มากกว่า 3.5 ปี	-.096	.382	.801	-.85	.66
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.143	.297	.631	-.73	.45
		น้อยกว่า 6 เดือน	.333	.407	.414	-.47	1.14
		มากกว่า 3.5 ปี	.237	.202	.243	-.16	.64
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.380	.262	.150	-.90	.14
		น้อยกว่า 6 เดือน	.096	.382	.801	-.66	.85
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.237	.202	.243	-.64	.16
GRIT2	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.333	.377	.378	-1.08	.41
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.259	.254	.310	-.76	.24
		มากกว่า 3.5 ปี	-.408	.224	.072	-.85	.04
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.333	.377	.378	-.41	1.08
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.074	.348	.832	-.62	.76
		มากกว่า 3.5 ปี	-.075	.327	.820	-.72	.57
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.259	.254	.310	-.24	.76
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.074	.348	.832	-.76	.62
		มากกว่า 3.5 ปี	-.149	.173	.392	-.49	.19
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.408	.224	.072	-.04	.85
		น้อยกว่า 6 เดือน	.075	.327	.820	-.57	.72
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.149	.173	.392	-.19	.49

GRIT3	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.238	.539	.659	-.83	1.30
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.442	.364	.227	-.28	1.16
		มากกว่า 3.5 ปี	-.415	.321	.198	-1.05	.22
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.238	.539	.659	-1.30	.83
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.204	.498	.683	-.78	1.19
		มากกว่า 3.5 ปี	-.654	.468	.165	-1.58	.27
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.442	.364	.227	-1.16	.28
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.204	.498	.683	-1.19	.78
		มากกว่า 3.5 ปี	-.857*	.247	.001	-1.35	-.37
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.415	.321	.198	-.22	1.05
		น้อยกว่า 6 เดือน	.654	.468	.165	-.27	1.58
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.857*	.247	.001	.37	1.35
GRIT4	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	.024	.531	.964	-1.03	1.08
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.310	.358	.389	-1.02	.40
		มากกว่า 3.5 ปี	-.551	.316	.084	-1.18	.08
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.024	.531	.964	-1.08	1.03
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.333	.491	.499	-1.31	.64
		มากกว่า 3.5 ปี	-.575	.461	.216	-1.49	.34
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.310	.358	.389	-.40	1.02
		น้อยกว่า 6 เดือน	.333	.491	.499	-.64	1.31
		มากกว่า 3.5 ปี	-.241	.244	.324	-.72	.24
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.551	.316	.084	-.08	1.18
		น้อยกว่า 6 เดือน	.575	.461	.216	-.34	1.49
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.241	.244	.324	-.24	.72
GRIT5	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-.714	.509	.163	-1.72	.29
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.251	.344	.466	-.93	.43
		มากกว่า 3.5 ปี	-.754*	.304	.014	-1.35	-.15
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.714	.509	.163	-.29	1.72
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.463	.471	.328	-.47	1.40
		มากกว่า 3.5 ปี	-.039	.443	.929	-.92	.84

	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.251	.344	.466	-.43	.93
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.463	.471	.328	-1.40	.47
		มากกว่า 3.5 ปี	-.502*	.234	.034	-.97	-.04
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.754*	.304	.014	.15	1.35
		น้อยกว่า 6 เดือน	.039	.443	.929	-.84	.92
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.502*	.234	.034	.04	.97
GRIT6	ยังไม่เริ่มดำเนิน	น้อยกว่า 6 เดือน	.143	.591	.810	-1.03	1.31
	ธุรกิจ	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.421	.399	.294	-.37	1.21
		มากกว่า 3.5 ปี	-.541	.352	.127	-1.24	.16
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.143	.591	.810	-1.31	1.03
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.278	.547	.613	-.81	1.36
		มากกว่า 3.5 ปี	-.684	.514	.186	-1.70	.33
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.421	.399	.294	-1.21	.37
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.278	.547	.613	-1.36	.81
		มากกว่า 3.5 ปี	-.962*	.272	.001	-1.50	-.42
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.541	.352	.127	-.16	1.24
		น้อยกว่า 6 เดือน	.684	.514	.186	-.33	1.70
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.962*	.272	.001	.42	1.50
GRIT7	ยังไม่เริ่มดำเนิน	น้อยกว่า 6 เดือน	.357	.532	.503	-.70	1.41
	ธุรกิจ	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.042	.359	.906	-.67	.75
		มากกว่า 3.5 ปี	-1.340*	.317	.000	-1.97	-.71
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.357	.532	.503	-1.41	.70
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	-.315	.492	.523	-1.29	.66
		มากกว่า 3.5 ปี	-1.697*	.462	.000	-2.61	-.78
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.042	.359	.906	-.75	.67
		น้อยกว่า 6 เดือน	.315	.492	.523	-.66	1.29
		มากกว่า 3.5 ปี	-1.383*	.244	.000	-1.87	-.90
	มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	1.340*	.317	.000	.71	1.97
		น้อยกว่า 6 เดือน	1.697*	.462	.000	.78	2.61
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	1.383*	.244	.000	.90	1.87

GRIT8	ยังไม่เริ่มดำเนิน ธุรกิจ	น้อยกว่า 6 เดือน	-1.90	.507	.708	-1.20	.81
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.217	.342	.528	-.46	.90
		มากกว่า 3.5 ปี	.195	.302	.519	-.40	.79
	น้อยกว่า 6 เดือน	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	.190	.507	.708	-.81	1.20
		6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.407	.469	.387	-.52	1.34
		มากกว่า 3.5 ปี	.386	.441	.383	-.49	1.26
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.217	.342	.528	-.90	.46
		น้อยกว่า 6 เดือน	-.407	.469	.387	-1.34	.52
		มากกว่า 3.5 ปี	-.021	.233	.927	-.48	.44
มากกว่า 3.5 ปี	ยังไม่เริ่มดำเนินธุรกิจ	-.195	.302	.519	-.79	.40	
	น้อยกว่า 6 เดือน	-.386	.441	.383	-1.26	.49	
	6 เดือน ถึง 3.5 ปี	.021	.233	.927	-.44	.48	

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.



การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (T-test) ระหว่างกลุ่มที่มีระยะเวลาประกอบธุรกิจน้อยกว่า 3.5 ปี และมากกว่า 3.5 ปี

Group Statistics

	BizAge	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Overall	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.9340	.39578	.05773
	มากกว่า 3.5 ปี	76	3.9671	.41517	.04762
EO	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.1426	.45671	.06662
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.1224	.52652	.06040
MO	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.1404	.57281	.08355
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.2211	.51363	.05892
ACAP	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.9745	.60234	.08786
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.0487	.67597	.07754
Grit	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.2745	.41727	.06087
	มากกว่า 3.5 ปี	76	3.3132	.50711	.05817
EO1	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.02	.921	.134
	มากกว่า 3.5 ปี	76	3.83	1.215	.139
EO2	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.87	.850	.124
	มากกว่า 3.5 ปี	76	3.86	.905	.104
EO3	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.23	.914	.133
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.16	.939	.108
EO4	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.66	.522	.076
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.53	.642	.074
EO5	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.15	.807	.118
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.17	.773	.089
EO6	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.85	1.000	.146
	มากกว่า 3.5 ปี	76	3.84	.953	.109
EO7	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.53	1.100	.161
	มากกว่า 3.5 ปี	76	3.80	.766	.088
EO8	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.40	.538	.078
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.41	.657	.075
EO9	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.32	.755	.110

	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.30	.731	.084
EO10	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.38	.709	.103
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.33	.737	.085
MO1	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.38	.874	.127
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.26	.806	.092
MO2	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.17	.868	.127
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.03	.909	.104
MO3	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.15	.884	.129
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.11	.842	.097
MO4	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.11	.866	.126
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.25	.768	.088
MO5	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.19	.711	.104
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.22	.810	.093
MO6	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.11	.938	.137
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.11	.888	.102
MO7	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.21	.931	.136
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.29	.780	.089
MO8	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.26	.871	.127
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.24	.798	.092
MO9	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.89	.938	.137
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.11	.776	.089
MO10	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.62	1.054	.154
	มากกว่า 3.5 ปี	76	3.78	1.150	.132
MO11	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.98	.872	.127
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.26	.719	.082
MO12	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.06	.942	.137
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.18	.778	.089
MO13	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.00	.909	.133
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.20	.817	.094
MO14	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.38	.739	.108

	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.62	.516	.059
MO15	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.15	.807	.118
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.17	.773	.089
MO16	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.23	.758	.111
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.25	.768	.088
MO17	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.57	.651	.095
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.76	.458	.053
MO18	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.04	.955	.139
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.17	.806	.093
ACAP1	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.11	.840	.123
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.36	.743	.085
ACAP2	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.74	1.113	.162
	มากกว่า 3.5 ปี	76	3.99	1.000	.115
ACAP3	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.96	1.042	.152
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.00	.952	.109
ACAP4	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.11	.914	.133
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.09	.836	.096
ACAP5	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.34	.788	.115
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.14	.844	.097
ACAP6	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.21	.931	.136
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.11	.888	.102
ACAP7	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.85	1.083	.158
	มากกว่า 3.5 ปี	76	3.92	1.105	.127
ACAP8	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.94	.942	.137
	มากกว่า 3.5 ปี	76	3.87	.914	.105
ACAP9	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.89	.699	.102
	มากกว่า 3.5 ปี	76	3.91	.867	.099
ACAP10	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.89	.840	.123
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.07	.789	.090
ACAP11	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.91	.830	.121

	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.04	.824	.094
ACAP12	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.85	1.021	.149
	มากกว่า 3.5 ปี	76	3.96	.958	.110
ACAP13	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.94	.818	.119
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.11	.918	.105
ACAP14	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.00	.909	.133
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.13	.854	.098
GRIT1	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	2.00	.909	.133
	มากกว่า 3.5 ปี	76	1.76	.892	.102
GRIT2	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.19	.770	.112
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.41	.769	.088
GRIT3	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	1.79	.883	.129
	มากกว่า 3.5 ปี	76	2.49	1.216	.140
GRIT4	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	3.53	1.100	.161
	มากกว่า 3.5 ปี	76	3.91	1.073	.123
GRIT5	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	2.02	.944	.138
	มากกว่า 3.5 ปี	76	2.54	1.101	.126
GRIT6	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	2.38	1.012	.148
	มากกว่า 3.5 ปี	76	3.18	1.314	.151
GRIT7	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	2.79	1.197	.175
	มากกว่า 3.5 ปี	76	4.20	1.007	.116
GRIT8	น้อยกว่า 3.5 ปี	47	4.04	.884	.129
	มากกว่า 3.5 ปี	76	3.95	1.118	.128

ผลการทดสอบ

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					
	F	Sig.	t	Sig.	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
				(2- tailed)			Lower	Upper
Overall	0.384	0.536	-0.437	0.663	-0.033	0.076	-0.183	0.117
EO	0.570	0.452	0.217	0.829	0.020	0.093	-0.164	0.204
MO	0.517	0.474	-0.809	0.420	-0.081	0.100	-0.278	0.117
ACAP	1.404	0.238	-0.616	0.539	-0.074	0.120	-0.313	0.164
Grit	2.540	0.114	-0.439	0.661	-0.039	0.088	-0.213	0.136
EO1	5.241	0.024	0.932	0.353	0.192	0.206	-0.216	0.601
EO2	0.543	0.463	0.104	0.917	0.017	0.164	-0.308	0.342
EO3	0.005	0.942	0.442	0.660	0.076	0.172	-0.265	0.418
EO4	5.040	0.027	1.198	0.233	0.133	0.111	-0.087	0.354
EO5	0.001	0.974	-0.152	0.880	-0.022	0.146	-0.311	0.267
EO6	0.155	0.695	0.050	0.960	0.009	0.180	-0.348	0.366
EO7	13.361	0.000	-1.607	0.111	-0.271	0.168	-0.604	0.063
EO8	3.662	0.058	-0.032	0.975	-0.004	0.114	-0.229	0.222
EO9	0.036	0.850	0.120	0.904	0.017	0.137	-0.255	0.288
EO10	0.149	0.701	0.401	0.689	0.054	0.135	-0.213	0.321
MO1	0.002	0.964	0.776	0.439	0.120	0.154	-0.186	0.426
MO2	0.143	0.706	0.868	0.387	0.144	0.166	-0.184	0.472
MO3	0.801	0.373	0.274	0.784	0.044	0.159	-0.272	0.359

MO4	0.158	0.692	-0.960	0.339	-0.144	0.150	-0.440	0.153
MO5	1.455	0.230	-0.224	0.823	-0.032	0.144	-0.317	0.252
MO6	0.050	0.823	0.007	0.995	0.001	0.168	-0.332	0.334
MO7	0.561	0.455	-0.492	0.624	-0.077	0.156	-0.386	0.232
MO8	0.631	0.429	0.120	0.904	0.018	0.153	-0.285	0.322
MO9	0.941	0.334	-1.356	0.178	-0.212	0.156	-0.521	0.097
MO10	0.362	0.549	-0.770	0.443	-0.159	0.207	-0.569	0.250
MO11	0.340	0.561	-1.964	0.052	-0.284	0.145	-0.571	0.002
MO12	0.298	0.586	-0.768	0.444	-0.120	0.157	-0.431	0.190
MO13	0.002	0.965	-1.247	0.215	-0.197	0.158	-0.511	0.116
MO14	14.984	0.000	-2.080	0.040	-0.235	0.113	-0.460	-0.011
MO15	0.225	0.636	-0.152	0.880	-0.022	0.146	-0.311	0.267
MO16	0.024	0.878	-0.113	0.911	-0.016	0.142	-0.297	0.265
MO17	9.769	0.002	-1.885	0.062	-0.189	0.100	-0.387	0.010
MO18	0.374	0.542	-0.800	0.425	-0.128	0.161	-0.447	0.190
ACAP1	0.274	0.602	-1.716	0.089	-0.249	0.145	-0.536	0.038
ACAP2	0.697	0.405	-1.250	0.214	-0.242	0.194	-0.626	0.141
ACAP3	1.360	0.246	-0.232	0.817	-0.043	0.183	-0.405	0.320
ACAP4	0.312	0.578	0.089	0.929	0.014	0.161	-0.304	0.333
ACAP5	0.086	0.769	1.281	0.203	0.196	0.153	-0.107	0.498
ACAP6	0.031	0.860	0.640	0.523	0.108	0.168	-0.225	0.440
ACAP7	1.341	0.249	-0.344	0.731	-0.070	0.203	-0.473	0.333
ACAP8	0.333	0.565	0.395	0.694	0.068	0.172	-0.272	0.408
ACAP9	4.853	0.029	-0.095	0.924	-0.014	0.150	-0.311	0.282
ACAP10	0.076	0.783	-1.147	0.254	-0.172	0.150	-0.469	0.125
ACAP11	0.022	0.883	-0.813	0.418	-0.125	0.153	-0.428	0.179

ACAP12	0.721	0.398	-0.600	0.549	-0.109	0.182	-0.470	0.252
ACAP13	0.419	0.518	-1.034	0.303	-0.169	0.164	-0.493	0.155
ACAP14	0.031	0.861	-0.810	0.419	-0.132	0.162	-0.453	0.190
GRIT1	0.000	0.985	1.420	0.158	0.237	0.167	-0.093	0.567
GRIT2	0.864	0.354	-1.516	0.132	-0.216	0.143	-0.499	0.066
GRIT3	6.187	0.014	-3.422	0.001	-0.700	0.204	-1.104	-0.295
GRIT4	0.522	0.471	-1.870	0.064	-0.376	0.201	-0.774	0.022
GRIT5	2.413	0.123	-2.675	0.009	-0.518	0.194	-0.902	-0.135
GRIT6	4.771	0.031	-3.575	0.001	-0.801	0.224	-1.245	-0.357
GRIT7	2.949	0.088	-7.017	0.000	-1.410	0.201	-1.808	-1.012
GRIT8	5.148	0.025	0.495	0.621	0.095	0.192	-0.285	0.476

Correlations ของผลการดำเนินงานของธุรกิจที่มีอายุมากกว่า 3.5 ปี กับคะแนนเฉลี่ยของอุปนิสัย และคุณลักษณะแต่ละมิติ

Correlations

Spearman's rho		Overall	EO	MO	ACAP	Grit	EstPerf
Overall	Correlation Coefficient	1.000	.793**	.868**	.772**	.554**	.328**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000	.004
	N	76	76	76	76	76	76
EO	Correlation Coefficient	.793**	1.000	.531**	.396**	.361**	.184
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.001	.111
	N	76	76	76	76	76	76
MO	Correlation Coefficient	.868**	.531**	1.000	.761**	.349**	.371**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.002	.001
	N	76	76	76	76	76	76
ACAP	Correlation Coefficient	.772**	.396**	.761**	1.000	.239*	.429**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.038	.000
	N	76	76	76	76	76	76

Grit	Correlation Coefficient	.554**	.361**	.349**	.239*	1.000	.029
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.002	.038	.	.801
	N	76	76	76	76	76	76
EstPerf	Correlation Coefficient	.328**	.184	.371**	.429**	.029	1.000
	Sig. (2-tailed)	.004	.111	.001	.000	.801	.
	N	76	76	76	76	76	76

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Spearman's rho		EstPerf1	EstPerf2	EstPerf3	EstPerf4	EstPerf5
EO1	Correlation Coefficient	.185	.244*	.161	.166	-.020
	Sig. (2-tailed)	.109	.034	.165	.152	.863
EO2	Correlation Coefficient	.232*	.246*	.177	.119	-.112
	Sig. (2-tailed)	.044	.032	.125	.306	.334
EO3	Correlation Coefficient	.055	.177	.095	.052	-.008
	Sig. (2-tailed)	.637	.127	.412	.656	.944
EO4	Correlation Coefficient	.218	.214	.183	.204	-.026
	Sig. (2-tailed)	.058	.063	.114	.077	.820
EO5	Correlation Coefficient	.062	.148	-.001	.006	.111
	Sig. (2-tailed)	.597	.201	.992	.957	.340
EO6	Correlation Coefficient	.088	.122	.172	.149	-.085
	Sig. (2-tailed)	.452	.296	.138	.198	.467
EO7	Correlation Coefficient	.024	-.052	-.076	-.047	-.026
	Sig. (2-tailed)					

	Sig. (2-tailed)	.836	.654	.516	.684	.823
EO8	Correlation Coefficient	.218	.345**	.318**	.192	-.071
	Sig. (2-tailed)	.059	.002	.005	.096	.542
EO9	Correlation Coefficient	.296**	.283*	.183	.165	.080
	Sig. (2-tailed)	.009	.013	.114	.153	.492
EO10	Correlation Coefficient	.138	.251*	.095	.051	-.057
	Sig. (2-tailed)	.234	.029	.415	.664	.624

	Spearman's rho	EstPerf1	EstPerf2	EstPerf3	EstPerf4	EstPerf5
MO1	Correlation Coefficient	.233*	.332**	.141	.142	.090
	Sig. (2-tailed)	.043	.003	.224	.220	.438
MO2	Correlation Coefficient	.309**	.363**	.330**	.220	.205
	Sig. (2-tailed)	.007	.001	.004	.057	.076
MO3	Correlation Coefficient	.334**	.277*	.320**	.339**	.155
	Sig. (2-tailed)	.003	.015	.005	.003	.181
MO4	Correlation Coefficient	.326**	.400**	.415**	.401**	.134
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.247
MO5	Correlation Coefficient	.326**	.266*	.170	.192	.147
	Sig. (2-tailed)	.004	.020	.142	.097	.207
MO6	Correlation Coefficient	.148	.212	.063	.124	.022
	Sig. (2-tailed)	.201	.065	.589	.287	.852
MO7	Correlation Coefficient	.262*	.254*	.227*	.205	-.058
	Sig. (2-tailed)	.022	.027	.048	.076	.620
MO8	Correlation Coefficient	.220	.233*	.281*	.270*	.144
	Sig. (2-tailed)	.057	.043	.014	.018	.216
MO9	Correlation Coefficient	.277*	.351**	.175	.165	.213
	Sig. (2-tailed)	.015	.002	.131	.155	.064

MO10	Correlation Coefficient	.155	.214	.047	.080	.119
	Sig. (2-tailed)	.180	.063	.687	.495	.307

Spearman's rho		EstPerf1	EstPerf2	EstPerf3	EstPerf4	EstPerf5
MO11	Correlation Coefficient	.220	.202	.235*	.288*	.095
	Sig. (2-tailed)	.056	.080	.041	.012	.412
MO12	Correlation Coefficient	.333**	.291*	.292*	.334**	.296**
	Sig. (2-tailed)	.003	.011	.010	.003	.009
MO13	Correlation Coefficient	.282*	.217	.215	.344**	.131
	Sig. (2-tailed)	.014	.060	.062	.002	.260
MO14	Correlation Coefficient	-.013	.127	.156	.150	-.160
	Sig. (2-tailed)	.914	.273	.179	.195	.169
MO15	Correlation Coefficient	.208	.227*	.208	.133	.114
	Sig. (2-tailed)	.072	.048	.072	.253	.328
MO16	Correlation Coefficient	.296**	.327**	.335**	.308**	.148
	Sig. (2-tailed)	.009	.004	.003	.007	.202
MO17	Correlation Coefficient	.175	.215	.180	.251*	.142
	Sig. (2-tailed)	.131	.062	.119	.029	.222
MO18	Correlation Coefficient	.131	.126	.155	.044	-.060
	Sig. (2-tailed)	.260	.279	.181	.706	.610

	Spearman's rho	EstPerf1	EstPerf2	EstPerf3	EstPerf4	EstPerf5
ACAP1	Correlation Coefficient	.282*	.491**	.301**	.297**	.176
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.008	.009	.129
ACAP2	Correlation Coefficient	.315**	.418**	.260*	.268*	.191
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.023	.019	.099
ACAP3	Correlation Coefficient	.149	.324**	.175	.221	.171
	Sig. (2-tailed)	.199	.004	.132	.055	.140
ACAP4	Correlation Coefficient	.318**	.337**	.244*	.275*	.193
	Sig. (2-tailed)	.005	.003	.034	.016	.095
ACAP5	Correlation Coefficient	.239*	.261*	.257*	.232*	.124
	Sig. (2-tailed)	.038	.023	.025	.044	.284
ACAP6	Correlation Coefficient	.238*	.252*	.148	.233*	.093
	Sig. (2-tailed)	.039	.028	.201	.043	.426
ACAP7	Correlation Coefficient	.221	.320**	.267*	.238*	.298**
	Sig. (2-tailed)	.055	.005	.020	.039	.009
ACAP8	Correlation Coefficient	.359**	.310**	.371**	.312**	.286*
	Sig. (2-tailed)	.001	.006	.001	.006	.012
ACAP9	Correlation Coefficient	.302**	.338**	.241*	.252*	.127
	Sig. (2-tailed)	.008	.003	.036	.028	.275
ACAP10	Correlation Coefficient	.310**	.344**	.261*	.146	.235*
	Sig. (2-tailed)	.007	.002	.023	.209	.041
ACAP11	Correlation Coefficient	.424**	.336**	.332**	.234*	.180
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.003	.042	.119
ACAP12	Correlation Coefficient	.274*	.366**	.277*	.204	.236*
	Sig. (2-tailed)	.017	.001	.015	.077	.040
ACAP13	Correlation Coefficient	.431**	.354**	.277*	.261*	.186
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.015	.023	.108
ACAP14	Correlation Coefficient	.394**	.353**	.237*	.270*	.133
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.039	.018	.253

Spearman's rho		EstPerf1	EstPerf2	EstPerf3	EstPerf4	EstPerf5
GRIT1	Correlation Coefficient	.009	-.092	.069	-.022	-.121
	Sig. (2-tailed)	.937	.430	.552	.849	.297
GRIT2	Correlation Coefficient	.298**	.278*	.278*	.380**	.124
	Sig. (2-tailed)	.009	.015	.015	.001	.287
GRIT3	Correlation Coefficient	-.265*	-.318**	-.172	-.266*	-.338**
	Sig. (2-tailed)	.021	.005	.136	.020	.003
GRIT4	Correlation Coefficient	.066	.193	.091	.064	-.043
	Sig. (2-tailed)	.570	.094	.434	.584	.713
GRIT5	Correlation Coefficient	-.018	-.258*	-.027	-.138	-.205
	Sig. (2-tailed)	.874	.024	.814	.234	.076
GRIT6	Correlation Coefficient	.073	.013	.031	.042	-.221
	Sig. (2-tailed)	.530	.909	.792	.717	.054
GRIT7	Correlation Coefficient	.218	.134	.001	-.004	.013
	Sig. (2-tailed)	.059	.247	.995	.974	.909
GRIT8	Correlation Coefficient	.198	.335**	.187	.154	-.004
	Sig. (2-tailed)	.087	.003	.106	.185	.972

T-test การมีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอกของกลุ่มธุรกิจที่ดำเนินงานมานานน้อยกว่า 3.5 ปี

จฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Group Statistics

	Invest	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Overall	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.8231	.37020	.07260
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.0714	.39133	.08540
EO	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.0423	.41873	.08212
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.2667	.48097	.10496
MO	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.9885	.59822	.11732
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.3286	.49004	.10694
ACAP	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.8269	.62773	.12311
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.1571	.52780	.11518

Grit	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.2654	.40491	.07941
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	3.2857	.44191	.09643
EO1	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.88	.952	.187
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.19	.873	.190
EO2	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.85	.675	.132
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	3.90	1.044	.228
EO3	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.19	.849	.167
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.29	1.007	.220
EO4	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.65	.562	.110
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.67	.483	.105
EO5	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.88	.816	.160
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.48	.680	.148
EO6	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.77	1.032	.202
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	3.95	.973	.212
EO7	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.31	1.050	.206
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	3.81	1.123	.245
EO8	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.42	.578	.113
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.38	.498	.109
EO9	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.23	.815	.160
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.43	.676	.148
EO10	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.23	.765	.150
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.57	.598	.130
MO1	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.19	1.059	.208
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.62	.498	.109
MO2	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.00	.980	.192
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.38	.669	.146
MO3	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.00	.938	.184
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.33	.796	.174
MO4	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.92	.845	.166
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.33	.856	.187

MO5	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.08	.744	.146
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.33	.658	.144
MO6	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.81	1.059	.208
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.48	.602	.131
MO7	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.04	1.076	.211
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.43	.676	.148
MO8	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.12	.952	.187
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.43	.746	.163
MO9	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.77	.951	.187
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.05	.921	.201
MO10	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.42	1.137	.223
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	3.86	.910	.199
MO11	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.85	.834	.164
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.14	.910	.199
MO12	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.96	1.038	.204
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.19	.814	.178
MO13	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.88	.952	.187
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.14	.854	.186
MO14	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.31	.736	.144
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.48	.750	.164
MO15	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.04	.774	.152
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.29	.845	.184
MO16	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.08	.796	.156
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.43	.676	.148
MO17	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.38	.752	.148
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.81	.402	.088
MO18	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.85	1.008	.198
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.29	.845	.184
ACAP1	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.04	.824	.162
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.19	.873	.190

ACAP2	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.38	1.134	.222
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.19	.928	.203
ACAP3	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.77	1.070	.210
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.19	.981	.214
ACAP4	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.00	1.020	.200
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.24	.768	.168
ACAP5	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.38	.752	.148
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.29	.845	.184
ACAP6	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.31	.736	.144
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.10	1.136	.248
ACAP7	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.50	1.241	.243
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.29	.644	.140
ACAP8	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.77	1.070	.210
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.14	.727	.159
ACAP9	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.85	.675	.132
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	3.95	.740	.161
ACAP10	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.85	.925	.181
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	3.95	.740	.161
ACAP11	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.77	.951	.187
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.10	.625	.136
ACAP12	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.54	1.174	.230
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.24	.625	.136
ACAP13	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.65	.745	.146
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.29	.784	.171
ACAP14	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.85	.925	.181
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.19	.873	.190
GRIT1	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	2.15	.925	.181
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	1.81	.873	.190
GRIT2	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	4.12	.816	.160
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.29	.717	.156

GRIT3	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	1.81	.895	.176
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	1.76	.889	.194
GRIT4	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.15	1.120	.220
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.00	.894	.195
GRIT5	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	2.12	.993	.195
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	1.90	.889	.194
GRIT6	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	2.19	.849	.167
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	2.62	1.161	.253
GRIT7	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	2.81	1.132	.222
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	2.76	1.300	.284
GRIT8	ไม่มี ผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	26	3.92	.796	.156
	มีผู้ลงทุน/ให้ทุนจากภายนอก	21	4.19	.981	.214

ผลการทดสอบ



Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					
	F	Sig.	t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
							Lower	Upper
Overall	0.053	0.818	-2.229	0.031	-0.248	0.111	-0.473	-0.024
EO	0.905	0.346	-1.709	0.094	-0.224	0.131	-0.489	0.040
MO	1.645	0.206	-2.097	0.042	-0.340	0.162	-0.667	-0.013
ACAP	0.651	0.424	-1.923	0.061	-0.330	0.172	-0.676	0.016
Grit	0.037	0.847	-0.164	0.870	-0.020	0.124	-0.270	0.229

EO1	0.006	0.938	-1.136	0.262	-0.306	0.269	-0.848	0.236
EO2	3.015	0.089	-0.233	0.817	-0.059	0.252	-0.566	0.449
EO3	0.153	0.698	-0.345	0.732	-0.093	0.271	-0.639	0.452
EO4	0.261	0.612	-0.083	0.934	-0.013	0.155	-0.325	0.299
EO5	0.032	0.858	-2.658	0.011	-0.592	0.223	-1.040	-0.143
EO6	0.367	0.548	-0.620	0.538	-0.183	0.295	-0.778	0.411
EO7	0.711	0.403	-1.579	0.121	-0.502	0.318	-1.142	0.138
EO8	1.547	0.220	0.264	0.793	0.042	0.159	-0.279	0.363
EO9	0.198	0.659	-0.891	0.378	-0.198	0.222	-0.645	0.249
EO10	1.565	0.217	-1.670	0.102	-0.341	0.204	-0.752	0.070
MO1	5.197	0.027	-1.699	0.096	-0.427	0.251	-0.933	0.079
MO2	1.643	0.206	-1.517	0.136	-0.381	0.251	-0.887	0.125
MO3	0.290	0.593	-1.294	0.202	-0.333	0.258	-0.852	0.185
MO4	0.130	0.720	-1.645	0.107	-0.410	0.249	-0.913	0.092
MO5	0.313	0.578	-1.236	0.223	-0.256	0.208	-0.674	0.162
MO6	2.827	0.100	-2.573	0.013	-0.668	0.260	-1.192	-0.145
MO7	1.807	0.186	-1.445	0.155	-0.390	0.270	-0.934	0.154
MO8	2.779	0.102	-1.232	0.224	-0.313	0.254	-0.825	0.199
MO9	0.540	0.466	-1.012	0.317	-0.278	0.275	-0.833	0.276
MO10	1.547	0.220	-1.419	0.163	-0.434	0.306	-1.050	0.182
MO11	0.242	0.625	-1.164	0.250	-0.297	0.255	-0.810	0.217
MO12	0.514	0.477	-0.826	0.413	-0.229	0.277	-0.787	0.330
MO13	0.068	0.795	-0.968	0.338	-0.258	0.267	-0.796	0.279
MO14	0.009	0.926	-0.774	0.443	-0.168	0.218	-0.607	0.270
MO15	0.393	0.534	-1.045	0.301	-0.247	0.237	-0.724	0.229
MO16	0.054	0.817	-1.608	0.115	-0.352	0.219	-0.792	0.089

MO17	8.879	0.005	-2.330	0.024	-0.425	0.182	-0.792	-0.058
MO18	0.770	0.385	-1.596	0.118	-0.440	0.275	-0.994	0.115
ACAP1	0.039	0.844	-0.613	0.543	-0.152	0.248	-0.652	0.348
ACAP2	2.702	0.107	-2.622	0.012	-0.806	0.307	-1.425	-0.187
ACAP3	0.002	0.963	-1.392	0.171	-0.421	0.303	-1.031	0.188
ACAP4	0.524	0.473	-0.885	0.381	-0.238	0.269	-0.780	0.304
ACAP5	0.022	0.883	0.424	0.674	0.099	0.233	-0.371	0.569
ACAP6	1.972	0.167	0.774	0.443	0.212	0.274	-0.340	0.765
ACAP7	7.456	0.009	-2.626	0.012	-0.786	0.299	-1.388	-0.183
ACAP8	2.703	0.107	-1.365	0.179	-0.374	0.274	-0.925	0.178
ACAP9	0.032	0.859	-0.514	0.610	-0.106	0.207	-0.523	0.310
ACAP10	0.622	0.435	-0.427	0.671	-0.106	0.249	-0.607	0.395
ACAP11	4.288	0.044	-1.351	0.183	-0.326	0.241	-0.812	0.160
ACAP12	8.603	0.005	-2.460	0.018	-0.700	0.284	-1.272	-0.127
ACAP13	0.214	0.646	-2.824	0.007	-0.632	0.224	-1.083	-0.181
ACAP14	0.089	0.767	-1.301	0.200	-0.344	0.265	-0.877	0.189
GRIT1	0.089	0.767	1.301	0.200	0.344	0.265	-0.189	0.877
GRIT2	1.118	0.296	-0.750	0.457	-0.170	0.227	-0.628	0.287
GRIT3	0.020	0.888	0.175	0.862	0.046	0.262	-0.482	0.573
GRIT4	2.781	0.102	-2.811	0.007	-0.846	0.301	-1.453	-0.240
GRIT5	0.887	0.351	0.757	0.453	0.211	0.278	-0.350	0.771
GRIT6	3.092	0.085	-1.455	0.153	-0.427	0.293	-1.018	0.164
GRIT7	0.427	0.517	0.129	0.898	0.046	0.355	-0.669	0.761
GRIT8	0.458	0.502	-1.032	0.308	-0.267	0.259	-0.789	0.254

การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่มระยะธุรกิจของธุรกิจที่ดำเนินงานมาน้อยกว่า 3.5 ปี



ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Overall	Between Groups	1.088	2	.544	3.912	.027
	Within Groups	6.118	44	.139		
	Total	7.206	46			
EO	Between Groups	1.544	2	.772	4.219	.021
	Within Groups	8.051	44	.183		
	Total	9.595	46			
MO	Between Groups	1.635	2	.818	2.674	.080
	Within Groups	13.458	44	.306		
	Total	15.093	46			
ACAP	Between Groups	1.910	2	.955	2.843	.069
	Within Groups	14.780	44	.336		
	Total	16.689	46			
Grit	Between Groups	.197	2	.098	.555	.578
	Within Groups	7.812	44	.178		
	Total	8.009	46			
EO1	Between Groups	8.332	2	4.166	5.981	.005

	Within Groups	30.646	44	.697		
	Total	38.979	46			
EO2	Between Groups	4.741	2	2.370	3.661	.034
	Within Groups	28.493	44	.648		
	Total	33.234	46			
EO3	Between Groups	.653	2	.326	.380	.686
	Within Groups	37.773	44	.858		
	Total	38.426	46			
EO4	Between Groups	1.343	2	.671	2.636	.083
	Within Groups	11.210	44	.255		
	Total	12.553	46			
EO5	Between Groups	.267	2	.134	.198	.821
	Within Groups	29.690	44	.675		
	Total	29.957	46			
EO6	Between Groups	.677	2	.338	.329	.722
	Within Groups	45.281	44	1.029		
	Total	45.957	46			
EO7	Between Groups	4.603	2	2.302	1.982	.150
	Within Groups	51.099	44	1.161		
	Total	55.702	46			
EO8	Between Groups	.993	2	.496	1.772	.182
	Within Groups	12.326	44	.280		
	Total	13.319	46			
EO9	Between Groups	2.119	2	1.060	1.935	.156
	Within Groups	24.093	44	.548		
	Total	26.213	46			
EO10	Between Groups	.825	2	.413	.815	.449
	Within Groups	22.281	44	.506		
	Total	23.106	46			
MO1	Between Groups	4.710	2	2.355	3.409	.042

	Within Groups	30.396	44	.691		
	Total	35.106	46			
MO2	Between Groups	4.206	2	2.103	3.040	.058
	Within Groups	30.432	44	.692		
	Total	34.638	46			
MO3	Between Groups	3.117	2	1.558	2.088	.136
	Within Groups	32.841	44	.746		
	Total	35.957	46			
MO4	Between Groups	.778	2	.389	.508	.605
	Within Groups	33.690	44	.766		
	Total	34.468	46			
MO5	Between Groups	1.177	2	.589	1.172	.319
	Within Groups	22.099	44	.502		
	Total	23.277	46			
MO6	Between Groups	5.405	2	2.702	3.391	.043
	Within Groups	35.063	44	.797		
	Total	40.468	46			
MO7	Between Groups	3.344	2	1.672	2.014	.146
	Within Groups	36.528	44	.830		
	Total	39.872	46			
MO8	Between Groups	.170	2	.085	.108	.898
	Within Groups	34.766	44	.790		
	Total	34.936	46			
MO9	Between Groups	.650	2	.325	.359	.700
	Within Groups	39.818	44	.905		
	Total	40.468	46			
MO10	Between Groups	1.834	2	.917	.819	.448
	Within Groups	49.273	44	1.120		
	Total	51.106	46			
MO11	Between Groups	1.061	2	.531	.688	.508

	Within Groups	33.917	44	.771		
	Total	34.979	46			
MO12	Between Groups	1.780	2	.890	1.003	.375
	Within Groups	39.028	44	.887		
	Total	40.809	46			
MO13	Between Groups	2.505	2	1.253	1.553	.223
	Within Groups	35.495	44	.807		
	Total	38.000	46			
MO14	Between Groups	.295	2	.148	.262	.771
	Within Groups	24.811	44	.564		
	Total	25.106	46			
MO15	Between Groups	2.594	2	1.297	2.085	.136
	Within Groups	27.364	44	.622		
	Total	29.957	46			
MO16	Between Groups	3.585	2	1.792	3.453	.040
	Within Groups	22.841	44	.519		
	Total	26.426	46			
MO17	Between Groups	3.717	2	1.858	5.184	.010
	Within Groups	15.773	44	.358		
	Total	19.489	46			
MO18	Between Groups	1.558	2	.779	.849	.435
	Within Groups	40.357	44	.917		
	Total	41.915	46			
ACAP1	Between Groups	2.440	2	1.220	1.787	.179
	Within Groups	30.028	44	.682		
	Total	32.468	46			
ACAP2	Between Groups	5.625	2	2.812	2.412	.101
	Within Groups	51.311	44	1.166		
	Total	56.936	46			
ACAP3	Between Groups	1.331	2	.665	.603	.552

	Within Groups	48.584	44	1.104		
	Total	49.915	46			
ACAP4	Between Groups	4.945	2	2.472	3.245	.048
	Within Groups	33.523	44	.762		
	Total	38.468	46			
ACAP5	Between Groups	.596	2	.298	.469	.629
	Within Groups	27.957	44	.635		
	Total	28.553	46			
ACAP6	Between Groups	1.344	2	.672	.767	.470
	Within Groups	38.528	44	.876		
	Total	39.872	46			
ACAP7	Between Groups	2.917	2	1.459	1.257	.294
	Within Groups	51.040	44	1.160		
	Total	53.957	46			
ACAP8	Between Groups	2.245	2	1.123	1.281	.288
	Within Groups	38.563	44	.876		
	Total	40.809	46			
ACAP9	Between Groups	1.308	2	.654	1.360	.267
	Within Groups	21.160	44	.481		
	Total	22.468	46			
ACAP10	Between Groups	2.354	2	1.177	1.720	.191
	Within Groups	30.114	44	.684		
	Total	32.468	46			
ACAP11	Between Groups	3.910	2	1.955	3.099	.055
	Within Groups	27.750	44	.631		
	Total	31.660	46			
ACAP12	Between Groups	4.510	2	2.255	2.284	.114
	Within Groups	43.448	44	.987		
	Total	47.957	46			
ACAP13	Between Groups	1.831	2	.915	1.390	.260

	Within Groups	28.978	44	.659		
	Total	30.809	46			
ACAP14	Between Groups	1.409	2	.705	.847	.435
	Within Groups	36.591	44	.832		
	Total	38.000	46			
GRIT1	Between Groups	1.409	2	.705	.847	.435
	Within Groups	36.591	44	.832		
	Total	38.000	46			
GRIT2	Between Groups	.677	2	.339	.560	.575
	Within Groups	26.599	44	.605		
	Total	27.277	46			
GRIT3	Between Groups	5.849	2	2.924	4.286	.020
	Within Groups	30.023	44	.682		
	Total	35.872	46			
GRIT4	Between Groups	2.058	2	1.029	.844	.437
	Within Groups	53.645	44	1.219		
	Total	55.702	46			
GRIT5	Between Groups	1.411	2	.705	.784	.463
	Within Groups	39.568	44	.899		
	Total	40.979	46			
GRIT6	Between Groups	.841	2	.420	.400	.673
	Within Groups	46.266	44	1.051		
	Total	47.106	46			
GRIT7	Between Groups	1.935	2	.967	.666	.519
	Within Groups	63.938	44	1.453		
	Total	65.872	46			
GRIT8	Between Groups	2.670	2	1.335	1.767	.183
	Within Groups	33.245	44	.756		
	Total	35.915	46			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) Stage	(J) Stage	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
Overall	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-.39596*	0.14754	0.01
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-.37153*	0.15537	0.021
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.39596*	0.14754	0.01
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.02443	0.12251	0.843
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.37153*	0.15537	0.021
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.02443	0.12251	0.843
EO	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-.48586*	0.16926	0.006
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-.40347*	0.17823	0.029
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.48586*	0.16926	0.006
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.08239	0.14054	0.561
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.40347*	0.17823	0.029
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.08239	0.14054	0.561

MO	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ	-0.50152*	0.21883	0.027
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.40833	0.23043	0.083
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.50152*	0.21883	0.027
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.09318	0.18171	0.611
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.40833	0.23043	0.083
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.09318	0.18171	0.611
ACAP	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ	-0.53788*	0.22933	0.024
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.45833	0.24149	0.064
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.53788*	0.22933	0.024
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.07955	0.19043	0.678
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.45833	0.24149	0.064
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.07955	0.19043	0.678
Grit	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ	0.03737	0.16673	0.824
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.10694	0.17557	0.546
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	-0.03737	0.16673	0.824
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.14432	0.13845	0.303

	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.10694	0.17557	0.546
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.14432	0.13845	0.303
EO1	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-1.141*	0.33	0.001
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.778*	0.348	0.03
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	1.141*	0.33	0.001
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.364	0.274	0.192
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.778*	0.348	0.03
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.364	0.274	0.192
EO2	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.778*	0.318	0.019
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.840*	0.335	0.016
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.778*	0.318	0.019
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.063	0.264	0.814
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.840*	0.335	0.016
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.063	0.264	0.814
EO3	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.318	0.367	0.39

		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.25	0.386	0.521
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.318	0.367	0.39
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.068	0.304	0.824
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.25	0.386	0.521
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.068	0.304	0.824
EO4	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.348	0.2	0.088
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.479*	0.21	0.028
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.348	0.2	0.088
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.131	0.166	0.435
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.479*	0.21	0.028
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.131	0.166	0.435
EO5	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.116	0.325	0.723
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.049	0.342	0.888
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.116	0.325	0.723
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.165	0.27	0.545
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	-0.049	0.342	0.888

		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.165	0.27	0.545
EO6	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.066	0.401	0.871
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.201	0.423	0.636
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.066	0.401	0.871
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.267	0.333	0.427
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	-0.201	0.423	0.636
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.267	0.333	0.427
EO7	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.793	0.426	0.07
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.799	0.449	0.082
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.793	0.426	0.07
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.006	0.354	0.987
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.799	0.449	0.082
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.006	0.354	0.987
EO8	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.389	0.209	0.07
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.326	0.221	0.146

	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.389	0.209	0.07
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.063	0.174	0.721
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.326	0.221	0.146
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.063	0.174	0.721
EO9	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.566	0.293	0.06
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.486	0.308	0.122
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.566	0.293	0.06
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.08	0.243	0.745
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.486	0.308	0.122
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.08	0.243	0.745
EO10	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.343	0.282	0.229
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.326	0.297	0.277
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.343	0.282	0.229
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.017	0.234	0.942
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.326	0.297	0.277

		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.017	0.234	0.942
MO1	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.859*	0.329	0.012
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.597	0.346	0.092
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.859*	0.329	0.012
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.261	0.273	0.344
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.597	0.346	0.092
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.261	0.273	0.344
MO2	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.763*	0.329	0.025
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.757*	0.347	0.034
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.763*	0.329	0.025
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.006	0.273	0.984
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.757*	0.347	0.034
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.006	0.273	0.984
MO3	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.697*	0.342	0.048
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.458	0.36	0.21

	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.697*	0.342	0.048
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.239	0.284	0.405
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.458	0.36	0.21
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.239	0.284	0.405
MO4	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.116	0.346	0.739
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.174	0.365	0.636
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.116	0.346	0.739
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.29	0.288	0.319
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	-0.174	0.365	0.636
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.29	0.288	0.319
MO5	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.429	0.28	0.133
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.299	0.295	0.317
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.429	0.28	0.133
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.131	0.233	0.577
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.299	0.295	0.317

		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.131	0.233	0.577
MO6	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-.919*	0.353	0.013
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.681	0.372	0.074
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.919*	0.353	0.013
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.239	0.293	0.42
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.681	0.372	0.074
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.239	0.293	0.42
MO7	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.697	0.361	0.06
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.646	0.38	0.096
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.697	0.361	0.06
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.051	0.299	0.865
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.646	0.38	0.096
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.051	0.299	0.865
MO8	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.096	0.352	0.786
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.035	0.37	0.926

	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.096	0.352	0.786
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.131	0.292	0.657
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	-0.035	0.37	0.926
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.131	0.292	0.657
MO9	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.242	0.376	0.523
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.333	0.396	0.405
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.242	0.376	0.523
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.091	0.313	0.773
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.333	0.396	0.405
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.091	0.313	0.773
MO10	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.485	0.419	0.253
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.167	0.441	0.707
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.485	0.419	0.253
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.318	0.348	0.365
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.167	0.441	0.707

		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.318	0.348	0.365
MO11	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.025	0.347	0.942
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.299	0.366	0.419
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	-0.025	0.347	0.942
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.324	0.288	0.268
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.299	0.366	0.419
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.324	0.288	0.268
MO12	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.47	0.373	0.214
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.521	0.392	0.191
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.47	0.373	0.214
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.051	0.309	0.87
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.521	0.392	0.191
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.051	0.309	0.87
MO13	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.626	0.355	0.085
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.444	0.374	0.241

	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.626	0.355	0.085
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.182	0.295	0.541
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.444	0.374	0.241
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.182	0.295	0.541
MO14	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.187	0.297	0.533
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.215	0.313	0.495
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.187	0.297	0.533
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.028	0.247	0.909
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.215	0.313	0.495
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.028	0.247	0.909
MO15	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.606	0.312	0.059
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.583	0.329	0.083
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.606	0.312	0.059
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.023	0.259	0.931
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.583	0.329	0.083

		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.023	0.259	0.931
MO16	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-.697*	0.285	0.019
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-.708*	0.3	0.023
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.697*	0.285	0.019
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.011	0.237	0.962
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.708*	0.3	0.023
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.011	0.237	0.962
MO17	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-.682*	0.237	0.006
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-.750*	0.249	0.004
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.682*	0.237	0.006
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.068	0.197	0.731
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.750*	0.249	0.004
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.068	0.197	0.731
MO18	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.449	0.379	0.242
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.16	0.399	0.691

	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.449	0.379	0.242
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.29	0.315	0.362
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.16	0.399	0.691
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.29	0.315	0.362
ACAP1	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ	-0.47	0.327	0.158
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.646	0.344	0.067
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.47	0.327	0.158
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.176	0.271	0.52
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.646	0.344	0.067
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.176	0.271	0.52
ACAP2	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ	-0.869*	0.427	0.048
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.34	0.45	0.454
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.869*	0.427	0.048
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.528	0.355	0.144
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.34	0.45	0.454

		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.528	0.355	0.144
ACAP3	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.359	0.416	0.393
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.035	0.438	0.937
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.359	0.416	0.393
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.324	0.345	0.353
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.035	0.438	0.937
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.324	0.345	0.353
ACAP4	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-.783*	0.345	0.028
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-.868*	0.364	0.021
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.783*	0.345	0.028
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.085	0.287	0.768
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.868*	0.364	0.021
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.085	0.287	0.768
ACAP5	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.298	0.315	0.35
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.264	0.332	0.431

	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.298	0.315	0.35
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.034	0.262	0.897
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.264	0.332	0.431
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.034	0.262	0.897
ACAP6	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ	-0.136	0.37	0.714
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.438	0.39	0.268
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.136	0.37	0.714
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.301	0.307	0.333
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.438	0.39	0.268
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.301	0.307	0.333
ACAP7	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ	-0.646	0.426	0.136
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.306	0.449	0.5
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.646	0.426	0.136
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.341	0.354	0.341
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.306	0.449	0.5

		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.341	0.354	0.341
ACAP8	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.581	0.37	0.124
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.319	0.39	0.417
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.581	0.37	0.124
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.261	0.308	0.4
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.319	0.39	0.417
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.261	0.308	0.4
ACAP9	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.444	0.274	0.112
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.382	0.289	0.193
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.444	0.274	0.112
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.063	0.228	0.785
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.382	0.289	0.193
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.063	0.228	0.785
ACAP10	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.51	0.327	0.126
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.618	0.345	0.08

	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.51	0.327	0.126
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.108	0.272	0.693
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.618	0.345	0.08
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.108	0.272	0.693
ACAP11	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ	-0.667*	0.314	0.04
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.792*	0.331	0.021
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.667*	0.314	0.04
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.125	0.261	0.634
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.792*	0.331	0.021
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.125	0.261	0.634
ACAP12	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ	-0.823*	0.393	0.042
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.715	0.414	0.091
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	.823*	0.393	0.042
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.108	0.326	0.742
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.715	0.414	0.091

		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.108	0.326	0.742
ACAP13	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.535	0.321	0.103
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.382	0.338	0.265
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.535	0.321	0.103
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.153	0.267	0.568
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.382	0.338	0.265
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.153	0.267	0.568
ACAP14	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.47	0.361	0.2
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.333	0.38	0.385
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.47	0.361	0.2
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.136	0.3	0.651
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.333	0.38	0.385
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.136	0.3	0.651
GRIT1	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.47	0.361	0.2
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.333	0.38	0.385

	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	-0.47	0.361	0.2
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.136	0.3	0.651
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	-0.333	0.38	0.385
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.136	0.3	0.651
GRIT2	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ	-0.207	0.308	0.504
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.049	0.324	0.881
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.207	0.308	0.504
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.256	0.255	0.322
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	-0.049	0.324	0.881
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.256	0.255	0.322
GRIT3	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ	.672*	0.327	0.046
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	1.007*	0.344	0.005
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	-0.672*	0.327	0.046
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.335	0.271	0.223
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	-1.007*	0.344	0.005

		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.335	0.271	0.223
GRIT4	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.48	0.437	0.278
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.576	0.46	0.217
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.48	0.437	0.278
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.097	0.363	0.791
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.576	0.46	0.217
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.097	0.363	0.791
GRIT5	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.424	0.375	0.264
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.458	0.395	0.252
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.424	0.375	0.264
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.034	0.312	0.913
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.458	0.395	0.252
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.034	0.312	0.913
GRIT6	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.096	0.406	0.814
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.34	0.427	0.43
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.096	0.406	0.814

		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.244	0.337	0.472
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.34	0.427	0.43
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	0.244	0.337	0.472
GRIT7	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.333	0.477	0.488
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.104	0.502	0.837
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.333	0.477	0.488
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.438	0.396	0.275
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	-0.104	0.502	0.837
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.438	0.396	0.275
GRIT8	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.626	0.344	0.075
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	-0.569	0.362	0.123
	อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.626	0.344	0.075
		นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	0.057	0.286	0.843
	นำสินค้าออกสู่ตลาดแล้ว	อยู่ระหว่างทดสอบความคิด	0.569	0.362	0.123
		อยู่ระหว่างพัฒนาต้นแบบ และทดสอบตลาด	-0.057	0.286	0.843

บรรณานุกรม

- Al Issa, H.-E. (2020). When grit leads to success: the role of individual entrepreneurial orientation. *Business: Theory and Practice*, 21(2), 643-653.
- Allport, G. W. (1927). Concepts of trait and personality. *Psychological Bulletin*, 24(5), 284.
- Allport, G. W., & Odbert, H. S. (1936). Trait-names: A psycho-lexical study. *Psychological monographs*, 47(1), i.
- Aulet, W., & Murray, F. (2013). A tale of two entrepreneurs: Understanding differences in the types of entrepreneurship in the economy. Available at SSRN 2259740.
- Bosma, N. S., & Levie, J. (2010). Global Entrepreneurship Monitor 2009 Executive Report.
- Boso, N., Story, V. M., & Cadogan, J. W. (2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of business venturing*, 28(6), 708-727.
- Caldwell, D. F., & Burger, J. M. (1997). Personality and social influence strategies in the workplace. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23(10), 1003-1012.
- CBinsights. (2018a). *The-20-Reasons-Startups-Fail*. CBinsights. <https://s3-us-west-2.amazonaws.com/cbi-content/research-reports/The-20-Reasons-Startups-Fail.pdf>
- CBinsights. (2018b). *Venture-capital-funnel*. CBinsights. <https://www.cbinsights.com/research/venture-capital-funnel-2/>
- CNN. (2021). *Fortune Global 500*. <https://money.cnn.com/magazines/fortune/global500>
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152. <https://doi.org/10.2307/2393553>
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87.
- Davis, M. H., Hall, J. A., & Mayer, P. S. (2016). Developing a new measure of entrepreneurial mindset: Reliability, validity, and implications for practitioners. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 68(1), 21.

- Dess, G. G., & Robinson Jr, R. B. (1984). Measuring organizational performance in the absence of objective measures: the case of the privately-held firm and conglomerate business unit. *Strategic Management Journal*, 5(3), 265-273.
- Digman, J. M. (1990). Personality structure: Emergence of the five-factor model. *Annual review of psychology*, 41(1), 417-440.
- Duckworth, A. L., Peterson, C., Matthews, M. D., & Kelly, D. R. (2007). Grit: perseverance and passion for long-term goals. *Journal of personality and social psychology*, 92(6), 1087.
- Duckworth, A. L., & Quinn, P. D. (2009). Development and validation of the Short Grit Scale (GRIT-S). *Journal of personality assessment*, 91(2), 166-174.
- Flatten, T. C., Engelen, A., Zahra, S. A., & Brettel, M. (2011). A measure of absorptive capacity: Scale development and validation. *European Management Journal*, 29(2), 98-116.
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of management review*, 10(4), 696-706.
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative "description of personality": the big-five factor structure. *Journal of personality and social psychology*, 59(6), 1216.
- Gross, B. (2015). *The single biggest reason why start-ups succeed*. TED.
https://www.ted.com/talks/bill_gross_the_single_biggest_reason_why_start_ups_succeed
- Javed, A., Yasir, M., & Majid, A. (2018). Psychological factors and entrepreneurial orientation: Could education and supportive environment moderate this relationship? *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, 12(2), 571-597.
- Jenkins, A. (2001). *Companies use of psychometric testing and the changing demand for skills: A review of the literature*. Centre for the Economics of Education, London School of Economics and
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of marketing*, 54(2), 1-18.
- Kohli, A. K., Jaworski, B. J., & Kumar, A. (1993). MARKOR: a measure of market

- orientation. *Journal of Marketing research*, 30(4), 467-477.
- Kotler, P. (2007). *Marketing management*. Pearson Italia Spa.
- Langkamp Bolton, D., & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument. *Education+ Training*, 54(2/3), 219-233.
- Maltby, J., Day, L., & Macaskill, A. (2010). *Personality, individual differences and intelligence*. Pearson Education.
- Marmar, M., Herrmann, B. L., Dogrultan, E., Berman, R., Eesley, C., & Blank, S. (2011). Startup genome report extra: Premature scaling. *Startup Genome*, 10, 1-56.
- McClelland, D. C. (1961). *Achieving society* (Vol. 92051). Simon and Schuster.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management science*, 29(7), 770-791.
- Mintzberg, H. (1973). Strategy-making in three modes. *California management review*, 16(2), 44-53.
- Montiel-Campos, H. (2018). Entrepreneurial orientation and market orientation. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*.
- Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of business venturing*, 16(1), 51-75.
- Powers, A. (2018). *Why Gen-Z Talent Is More Likely To Pursue Entrepreneurship*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/annapowers/2018/07/31/why-gen-z-talent-is-more-likely-to-pursue-entrepreneurship/?sh=5360a5e17822>
- Prakash, D., Jain, S., & Chauhan, K. (2015). Supportive government policies, locus of control and student's entrepreneurial intensity: a study of India. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 5(1), 26. <https://doi.org/10.1186/s40497-015-0042-7>
- Schlosser, F. K., & McNaughton, R. B. (2009). Using the I-MARKOR scale to identify market-oriented individuals in the financial services sector. *Journal of Services Marketing*.
- Schumpeter, J., & Backhaus, U. (2003). The theory of economic development. In *Joseph*

- Alois Schumpeter (pp. 61-116). Springer.
- Startup Thailand. (2020). <https://ecosystem.startupthailand.org/>
- Suliyanto, S., & Rahab, R. (2012). The role of market orientation and learning orientation in improving innovativeness and performance of small and medium enterprises. *Asian Social Science*, 8(1), 134.
- Techsauce. (2020). *Thai Startup Investment Summary January - October 2020*.
<https://techsauce.co/en/tech-and-biz/thai-startup-investment-summary-january--october-2020>
- Ullah, H., Farooq, M. A., & Ahmad, Z. M. (2012). A study of psychological and non psychological factors of owner influencing entrepreneurial orientation: Evidence from Khyber Pakhtunkhwa-Pakistan. *Management science and engineering*, 6(1), 44-55.
- VALUE.TODAY. (2021). *World Top 1000 Companies List*. <https://www.value.today/>
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of management review*, 27(2), 185-203.
- กรมสรรพากร. (2564). มาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมระบบนิเวศวิสาหกิจเริ่มต้นของประเทศ.
https://www.rd.go.th/fileadmin/user_upload/SMEs/infographic/7start_up_ecosystems.pdf
- กรุงเทพธุรกิจ. (2560). ก้าวจาก SME สตาร์ทอัพ 3.0 สู่ เทคสตาร์ทอัพ 4.0.
<https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/116247>
- กสิณ บุญपाल. (2561). [เกณฑ์การประเมินความพร้อมงานวิจัยสู่การต่อยอดเชิงพาณิชย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- กิติมา หงส์ศิริกาญจน์, เฉลิมเกียรติ วงศ์วินชวี, และบุรินทร์ สันติสาส์น. (2562). ลักษณะภาวะผู้นำของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย. วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย, 12(1).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). สรุปประมาณการเศรษฐกิจและเงินเฟ้อในรายงานนโยบายการเงิน ธันวาคม 2564.
<https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/MonetPolicyCommittee/MPR/Pages/default.aspx>
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต). (2559). พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม. In พัชรนรี ธนาคุณ. (2561). ระบบคัดเลือกกลุ่มธุรกิจที่ใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อน จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย].

วิจารณ์ พานิช. (2562). สอนเข้ม เพื่อศิษย์ขาดแคลน. มูลนิธิสยามกัมมาจล.

สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2560). Thailand 4.0 ขับเคลื่อนอนาคตสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน. ไทยคู่ฟ้า, 2560(33).



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ปฐมพล เหล่าวิระยะศักดิ์
วัน เดือน ปี เกิด	29 พฤษภาคม 2532
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	เศรษฐศาสตรบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ที่อยู่ปัจจุบัน	14 หมู่ 6 ซอยเอกชัย 61/2 ถนนเอกชัย แขวงบางบอน เขตบางบอน กทม. 10150



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY