



บทความวิจัย

## ปัจจัยผลกระทบความใกล้ชิดที่ส่งผลต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพในการบ่มเพาะธุรกิจ

ณฐมน ไรวา\*

วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วศินี หนูนกัถิ

วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

\* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทรศัพท์ 09 5950 9657 อีเมล: nathamonmail@gmail.com

DOI: 10.14416/j.kmutnb.2023.10.007

รับเมื่อ 28 มิถุนายน 2564 แก้ไขเมื่อ 2 กันยายน 2564 ตอบรับเมื่อ 19 ตุลาคม 2564 เผยแพร่ออนไลน์ 30 ตุลาคม 2566

© 2023 King Mongkut's University of Technology North Bangkok. All Rights Reserved.

### บทคัดย่อ

วิกฤตการณ์โรคระบาดอุบัติใหม่ ส่งผลต่อความถดถอยทางเศรษฐกิจ และความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยเฉพาะการเข้าถึงทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจขนาดเล็กอย่างสตาร์ทอัพ ด้วยเหตุนี้หน่วยงานที่มีบทบาทเสมือนตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ นักลงทุน และผู้บริโภค จึงทุ่มเทความพยายามเพื่อบ่มเพาะ ส่งเสริมการเติบโตและการอยู่รอด โดยสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ ทรัพยากรทางปัญญา เครือข่าย สถานที่ดำเนินกิจการ รวมถึงโอกาสจากนักลงทุน แต่จากการทบทวนวรรณกรรมที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติ ผู้วิจัยพบว่า ในปรากฏการณ์บ่มเพาะ แม้ว่าสตาร์ทอัพเข้าร่วมทุกกิจกรรมตามกระบวนการ แต่ยังไม่สามารถสร้างโอกาสในการเติบโตเป็นผลมาจากปัจจัยแฝงเร้น เรียกว่า ความสัมพันธ์เชิงความใกล้ชิด งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยผลกระทบความใกล้ชิดที่ส่งผลต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพในการบ่มเพาะธุรกิจ ผ่านแนวคิดความใกล้ชิด 5 มิติ ประกอบด้วย ความใกล้ชิดเชิงความรู้ทางปัญญา ความใกล้ชิดเชิงสังคม ความใกล้ชิดเชิงภูมิศาสตร์ ความใกล้ชิดเชิงองค์การ และความใกล้ชิดเชิงสถาบัน ด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกทวิเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 68 สตาร์ทอัพที่เคยผ่านโปรแกรม ผลการวิจัยพบว่า ความใกล้ชิด 3 ด้านหลักที่ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพในแง่ของการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตร และการสร้างธุรกิจ คือ ความใกล้ชิดเชิงองค์ความรู้ ความใกล้ชิดเชิงสังคม และความใกล้ชิดเชิงภูมิศาสตร์ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของดัชนีพนธ์ เรื่อง ปัจจัยผลกระทบความใกล้ชิดที่ส่งผลต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพในการบ่มเพาะธุรกิจ

**คำสำคัญ:** ความใกล้ชิด การเติบโตของสตาร์ทอัพ การบ่มเพาะธุรกิจ



## The Impact of Proximity on Startup Growth in Business Incubation

Nathamon Raiva\*

College of Interdisciplinary Studies, Thammasat University, Bangkok, Thailand

Wasinee Noonpakdee

College of Innovation, Thammasat University, Bangkok, Thailand

\* Corresponding Author, Tel. 09 5950 9657, E-mail: nathamonmail@gmail.com DOI: 10.14416/j.kmutnb.2023.10.007

Received 28 June 2021; Revised 2 September 2021; Accepted 19 October 2021; Published online: 30 October 2023

© 2023 King Mongkut's University of Technology North Bangkok. All Rights Reserved.

### Abstract

The coronavirus pandemics has had significant impacts on economic recession and social inequality, especially the issues of resource access for running a small business or a startup. As a result, agencies that act as intermediaries between entrepreneurs, investors, and consumers put a lot of effort into nurturing businesses for successful business growth and survival. These attempts include supporting infrastructure needed, such as intellectual resources, networks, business locations and opportunities from investors. Conducting a literature review from articles published in international journals, we found that those that have been involved in startups and have participated in all entrepreneurial activities still cannot create growth opportunities, resulting from latent factors known as proximity. This research aims to study the impact of proximity on startup growth in business incubation program through the concept of proximity in 5 dimensions: cognitive, social, geographical, organizational, and institutional proximities. We carried out a binary logistic regression method by collecting data from 68 startups that have been incubated through a business incubation program. The three main proximity dimensions that directly influence the growth of startups in respect of collaboration and venture creation dimensions are cognitive, social, and geographical proximities. This article is part of the dissertation entitled “The Impact of Proximity on Startup Growth in Business Incubation”.

**Keywords:** Proximity, Startup Growth, Business Incubation

## 1. บทนำ

สตาร์ทอัพเป็นกลไกขับเคลื่อนระบบนิเวศนวัตกรรม และมีส่วนช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจ [1] แต่ประมาณร้อยละ 80 ธุรกิจขนาดเล็กกำลังติดกับดักและดิ้นรนเพื่อเอาชีวิตรอดจาก “หุบเขาแห่งความตาย” (Valley of Death) ด้วยอัตราความล้มเหลวที่สูงขึ้น โดยเฉพาะช่วงเริ่มก่อตั้งในระยะ 3-5 ปีแรก [2] เหตุนี้สตาร์ทอัพที่มีความต้องการพัฒนาความสามารถในการเติบโต และเติมเต็มทรัพยากรที่ตนต้องการจึงเข้าร่วมโครงการบ่มเพาะธุรกิจ (Business Incubation) [3]

การบ่มเพาะธุรกิจสตาร์ทอัพมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยมากสถาบันจะจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนต่อการเติบโต เช่น สิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวิทยาการ เพื่อให้พร้อมต่อการพัฒนาวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการของชุมชน การสร้างโอกาสในการเข้าถึงเครือข่ายนักลงทุน องค์กร และผู้บริโภค แม้กระทั่งสตาร์ทอัพด้วยกันเอง ศูนย์บ่มเพาะจึงประกอบด้วยทรัพยากรหลักๆ เช่น สำนักงาน พื้นที่ทำงานร่วมกัน วิทยาการและพี่เลี้ยงฝึกสอน ที่ปรึกษาด้านกฎหมาย ธุรกิจ และการระดมทุน [4]-[7] แม้ว่าทรัพยากรเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อสนับสนุนให้สตาร์ทอัพเป็นบริษัทที่ทำกำไรได้มากกว่าแค่เพิ่มอัตราการอยู่รอดของพวกเขาลงจากจบโปรแกรม ถึงกระนั้น งานวิจัยหลายชิ้นยังชี้ให้เห็นช่องว่างทางการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่สนับสนุนการเติบโตของสตาร์ทอัพผ่านมุมมองด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ที่กล่าวถึงคุณค่าภายใน (Internal Value) เป็นพลังที่มองไม่เห็น (The Power of Absence) เกิดขึ้นภายใต้ปรากฏการณ์บ่มเพาะซึ่งส่งอิทธิพลทางตรงต่อกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ (Knowledge Transfer) การสร้างความร่วมมือกับพันธมิตร (Collaboration) และการสร้างธุรกิจ (Venture Creation) [8]-[10] กล่าวได้ว่าพลังที่มองไม่เห็นคือลักษณะอันโดดเด่นของความใกล้ชิด (The Predominance of Proximity)

แนวคิด “ความใกล้ชิด” ถูกพัฒนาจากสำนักคิด French School of Proximity Dynamics ซึ่งปรับให้เข้ากับบริบทของการเกิดนวัตกรรม แนวคิดดังกล่าวครอบคลุมแง่มุมที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับระยะทาง หรือพื้นที่ที่เหมาะสม

(Space) ต่อการกระชับความสัมพันธ์ (Relation) ทั้งในระดับใหญ่ (Macro) และระดับย่อย (Micro) โดยอธิบายให้เห็นถึงผู้กระทำ (Actor) ที่มีความคล้ายคลึงกันทั้งในด้านสังคม วัฒนธรรม (Norm) มีแนวโน้มที่จะสร้างความสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกันได้ดี นอกจากนี้พบว่า การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ รวมถึงการถ่ายทอดเทคโนโลยีจะมีประสิทธิภาพ หากคู่ความสัมพันธ์ (Dyad) สามารถสร้างกระบวนการสื่อสาร และเลือกเครื่องมือให้มีระดับที่ใกล้เคียงการเรียนรู้ได้ [11] สอดคล้องกับงานวิจัยของบอชมาที่ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของความใกล้ชิดที่มีผลต่อการถ่ายทอดองค์ความรู้ว่า ไม่เพียงแต่ความใกล้ชิดเชิงภูมิศาสตร์ แต่ยังรวมถึงความใกล้ชิดที่เหลือทั้ง 4 มิติ ประกอบด้วย ความใกล้ชิดเชิงความรู้ทางปัญญา ความใกล้ชิดเชิงสังคม ความใกล้ชิดเชิงองค์การ ความใกล้ชิดเชิงสถาบัน [12], [13] มุมมองดังกล่าวเป็นที่ยอมรับในวารสารนานาชาติด้านนวัตกรรม และภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ

งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาการเติบโตของสตาร์ทอัพในแง่ของการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตร และการสร้างธุรกิจที่มีผลมาจากปัจจัยความใกล้ชิดภายใต้โปรแกรมการบ่มเพาะธุรกิจ สร้างคุณูปการต่อแนวความคิดการออกแบบกิจกรรมที่ควรจะต้องเกิดขึ้นในกระบวนการเพื่อประโยชน์ของสตาร์ทอัพ ผ่านคำถามวิจัยที่ว่า ความใกล้ชิดส่งอิทธิพลทางตรงต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพในกระบวนการบ่มเพาะธุรกิจอย่างไร

### 1.1 ทบทวนวรรณกรรม

#### 1) สตาร์ทอัพ (The Startup)

สตาร์ทอัพคืออะไร การเติบโตของสตาร์ทอัพคืออะไร คำจำกัดความยังเป็นที่ยกเถียงในชุมชนนักวิจัยจนถึงปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้สตาร์ทอัพมักถูกกำหนดผ่านลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเริ่มต้นขนาดเล็กมากซึ่งเป็นธุรกิจที่เติบโตอัตราการเติบโตและล้มเหลวอย่างรวดเร็ว โดยมุ่งหมายตอบสนองความต้องการของตลาดเป็นหลัก ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ สตาร์ทอัพอาจจะเกิดจากการรวมกลุ่มคนที่มีความสามารถสูงเฉพาะด้านจำนวน 1-3 คน ดำเนินธุรกิจ

ขนาดเล็กในขั้นเริ่มต้นด้วยแนวคิดที่เน้นการแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้งาน ปรับขนาดได้อย่างรวดเร็วเมื่อประสบความสำเร็จจึงเป็นเสมือนตัวขับเคลื่อนหลักในระบบเศรษฐกิจของประเทศ [14] ความล้มเหลวของสตาร์ทอัพอาจเกิดจากการขาดทรัพยากร พันธมิตร เครือข่าย นวัตกรรม และความน่าเชื่อถือ ด้วยความสามารถที่จำกัดสตาร์ทอัพจึงเข้าร่วมโครงการบ่มเพาะ เพื่อพัฒนาการเติบโตของธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพภายใต้โครงการดังกล่าวมีความหลากหลาย เช่น คุณลักษณะของผู้ก่อตั้ง โครงสร้างองค์กร และกลยุทธ์ธุรกิจ [15]

ความสามารถในการสร้างความรู้เพื่อเปลี่ยนเป็นความมั่งคั่งทางธุรกิจ และการพัฒนาสังคมนั้นเกี่ยวข้องโดยตรงกับการสนับสนุนจากรัฐบาล มหาวิทยาลัย และองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ที่ทรงอิทธิพล ด้วยเหตุนี้แนวคิดสถาบันตัวกลางที่มีบทบาทในการบ่มเพาะธุรกิจจึงเกิดขึ้นตั้งแต่ ค.ศ. 1950 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบนวัตกรรมแห่งชาติ นำทางไปสู่การถ่ายทอดเทคโนโลยี การสร้างความรู้ รวมถึงการเกิดและปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา [16], [17] ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงกำหนดคำจำกัดความ “การเติบโตของสตาร์ทอัพภายใต้กระบวนการบ่มเพาะ” ว่าเป็นการสร้างความสามารถในการสร้างธุรกิจเพื่อเข้าสู่ตลาด และการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตร

## 2) การบ่มเพาะธุรกิจ (The Business Incubation)

การศึกษาหัวข้อบ่มเพาะธุรกิจเริ่มต้นขึ้นใน ค.ศ. 1984 โดยกระแสหลักเน้นเรื่องความสำเร็จของกระบวนการในฐานะเครื่องมือส่งเสริมการเติบโตของผู้ประกอบการ [18] ในช่วงต้น คำจำกัดความของการบ่มเพาะธุรกิจที่ดำเนินการโดยภาครัฐชี้ให้เห็นถึง ความเป็นสถาบันตัวกลางในการสร้างความรู้ สร้างเครือข่าย และสร้างธุรกิจ แบบไม่แสวงหากำไร แต่ในปัจจุบันสถาบันบ่มเพาะธุรกิจโดยภาคเอกชนได้ขยายรูปแบบธุรกิจในลักษณะให้เข้าสำนักงานผ่านการให้บริการพื้นที่สำหรับการทำงานร่วมกัน (Co-Working Space) รวมถึงบริการความรู้ผ่านพี่เลี้ยง (Mentor) ที่มีประสบการณ์จริงในอุตสาหกรรม ที่ปรึกษาด้านกฎหมายและการระดมทุนผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ (Event) เพื่อสร้างแนวทางในการ

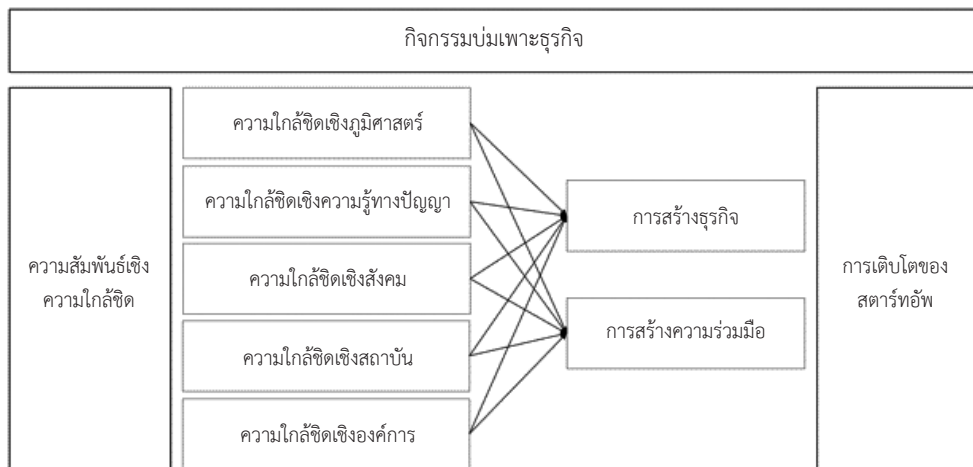
ขยายธุรกิจ (Scale) รวมถึงกระบวนการกระตุ้นเพื่อให้เกิดเติบโตอย่างรวดเร็วในระยะเวลาอันสั้น โดยอำนวยความสะดวกด้านทรัพยากรต่างๆ ในการพัฒนาผ่านการแข่งขัน (Hackathon) ซึ่งอาจจะนำไปสู่โอกาสในการถูกลงทุน [19]

งานวิจัยของอัลมูบารากีและบัสเลอร์ [17] เวนเบิร์ก และเชเมอร์ฮอนเน้นว่าการบ่มเพาะธุรกิจมีผลกระทบเชิงบวกต่อความอยู่รอดของสตาร์ทอัพและการเติบโตของการจ้างงาน แม้ว่าการบ่มเพาะธุรกิจเป็นเสมือนเครื่องมืออันทรงพลังของสตาร์ทอัพ แต่งานของซวาร์ทซ์และเมซซัวชี้ให้เห็นว่ากระบวนการบ่มเพาะอาจจะไม่ได้มีส่วนสำคัญต่อการอยู่รอด การจ้างงาน และการเติบโตสตาร์ทอัพ หากไม่คำนึงถึงระยะเวลาที่เหมาะสมของโครงการ ปัจจัยภายในที่แฝงเร้น (Latent Factor) เนื่องจากพวกเขามีแนวโน้มได้รับผลกระทบจาก “Incubator Syndrome” ดังนั้นความรับผิดชอบที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดยังคงเป็นของสตาร์ทอัพ [20]

งานวิจัยชิ้นนี้จึงกำหนดแนวคิดของการบ่มเพาะธุรกิจว่าเป็นกระบวนการที่ส่งเสริมทัศนคติของชุมชนสตาร์ทอัพในการดำเนินธุรกิจให้อยู่รอด สร้างผลกำไร สร้างพันธมิตร ขยายธุรกิจ และเกิดทรัพย์สินทางปัญญานับปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมของสตาร์ทอัพ การตระหนักถึงสำคัญในการเรียนรู้ การเข้าถึงผู้ที่กำกับดูแลกฎหมายของธุรกิจ รวมถึงนักลงทุนที่มองเห็นคุณค่าร่วมกัน และความสามารถในการบริหารโครงสร้างการมองเห็นตลาด จากคำนิยามข้างต้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพในการบ่มเพาะธุรกิจจึงมีความเชื่อมโยงกับแนวคิดความใกล้ชิดที่ถูกเสนอโดยบอชมา ทอร์เรและราล์เลห์โนเป็นและโอเลแมน และซูเบอร์

## 3) ความใกล้ชิด (The Proximity)

แนวคิดความใกล้ชิดเกี่ยวข้องกับคู่ความสัมพันธ์ในการบ่มเพาะธุรกิจ ประกอบด้วย 5 มิติ ดังนี้ 1) ความใกล้ชิดเชิงความรู้ทางปัญญา (Cognitive Proximity) คือ ความเข้ากันได้หรือการเสริมความรู้ของคู่ความสัมพันธ์ กล่าวถึงความสามารถในการตีความ และความสามารถในการดูดซับความรู้ในระดับใกล้ชิดกัน เกิดเป็นความสามารถใน



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

การปรับตัวทางธุรกิจ และถ่ายทอดความรู้ไปยังผู้อื่น เกิดการเรียนรู้ได้ตอบอย่างมีประสิทธิภาพ ในทางตรงกันข้าม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าที่มีทักษะหรือความรู้ระยะห่างมากเกินไปอาจจะไม่เกิดการแบ่งปัน [21] 2) ความใกล้ชิดเชิงสังคม (Social Proximity) คือ ความรู้สึกในความสัมพันธ์ที่นำไปสู่ความไว้วางใจ ความคุ้นเคย ส่งผลให้เกิดความร่วมมือในหมู่เครือข่าย และเพื่อนฝูง ความมุ่งมั่นและเป้าหมายร่วมกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน หรือเพื่อนร่วมอุดมการณ์ เหตุนี้จึงถูกนำมาอธิบายเกี่ยวกับความสัมพันธ์มนุษย์ระดับย่อย (Micro Relationship) [22] 3) ความใกล้ชิดเชิงภูมิศาสตร์ (Geographical Proximity) คือ พื้นที่ (Area) หรือระยะห่างที่เหมาะสมทางกายภาพของคู่สัมพันธ์ มีความสำคัญต่อการซึมซับวัฒนธรรม ยกย่อง หรือลดลงของการแลกเปลี่ยนความรู้ ถ่ายทอดเทคโนโลยี รวมถึงสร้างความร่วมมือในรูปแบบกลุ่มทางธุรกิจ (Business Cluster) ส่งผลให้เกิดวิทยาการ ความก้าวหน้า และพลังอำนาจการต่อรองเชิงโครงสร้าง [23] 4) ความใกล้ชิดเชิงองค์การ (Organizational Proximity) คือ ความคล้ายคลึงกันของโครงสร้างองค์การ ก่อให้เกิดการเข้ากันได้ง่ายในภาพใหญ่ ลดรอยต่อของการประสานงาน สู่การแลกเปลี่ยนประโยชน์ธุรกิจเชิงกลยุทธ์ระหว่างองค์การ ความใกล้ชิดนี้เป็นผลจากโครงสร้างหรือแนวปฏิบัติที่มีความยืดหยุ่น โดยเฉพาะที่เอื้อต่อการร่วมงาน

กันภายใต้ระบบนิเวศนวัตกรรมที่มีการควบคุมและการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างพันธมิตร เพิ่มโอกาสการถ่ายทอดความรู้และนวัตกรรม (Open Innovation) ระหว่างองค์กร และลดต้นทุนทางอ้อมสำหรับการเกิดนวัตกรรม [24] และ 5) ความใกล้ชิดเชิงสถาบัน (Institutional Proximity) เกิดเมื่อธุรกิจแบ่งปันชุดของระบบปฏิบัติการทางวัฒนธรรม กฎของเกม ถูกอธิบายผ่านการกำหนดบรรทัดฐาน แนวทางสิ่งจูงใจ และมีความสำคัญต่อระดับการแบ่งปันวิทยาการ เช่น ความเชื่อ วัฒนธรรม หรือภาษาที่คล้ายคลึงกันสามารถเอื้อต่อการไหลของความรู้ ในขณะที่ความแตกต่างระหว่างคู่ความสัมพันธ์อาจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีมากกว่าความแตกต่างกันทางภูมิศาสตร์ [25]

## 1.2 กรอบแนวคิดวิจัย

กรอบวิจัยถูกสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่ได้รับการยอมรับในชุมชนนักวิจัยระดับนานาชาติ และปรากฏอยู่ในสาขาผู้ประกอบการศึกษา (Entrepreneurial Study) ผนวกเข้ากับแบบจำลองการวัดประสิทธิภาพการเติบโต (Venture Performance) ภายใต้โปรแกรมบ่มเพาะธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งถูกอธิบายผลการวิจัยผ่านแนวคิดความใกล้ชิด ดังรูปที่ 1

## 2. วัสดุ อุปกรณ์และวิธีการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดให้ความใกล้ชิดทั้ง 5 มิติ เป็นตัวแปรต้น การเติบโตของสตาร์ทอัพทั้ง 2 ด้านเป็นตัวแปรตาม และกิจกรรมภายใต้การบ่มเพาะธุรกิจเป็นตัวแปรควบคุม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 68 สตาร์ทอัพ ที่เคยเข้าร่วมโปรแกรมการบ่มเพาะธุรกิจและสามารถสร้างการเติบโตได้ ผ่านวิธีการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกทวิ (Binary Logistic Regression) เป็นวิเคราะห์ตัวแปรข้อมูลเชิงปริมาณ แบ่งเป็น 2 ประเภท

- 1) วิเคราะห์โลจิสติกแบบทวิ (Binary Logistic Analysis) คือการวิเคราะห์ถดถอยแบบที่มีตัวแปรแบบ 2 ค่า คือ ไม่เกิดเหตุการณ์ ( $y = 0$ ) และเกิดเหตุการณ์ ( $y = 1$ ) และ
- 2) วิเคราะห์ตัวแปรที่มีค่ามากกว่า 2 ค่า (Polychromatic Variable) การวิเคราะห์สถิติถดถอยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำนายโอกาส หาผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในเหตุการณ์ หรือพฤติกรรมที่สนใจ และสามารถทราบถึงอิทธิพลในเชิงปริมาณของปัจจัยต่างๆ ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มหรือลดโอกาสของการเกิดเหตุการณ์ที่เราสนใจได้ เช่นการทำนายระดับความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพภายใต้ปรากฏการณ์บ่มเพาะธุรกิจที่มีความแตกต่างหลากหลายของกิจกรรมที่ส่งผลกระทบ

ผู้วิจัยสร้างโมเดลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ( $Y$ ) กับตัวแปรทำนาย ( $X$ 's) จะทำให้ทราบความสัมพันธ์หรืออิทธิพลต่อกลุ่มตัวแปร ( $Y$ ) ที่เรากำหนดหรือไม่ ดังสมการที่ (1)

$$\text{Log} \left( \frac{p_{\text{group } i}}{p_{\text{group } k}} \right) = b_{i0} + b_{i1}X_1 + b_{i2}X_2 + \dots + b_{ip}X_p \quad (1)$$

ค่าสัมประสิทธิ์  $b_{i0}, b_{i1}, b_{i2}, \dots, b_{ip}$  ของกลุ่มที่  $i$  และกลุ่มที่เป็นฐาน (Baseline Category) จะมีค่าเป็น  $b_0 = b_1$  ดังสมการที่ (2)

$$P_y = \frac{e^{b_0 + b_1X_1 + \dots + b_pX_p}}{1 + e^{b_0 + b_1X_1 + \dots + b_pX_p}} \quad (2)$$

โดยที่  $P$  = ผลลัพธ์ค่าความน่าจะเป็นของอิทธิพลต่อปัจจัยของความตั้งใจที่เข้าร่วมโปรแกรมบ่มเพาะ และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับเมื่อจบโปรแกรม

$$e = 2.71828$$

## 3. ผลการทดลอง

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา เบื้องต้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรในตัวแบบที่ใช้ในการศึกษา เพื่อป้องกันการเกิดความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระมากกว่า 2 ตัว (Multicollinearity) ซึ่งการที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่สูง อาจส่งผลให้สมการตัวแบบที่ใช้ในการพยากรณ์ตัวแปรตามมีความคลาดเคลื่อน ดังนั้นจึงต้องตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระเพื่อให้แน่ใจว่า ตัวแปรอิสระสามารถอยู่ในสมการตัวแบบได้ ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานทางสถิติสำหรับการวิจัย

โดยที่  $H_0$  = ตัวแปรสองตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน

$H_1$  = ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์กัน

ระดับนัยสำคัญอยู่ที่ 0.05 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์จะพิจารณาจากค่า Sig. (2-tailed) หากค่า Sig. (2-tailed) มีค่า น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับ  $H_1$  ซึ่งสรุปได้ว่า ตัวแปรสองตัวมีความสัมพันธ์กัน ในทางตรงกันข้าม หากค่า Sig. (2-tailed) มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่ายอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธ  $H_1$  ซึ่งสรุปว่า ตัวแปรสองตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน ผู้วิจัยกำหนดรหัสตัวแปรดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รหัสตัวแปรความใกล้ชิด

| ประเภทความใกล้ชิด              | ปัจจัยความใกล้ชิด                      | รหัสตัวแปร |
|--------------------------------|----------------------------------------|------------|
| ความใกล้ชิดเชิงความรู้ทางปัญญา | ประสบการณ์ในนวัตกรรมเดียวกัน           | POXi       |
|                                | ระดับองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ | POXb       |
| ความใกล้ชิดเชิงสังคม           | ความผูกพัน หรือสัมพันธ์เกี่ยวข้อง      | POXa       |
|                                | ความรู้จักกันมาก่อน                    | POXf       |
|                                | ความสนิทสนมคุ้นเคย                     | POXl       |
|                                | ความไว้วางใจ                           | POXt       |



**ตารางที่ 1** รหัสตัวแปรความใกล้ชิด (ต่อ)

| ประเภทความใกล้ชิด         | ปัจจัยความใกล้ชิด            | รหัสตัวแปร |
|---------------------------|------------------------------|------------|
| ความใกล้ชิดเชิงภูมิศาสตร์ | การร่วมงานในพื้นที่เดียวกัน  | POXg       |
|                           | ระยะห่างของพื้นที่ร่วมงาน    | POXm       |
| ความใกล้ชิดเชิงองค์การ    | โครงสร้างหน่วยงานคล้ายคลึง   | POXs       |
|                           | ระบบการทำงานคล้ายคลึง        | POXw       |
| ความใกล้ชิดเชิงสถาบัน     | กฎระเบียบเอื้อต่อความร่วมมือ | POXr       |
|                           | วัฒนธรรมองค์กรคล้ายคลึง      | POXc       |

จากตารางที่ 1 ผู้วิจัยนำรหัสตัวแปรแทนค่าทางสถิติผลวิจัยพบว่า เมื่อพิจารณาค่า Sig.(2-tailed) ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 พบว่า มีตัวแปรความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยทางสถิติ ( $p > 0.05$ ) โดยตัวแปรอิสระที่พบว่า มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างมากจนถึงระดับมากจำนวน 5 คู่ โดยเรียงจากค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงไปหาความสัมพันธ์ต่ำผลที่ได้จากการวิจัยปรากฏดังตารางที่ 2

ในตารางที่ 2 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หมายความว่า ตัวแปรนั้นๆ มีความสัมพันธ์กับค่า y (ความเติบโตของสตาร์ทอัพในการบ่มเพาะธุรกิจ) กล่าวคือ ด้านความใกล้ชิด

เชิงความรู้ทางปัญญา แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการเติบโตของสตาร์ทอัพภายใต้กิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจและปัจจัยด้านประสบการณ์ในนวัตกรรมเดียวกัน (POXi) และปัจจัยด้านระดับองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ (POXb) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับ 0.404 ( $p\text{-value} = 0.001$ ) ด้านความใกล้ชิดเชิงสังคม แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการเติบโตของสตาร์ทอัพภายใต้กิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจและปัจจัยด้านความผูกพัน (POXa) และปัจจัยด้านโครงสร้างหน่วยงานคล้ายคลึง (POXs) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับ 0.678 ( $p\text{-value} = 0.001$ ) ด้านความใกล้ชิดเชิงภูมิศาสตร์ แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการเติบโตของสตาร์ทอัพภายใต้กิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจและปัจจัยด้านการร่วมงานในพื้นที่เดียวกัน (POXg) และ ปัจจัยด้านความผูกพัน หรือสัมพันธ์เกี่ยวข้อง (POXa) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับ 0.589 ( $p\text{-value} = 0.022$ ) ด้านความใกล้ชิดเชิงองค์การ แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการเติบโตของสตาร์ทอัพภายใต้กิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจและปัจจัยด้านโครงสร้างหน่วยงานคล้ายคลึง (POXs) และระบบการทำงานคล้ายคลึง (POXw) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับ 0.745 ( $p\text{-value} = 0$ ) ด้านความใกล้ชิดเชิงสถาบัน แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการเติบโต

**ตารางที่ 2** ปัจจัยผลกระทบความใกล้ชิดที่ส่งผลต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพในการบ่มเพาะธุรกิจ

| ปัจจัยความใกล้ชิด              | ปัจจัยค่าตัวแปร | Coefficient | Std. Error | Std. Coefficient | Tolerance | t-Stat | p-value |
|--------------------------------|-----------------|-------------|------------|------------------|-----------|--------|---------|
| ความใกล้ชิดเชิงความรู้ทางปัญญา | POXi POXb       | 0.404       | 0.111      | 0.366            | 0.86      | 3.657  | 0.001   |
|                                | POXi POXl       | 0.333       | 0.105      | 0.369            | 0.736     | 3.173  | 0.002   |
|                                | POXb POXr       | 0.340       | 0.129      | 0.342            | 0.813     | 2.646  | 0.010   |
| ความใกล้ชิดเชิงสังคม           | POXf POXr       | 0.774       | 0.514      | 0.207            | 0.92      | 1.504  | 0.138   |
|                                | POXa POXs       | 0.678       | 0.188      | 0.611            | 0.234     | 3.616  | 0.001   |
|                                | POXl POXt       | 0.556       | 0.148      | 0.416            | 0.754     | 3.75   | 0       |
| ความใกล้ชิดเชิงภูมิศาสตร์      | POXg POXl       | 0.343       | 0.228      | 0.232            | 0.756     | 1.500  | 0.139   |
|                                | POXg POXa       | 0.589       | 0.251      | 0.430            | 0.991     | 2.350  | 0.022   |
|                                | POXm POXf       | 0.774       | 0.514      | 0.207            | 0.920     | 1.504  | 0.138   |
| ความใกล้ชิดเชิงองค์การ         | POXs POXw       | 0.745       | 0.078      | 0.695            | 0.397     | 9.526  | 0       |
|                                | POXs POXa       | 0.265       | 0.068      | 0.294            | 0.409     | 3.919  | 0       |
| ความใกล้ชิดเชิงสถาบัน          | POXr POXc       | 0.575       | 0.122      | 0.706            | 0.757     | 4.728  | 0       |
|                                | POXc POXw       | 0.628       | 0.186      | 0.565            | 0.323     | 3.379  | 0.001   |

ของสตาร์ทอัพภายใต้กิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจและปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรคล้ายคลึง (POXC) และ ระบบการทำงานคล้ายคลึง (POXw) โดยมีความสัมพันธ์ในระดับ  $0.628$   $p\text{-value} = 0.001$ ) เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดความใกล้ชิดทั้ง 5 มิติ ด้วยความสัมพันธ์แบบถดถอย แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพภายใต้กิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจ ทั้ง 5 มิติ ดังต่อไปนี้

#### มิติที่ 1 ด้าน ความใกล้ชิดเชิงความรู้ทางปัญญา

โดยสอดคล้องกับความใกล้ชิดเชิงความรู้ทางปัญญา 2 ด้าน คือการมีประสบการณ์ในนวัตกรรมเดียวกัน และระดับความรู้ทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและตลาด เนื่องจากกระบวนการเรียนรู้ การถ่ายทอดวิทยาการและเทคโนโลยีด้วยรูปแบบโต้ตอบย่อมเกิดประสิทธิภาพต่อการพัฒนาศักยภาพ สตาร์ทอัพจึงต้องสร้างระดับองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจให้เกิดความใกล้ชิดในระดับที่สามารถทำให้เกิดการตีความและสร้างความเข้าใจเมื่อมีการสื่อสารหรือถ่ายทอดองค์ความรู้ในระหว่างคู่ความสัมพันธ์ เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์สำหรับการเข้าร่วมโปรแกรม เหตุนี้ค่าความสัมพันธ์จึงอยู่ที่  $0.404$  นอกจากนี้ ปัจจัยความสนทนมายังปรากฏค่าความสัมพันธ์อยู่ที่  $0.333$  หมายความว่าเมื่อสตาร์ทอัพคุ้นเคยกันจะช่วยให้เกิดพื้นที่ปลอดภัยต่อความรู้สึกสำหรับการแบ่งปัน สามารถปรึกษาแลกเปลี่ยนกัน อย่างราบรื่นในรูปแบบที่ทั้งเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ เช่นในกิจกรรมการแข่งขันประกวดแผนธุรกิจเพื่อแสดงโอกาสในตลาด (Pitching Contests/Demo Day) และการประกวดนวัตกรรมเพื่อแสดงความเป็นไปได้ของ ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือโซลูชัน (Hackathons/Innovation Challenges) ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เชี่ยวชาญ พี่เลี้ยง และกรรมการ ผู้ตัดสินอย่างเข้มข้น

#### มิติที่ 2 ด้าน ความใกล้ชิดเชิงสังคม

โดยสอดคล้องกับความใกล้ชิดเชิงสังคมทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ความผูกพันหรือความสัมพันธ์เกี่ยวข้อง เคยรู้จักกันมาก่อน ความสนทนมนคุ้นเคยกัน จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ปัจจัยข้างต้นมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อโครงสร้างหน่วยงานคล้ายคลึง และกฎระเบียบเอื้อต่อความ

ร่วมมือกัน เหตุนี้ค่าความสอดคล้องกันจึงอยู่ที่ระดับ  $0.774$  และ  $0.678$  สามารถนำมาพัฒนาความสัมพันธ์เชิงอุดมการณ์ ความมุ่งมั่น การตั้งเป้าหมายร่วม นอกจากนี้ยังพบความสัมพันธ์ในระดับย่อยที่  $0.556$  คือ ความไว้วางใจกันถือเป็นส่วนสำคัญในกิจกรรมการดูแลเชิงปฏิบัติโดยพี่เลี้ยง (Mentorship Programs) และกิจกรรมการให้คำปรึกษาธุรกิจ และการอบรมความรู้เชิงปฏิบัติการ (Educational Business Workshops)

#### มิติที่ 3 ด้าน ความใกล้ชิดเชิงภูมิศาสตร์

โดยสอดคล้องกับความใกล้ชิดเชิงภูมิศาสตร์ 2 ด้านคือการร่วมงานพื้นที่เดียวกัน (Location) และระยะห่างของพื้นที่ร่วมงาน (Distance) เมื่อมองถึงหลักการพัฒนาศักยภาพในมนุษย์จะพบว่า การที่อยู่รวมกันเป็นคลัสเตอร์ (Cluster) หรือย่านนวัตกรรม (Innovation District) อย่างซิลิคอนวัลเลย์นั้น ความใกล้ชิดกันเชิงพื้นที่จะช่วยให้เกิดการซึมซับและถ่ายทอดวิทยาการ เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเกิดเป็นธุรกิจการแบ่งปันพื้นที่ทำงานร่วมกันทั้งยังสามารถแบ่งปันทรัพยากรเพื่อทดสอบนวัตกรรม (Technological Resources) ได้ด้วย เหตุนี้ค่าความสัมพันธ์จึงอยู่ที่  $0.343$  และ  $0.589$  นอกจากนี้การที่สตาร์ทอัพรู้จักกันมาก่อนเข้าร่วมโปรแกรมบ่มเพาะยังสามารถช่วยพัฒนาความสัมพันธ์กันได้ ราบรื่นภายใต้ปรากฏการณ์บ่มเพาะธุรกิจ สอดคล้องกับค่าความสัมพันธ์ในระดับย่อยที่  $0.774$

#### มิติที่ 4 ด้าน ความใกล้ชิดเชิงองค์การ

โดยสอดคล้องกับความใกล้ชิดเชิงองค์การ 2 ด้าน คือ โครงสร้างหน่วยงานคล้ายคลึงกัน และ ระบบทำงานที่คล้ายคลึง จากการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์พบว่า ภายใต้กิจกรรมการจับคู่ธุรกิจ และคู่ค้า (Business Matching) รวมถึงกิจกรรมเพื่อเข้าถึงเครือข่ายภาครัฐ (Government Trade Agencies Event) ต้องอาศัยระบบการปฏิบัติงานที่ยืดหยุ่น โครงสร้างองค์การที่สามารถลดรอยต่อของการประสานงานได้ เพื่อแลกเปลี่ยนประโยชน์ธุรกิจเชิงกลยุทธ์ เหตุนี้ค่าความสัมพันธ์จึงอยู่ที่  $.745$  และ  $.649$  นอกจากนี้ปัจจัยด้านความผูกพัน หรือสตาร์ทอัพที่ความเกี่ยวข้องกับคู่สัมพันธ์มาก่อน จะช่วยเพิ่มอัตราการเติบโตในแง่ของการเชื่อมโยงเข้ากับ



ระบบนิเวศนวัตกรรมที่มีการควบคุมและการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างพันธมิตร

#### มิตีที่ 5 ด้านความใกล้ชิดเชิงสถาบัน

โดยสอดคล้องกับความใกล้ชิดเชิงสถาบัน 2 ด้าน คือ ภาวะเทียบเอื้อต่อความร่วมมือกัน และวัฒนธรรมคล้ายคลึงภายใต้กิจกรรมการบ่มเพาะที่เอื้อให้เกิดโอกาสการเข้าถึงกลุ่มเงินทุน หรือนักลงทุน (Venture Capital Investment Networks) กระทั่งไปสู่กิจกรรมที่สนับสนุนการลงทุนในสัญญา (Contracting Support Programs) ผู้วิจัยพบปัจจัยสำคัญอีกด้านที่สามารถทำให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ข้างต้นได้กล่าวคือ สตาร์ทอัพที่มีภาวะเทียบปฏิบัติ วัฒนธรรมองค์การที่คล้ายกับคู่ค้า หรือพันธมิตรจะช่วยให้อัตราการเติบโตสูงขึ้น ค่าความสัมพันธ์จริงอยู่ที่ 0.510 และ 0.575 เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงระบบการทำงานคล้ายคลึงกันด้วยค่า 0.628

ความแตกต่างระหว่างความใกล้ชิดเชิงองค์การ และความใกล้ชิดเชิงสถาบันคือ ความใกล้ชิดเชิงสถาบันพัฒนาไปสู่การกำหนดกฎของเกมแห่งพลังอำนาจเชิงโครงสร้างตามแนวของทฤษฎี (Institutional Theory) มากกว่าความใกล้ชิดเชิงองค์การที่เน้นการกำหนดโครงสร้างการจัดการระเบียบวิธีปฏิบัติในองค์การ

ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพในการบ่มเพาะธุรกิจ ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด ที่สตาร์ทอัพต้องพัฒนาให้เกิดเป็นทรัพยากรพื้นฐานคือ ความใกล้ชิดเชิงความรู้ทางปัญญา เพราะเกี่ยวข้องโดยตรงกับกระบวนการเรียนรู้ และความสามารถดูดซับทั้งจากผู้เชี่ยวชาญในโปรแกรม และผู้ที่มีประสบการณ์โดยตรง เนื่องจากการเติบโตจนสามารถพัฒนาไปถึงขั้นทำกำไรอย่างยั่งยืนได้นั้น ต้องอาศัยความรู้ความสามารถตัวสตาร์ทอัพเป็นเชื้อเพลิง หากกระบวนการแสวงหาความรู้อยู่ในระดับที่ห่างกันมาก จากความสามารถในการตีความเพื่อสร้างความเข้าใจ จะส่งผลให้ไม่เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ นอกจากนี้ในระบบนิเวศนวัตกรรมจำเป็นต้องมีความใกล้ชิดเชิงสังคมเป็นปัจจัยร่วมขับเคลื่อน เนื่องจากการพัฒนาการเติบโตของสตาร์ทอัพไม่

สามารถเกิดขึ้นได้โดยลำพัง ความสัมพันธ์ที่มีความเชื่อมโยง (Connections) อย่างมีประสิทธิภาพจะกลายเป็นอาวุธที่ทรงพลังในโลกทุนนิยม ระบบเศรษฐกิจอาศัยความสัมพันธ์ตามแนวทฤษฎีเครือข่าย (Network Theory) ด้วยเหตุนี้หนึ่งในปัจจัยหลักที่ทำให้สตาร์ทอัพต้องล้มเหลวจึงมาจากการที่ขาดทรัพยากรด้านเครือข่ายด้วย นอกจากนี้ การพัฒนาความใกล้ชิดเชิงสังคมจะช่วยให้เกิดความคุ้นเคย ความสนิทสนม ความปลอดภัยของความรู้สึก ส่งผลให้เกิดความราบรื่นในการถ่ายทอดองค์ความรู้ ความไว้วางใจเชื่อใจ นำไปสู่การสนับสนุนช่วยเหลือ ซึ่งอาจจะให้ผลดีมาในการสื่อสารบนรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ และไม่ต้องอาศัยพื้นที่เชิงภูมิศาสตร์เพื่อเข้าถึงกันในทุกครั้ง เนื่องจากปัจจัยเชิงภูมิศาสตร์ยังคงส่งผลทางตรงต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพในแง่ของการรวมตัวกันเป็นกลุ่มธุรกิจ นำไปสู่การสร้างความร่วมมือให้เกิดพื้นที่ยุทธศาสตร์ สามารถสร้างอำนาจต่อรองเชิงโครงสร้างตามทฤษฎีความเป็นสถาบัน

งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อสตาร์ทอัพที่ต้องการพัฒนาตนเอง และเติมเต็มทรัพยากรที่ตนขาด นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นผลของกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายใต้การบ่มเพาะธุรกิจ ว่ามีผลกระทบเป็นอย่างมากต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพได้อย่างไร นักบ่มเพาะธุรกิจ (Incubator) สามารถนำผลวิจัยนี้ไปออกแบบกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหา Incubator Syndrome ซึ่งคุณค่าของการบ่มเพาะธุรกิจสามารถช่วยให้สตาร์ทอัพที่มีขนาดเล็กได้รับการพัฒนาขั้นพื้นฐานเพื่อรองรับเศรษฐกิจในระดับมหภาค

#### 4. สรุป

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่ดีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติ การวิจัยในกลุ่มตัวอย่าง 68 สตาร์ทอัพที่เข้าร่วมโปรแกรมการบ่มเพาะธุรกิจด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกส์ ผู้วิจัยพบว่าการเกิดกิจกรรมภายใต้โปรแกรมการบ่มเพาะธุรกิจมีความสัมพันธ์กับปัจจัยความใกล้ชิด ซึ่งเป็นปัจจัยแฝงเร้นส่งอิทธิพลทางตรงต่อการเติบโตสตาร์ทอัพทั้งในด้านการก่อตั้งธุรกิจ (Venture Creation) และการสร้างความร่วมมือ

**ตารางที่ 3** ความสัมพันธ์ระหว่างปรากฏการณ์บ่มเพาะธุรกิจและความใกล้ชิดที่ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพ

| กิจกรรมการบ่มเพาะธุรกิจ                                                       | ปัจจัยความใกล้ชิด |       |            |         |        |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------|------------|---------|--------|
|                                                                               | ความรู้ทางปัญญา   | สังคม | ภูมิศาสตร์ | องค์การ | สถาบัน |
| การแบ่งปันพื้นที่ทำงานร่วมกัน<br>(Co-Working Spaces)                          | .                 | .     | .          | .       | .      |
| การแบ่งปันทรัพยากรเพื่อทางเทคนิค<br>(Technological Resources)                 | .                 | .     | .          |         |        |
| การให้ความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญา<br>(Originality/Patent Registrations)      | .                 | .     |            |         |        |
| การให้คำปรึกษาด้านก่อตั้งธุรกิจ<br>(Educational Business Workshops)           | .                 | .     |            |         |        |
| การดูแลเชิงปฏิบัติโดยพี่เลี้ยง<br>(Mentorship Programs)                       | .                 | .     | .          |         |        |
| การแข่งขันประกวดแผนธุรกิจ<br>(Pitching Contests/Demo Days)                    | .                 | .     | .          |         |        |
| การแข่งขันประกวดนวัตกรรม<br>(Hackathons/Innovation Challenges)                | .                 | .     | .          |         |        |
| การจัดจับคู่ธุรกิจ และคู่ค้า<br>(Business Matching)                           | .                 | .     | .          | .       | .      |
| การจัดกิจกรรมเพื่อเข้าถึงนักลงทุน<br>(Venture Capital Investment Networks)    | .                 | .     | .          | .       | .      |
| การจัดกิจกรรมเพื่อเข้าถึงเครือข่ายภาครัฐ<br>(Government Trade Agencies Event) | .                 | .     | .          | .       | .      |
| การจัดโปรแกรมเพื่อสนับสนุนลงนามสัญญา<br>(Contracting Support Programs)        | .                 | .     | .          | .       | .      |

(Partner Collaboration) ผู้วิจัยสรุปผลในรูปแบบดังตารางที่ 3

ข้อเสนอแนะงานวิจัย การศึกษานี้เพิ่มมุมมองให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างสตาร์ทอัพ และนักบ่มเพาะธุรกิจที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทย ในขณะที่การศึกษาไม่ได้มุ่งเน้นถึงบทบาทของตัวกลางด้านนวัตกรรม หรือตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของสตาร์ทอัพในระดับสากล ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดความใกล้ชิดบนรูปแบบที่มีพลวัต ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงในห้วงเวลาการเติบโตของสตาร์ทอัพที่ระดับสากล เพื่อให้เห็นหลักฐานเชิงประจักษ์พร้อมคลี่คลายลักษณะความสัมพันธ์เชิงความใกล้ชิดสำหรับมิติที่มีความใกล้เคียงกันมาก

### เอกสารอ้างอิง

- [1] J. A. Schumpeter, "History of Economic Analysis," New York: Oxford University Press, 1954.
- [2] J. Hudson, H.F. Khazragui, "Into the valley of death: Research to innovation," *Drug Discovery Today*, vol. 18, no. 13, pp. 610–613, 2013.
- [3] S. A. Lundqvist, "An exploratory study of enterprise risk management: Pillars of ERM," *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, no. 3, pp. 393–429, 2014.
- [4] M. T. Hansen, H. W. Chesbrough, N. Nohria, and

- N. D. Sull., "Networked incubators. Hothouses of the new economy," *Harvard business review*, vol. 78, no. 5, pp. 74–84, 2000.
- [5] V. Lasrado, S. Sivo, C. Ford, T. O'Neal, and I. Garibay, "Do graduated university incubator firms benefit from their relationship with university incubators?" *The Journal of Technology Transfer*, vol. 41(2), pp. 205–219, 2016.
- [6] M. V. Zedtwitz, "Classification and management of incubators: aligning strategic objectives and competitive scope for new business facilitation," *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, vol. 3, no. 1–2, pp. 176–196, 2003.
- [7] J. L. Scillitoe and A. K. Chakrabarti, "The role of incubator interactions in assisting new ventures." *Technovation*, vol. 30, no. 3, pp. 155–167, 2010.
- [8] B. Pettersson and A. Götsén, "Business Incubators - the savior of startups?: An exploratory study on knowledge acquisition in a business incubator from a startup perspective," 2016.
- [9] M. Silva, J. Howells, and M. Meyer, "Innovation intermediaries and collaboration: knowledge-based practices and internal value creation," *Research Policy*, vol. 47, no. 1, pp. 70–87, 2018.
- [10] K. Mason and R. Chakrabarti, "The role of proximity in business model design: Making business models work for those at the bottom of the pyramid." *Industrial Marketing Management*, vol. 61, pp. 67–80, 2017.
- [11] C. Cantù, "Entrepreneurial knowledge spillovers: Discovering opportunities through understanding mediated spatial relationships." *Industrial Marketing Management*, vol. 61, pp. 30–42, 2017.
- [12] P. A. Balland, R. Boschma, and K. Frenken, "Proximity and innovation: from statics to dynamics," *Regional Studies*, vol. 49, no. 6, pp. 907–920, 2015.
- [13] R. Boschma, "Proximity and Innovation: A Critical Assessment." *Regional Studies*, vol. 39, no. 1, 2005.
- [14] J. R. Baum, E. A. Locke, and K. G. Smith, "Multidimensional Model of Venture Growth." *Academy of Management Journal*, vol. 44 no. 2, pp. 292–303, 2001.
- [15] OECD. (n.d.). (2020, March). *Start-up and entrepreneurship* [Online]. Available: <http://www.oecd.org/sti/outlook/eoutlook/stipolicy/profiles/competencestoinnovate/startupandentrepreneurship.htm>
- [16] H. Etzkowitz, "Innovation in innovation: The triple helix of university-industry-government relations," *Social science information*, vol. 42, no. 3, pp. 293–337, 2003.
- [17] H. Lundberg, "Triple Helix in practice: The key role of boundary spanners," *European Journal of Innovation Management*, vol. 16 no. 2, pp. 211–226, 2013.
- [18] S. M. Hackett and D. M. Dilts, "Inside the black box of business incubation: Study B-scale assessment, model refinement, and incubation outcomes." *The Journal of Technology Transfer*, vol. 33, no. 5, pp. 439–471, 2008.
- [19] C. Campbell, R. C. Kendrick, and D. S. Samuelson, "Stalking the latent entrepreneur: Business incubators and economic development,"



- Economic Development Review*, vol.3, no.2, pp. 43–49, 1985.
- [20] L. Levakova, “The role of business incubators in supporting the SME start-up,” *Acta Polytechnica Hungarica*, vol. 9, no.3, pp. 85–95, 2012.
- [21] B. Nooteboom, W. V. Haverbeke, G. Duysters, V. Gilsing, and A. V. Oord, “Optimal cognitive distance and absorptive capacity,” *Research Policy*, vol. 36, no. 7, pp. 1016–1034, 2007.
- [22] R. Boschma and K. Frenken, “The Spatial Evolution of Innovation Networks: A Proximity Perspective,” *Papers in Evolutionary Economic Geography (PEEG)*, Utrecht University, Department of Human Geography and Spatial Planning, Group Economic Geography, vol. 39, no. 1, pp. 61–74, 2009.
- [23] J. Knobens and L. A. G. Oerlemans, “Proximity and Inter-organizational collaboration: A literature review,” *International Journal of Management Reviews*, vol. 8, no.2, pp. 71–89, 2006.
- [24] F. Huber, “On the role and interrelationship of spatial, social and cognitive proximity: Personal knowledge relationships of r&d workers in the cambridge information technology cluster,” *Regional Studies*, vol. 46, no. 9, pp. 1169–1182, 2012.