

การศึกษบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชน
ในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
การศึกษาบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชน
ในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2560



.....
นางสาวสิริพัชร อานพรหม
ผู้วิจัย

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศา รุ่งเรือง,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษานิพนธ์

.....
สุภรักษ์ สุริยันเกียรติแก้ว,
Ph.Ds.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
ดวงพร อภาศิลป์,
Ph.D.
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กันตามระ,
Ed.D.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ เรื่อง การศึกษาบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิศารุ่งเรือง, Ph.D. อาจารย์ที่ปรึกษาที่สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาให้ข้อเสนอแนะ ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ ตลอดจนตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาจนทำให้การศึกษาครั้งนี้เสร็จสิ้นสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และขอขอบพระคุณคณาจารย์วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่าน ที่ได้ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ ทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติ อันเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบทุกท่านที่สละเวลาในการให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ในงานวิจัยชิ้นนี้

ขอขอบพระคุณคุณวัชรินทร์ วิทยวิวิศศักดิ์ และ คุณวระริษา ลี้มแดงสงวน ผู้จัดการและเจ้าหน้าที่บริหารโครงการสมาคมหน่วยบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ไทย ที่ให้คำปรึกษาและชี้แนะแนวทางการศึกษาในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคุณกรภัทร ลาคำ เจ้าหน้าที่หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ให้ความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้

สารนิพนธ์ฉบับนี้ จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้เลย หากไม่ได้ความอนุเคราะห์จากผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ทุกท่าน ขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่า ในการให้ความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลอันมีค่าต่อการศึกษานี้

สุดท้ายนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องและผู้สนใจนำผลการศึกษาที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ โอกาสนี้

สิริพัชร อานพรหม

การศึกษายบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup
THE ROLE OF GOVERNMENT AND PRIVATE SECTORS IN
STARTUP DEVELOPMENT STUDY

สิริพัชร อานพรหม 5850186

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์พลิสารุ่งเรือง, Ph.D., ดร.สุภรัถย์
สุริยพันธ์เกียรติแก้ว, Ph.Ds., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กันตามระ, Ed.D.

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษายบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup, เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่พึงประสงค์ให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาสนับสนุนในการขับเคลื่อนธุรกิจ และเพื่อเปรียบเทียบบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน กับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup โดยเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจ Startup จำนวน 15 คน 2) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup จากรายงานประจำปี, รายงานการประชุม รวมถึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลทั้งสองส่วนมาเปรียบเทียบกัน โดยเชื่อมโยงกับทฤษฎี Startup Development Phase (Loikkanen, 2013)

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจุบันในประเทศไทยทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน มีบทบาทในระบอบบ่มเพาะแนวคิดทางธุรกิจ (Formation) มากที่สุด โดยมีจำนวนหน่วยงานที่สนับสนุนถึง 94 หน่วยงาน รองลงมาคือ ระยะพัฒนาสินค้า (Validation) 12 หน่วยงาน และระยะเติบโตและขยายกิจการ (Growth) เพียง 4 หน่วยงานเท่านั้น ด้านมุมมองผู้ประกอบการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระยะพัฒนาสินค้า (Validation) มากที่สุด สังกัดได้จาก ความคิดเห็นของผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองว่า ทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เข้ามากระทบธุรกิจ รวมถึงปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จนั้นคือ ปัจจัยทางการตลาด ซึ่งขัดแย้งกับบทบาทหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญในระยะบ่มเพาะแนวคิดทางธุรกิจ (Formation) มากที่สุด

คำสำคัญ : Startup/ Startup Development Phase

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 คำถามงานวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์งานวิจัย	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย	3
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	3
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 นิยามของ Startup Company	5
2.2 ความแตกต่างของ Startup และ Small Business	6
2.3 ระบบนิเวศธุรกิจในประเทศไทย (Startup Ecosystem)	8
2.4 ความท้าทายของธุรกิจ Startup	9
2.5 ภาพรวมการเติบโตของธุรกิจ Startup (Startup Development Phase)	11
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	22
3.1 รูปแบบการวิจัย	22
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	23
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	23
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	27
4.1 บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup	27
4.1.1 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ	27
4.1.2 บทบาทของหน่วยงานภาคเอกชน	32
4.2 มุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup	35
4.2.1 แนวคิดในการเริ่มต้นธุรกิจ	35
4.2.2 การหาข้อมูลในการเริ่มต้นธุรกิจ	38
4.2.3 อุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจ	39
4.2.4 ปัญหาที่พบในการประกอบธุรกิจ	42
4.2.5 ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ	45
4.3 ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup	45
4.3.1 ข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่เคยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและ/หรือภาคเอกชน	46
4.3.2 ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่ไม่เคยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและ/หรือภาคเอกชน	50
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	53
5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	53
5.1.1 บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup	54
5.1.2 มุมมองและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup	56
5.1.3 การเปรียบเทียบระหว่าง บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนกับมุมมองของผู้ประกอบการ	58
5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร (Managerial Implications)	59
5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต	61

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	62
ภาคผนวก	68
ภาคผนวก ก : แบบสัมภาษณ์เชิงลึก	69
ประวัติผู้วิจัย	72



สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	แสดงผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Startup	17



สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	ความแตกต่างของ Small Business และ Start-up Business	7
2.2	The Top 20 Reasons Startups Fail	11
2.3	Startup Development Phase	14
3.1	วิธีดำเนินการวิจัย	25
4.1	สรุปจำนวนหน่วยบ่มเพาะธุรกิจในประเทศไทย พ.ศ. 2560	34
4.2	สรุปจำนวนหน่วยงานที่พัฒนาผู้ประกอบการผ่านโปรแกรมเร่งรัดธุรกิจเริ่มต้น (Accelerator)	35
4.3	ปัจจัยที่ทำให้เกิดแนวคิดในการเริ่มต้นธุรกิจ	38
4.4	อุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจ	42
4.5	ปัญหาที่พบในการประกอบธุรกิจ	44
4.6	ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐ	47
5.1	แสดงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เข้ามาสนับสนุนในแต่ละช่วงของการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup (Startup Development Phase)	56

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันแนวโน้มคนรุ่นใหม่ ไม่ว่าจะเป็นนักเรียน นักศึกษาจบใหม่ ต่างใฝ่ฝันจะเป็นเจ้าของธุรกิจ ซึ่งต่างมองว่า การมีกิจการส่วนตัวนำมาซึ่งความอิสระในการดำเนินชีวิต ประชาชนไทยจำนวน 71 % มองว่า การก่อตั้งธุรกิจใหม่ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะธุรกิจ Startup หรือ SMEs เป็นทางเลือกในการประกอบอาชีพที่ใฝ่ฝัน และมากกว่า 70 % ของประชาชนไทยมองว่า คนที่ประสบความสำเร็จในการก่อตั้งธุรกิจใหม่จะได้รับการยอมรับจากคนทั่วไปและมีสถานะทางสังคมสูง (สุชาติ ไตรภพสกุล, 2559) ซึ่งถือเป็นการตอกย้ำกระแสการเป็นเจ้าของธุรกิจของคนไทยยุคใหม่ในปีที่ผ่านมา

Startup เป็นคำที่มักได้ยินอย่างหนาหู ในช่วงเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา นักวิชาการ นักธุรกิจ รวมถึงนักวิจัยได้ให้ความหมายไว้มากมาย อาทิ Startup คือ องค์กรของมนุษย์ที่ออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เข้าสู่ตลาด ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนเป็นอย่างยิ่ง (Ries, 2011) โดย Startup เป็นการเริ่มต้นธุรกิจที่เริ่มจากกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีนวัตกรรมและมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจ สามารถพัฒนาแนวคิดออกมาเป็นสินค้า ขายในตลาด และเกิดเป็นอุตสาหกรรมใหม่ได้ (ประไพ ครุเสณีย์, 2557) อย่างไรก็ตาม ธุรกิจ Startup นั้นยังขาดความชัดเจน เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ลูกค้าคือใคร สร้างรายได้อย่างไร หากพบความชัดเจนใน 3 ด้านข้างต้น ความเป็นธุรกิจเริ่มต้นจะสิ้นสุดลง และจะเป็นการเริ่มต้นธุรกิจจริงๆ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะผ่านช่วงนี้ไปได้ยาก (McClure, 2014) จากนิยามดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า Startup คือ ธุรกิจเกิดใหม่ที่เริ่มจากกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีนวัตกรรม สร้างธุรกิจรูปแบบใหม่เข้าสู่ตลาด สามารถทำซ้ำและขยายขนาดเข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว

เมื่อกระแสของ Startup ที่กำลังมาแรง ประกอบกับปัจจุบันรัฐบาลไทยได้ประกาศวิสัยทัศน์ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ โดยใช้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรม เพื่อยกระดับองค์ความรู้และเทคโนโลยีของประเทศ รัฐบาลให้การสนับสนุนธุรกิจ Startup อย่างเต็มกำลัง เพื่อลดความล้มเหลวของคนรุ่นใหม่ที่ยากจะเป็น Startup และสร้างสังคมผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ ไม่เพียงแต่การผลักดันจากหน่วยงานรัฐบาลเท่านั้น แต่เป็นการผนึกกำลัง

และความร่วมมือกันของทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครือข่ายภาคเอกชนที่ร่วมใจกันกำหนดทิศทางและขับเคลื่อนสังคมผู้ประกอบการ โดยหน่วยงานที่เข้ามามีมือร่วมกันในครั้งนี้ อาทิเช่น หน่วยงานรัฐบาล ได้แก่ กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ, กระทรวงการคลัง, กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, กระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น หน่วยงานเอกชน เช่น AIS, True, และ DTAC เป็นต้น (จดหมายข่าวรัฐบาลเพื่อประชาชน, 2559 : ออนไลน์) อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพ Startup ของไทยกับต่างประเทศ โดย GEDI (Global Entrepreneurship Development Institute) ในปี 2559 พบว่า Startup ไทยมีศักยภาพอยู่ที่ค่าเฉลี่ยของโลกและเหนือกว่าค่าเฉลี่ยของประชาคมอาเซียนเพียงเล็กน้อย ทั้งนี้ เนื่องจาก สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศน์ (Ecosystem) ของประเทศไทยไม่เอื้อต่อการพัฒนา Startup ทำให้ Startup ของไทยไม่สามารถแสดงศักยภาพได้อย่างเต็มที่ จำนวน Startup ที่มีคุณภาพและนำลงทุนจึงมีอยู่จำนวนจำกัด (พนชิต กิตติปัญญาภาม และคณะ, 2559) นอกจากนี้ การศึกษาของบริษัท Allmand Law ที่ศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้ Startup ประสบความสำเร็จและล้มเหลว พบว่า แนวโน้มของการเกิดธุรกิจ Startup มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นในทุกๆปี อย่างต่อเนื่อง แต่มากกว่า 90% ของ Startup ล้มเหลว นั่นหมายความว่า การเริ่มต้นธุรกิจ Startup สามารถเริ่มต้นได้ง่าย แต่ยากที่จะประสบความสำเร็จ (Glen, 2013) ดังนั้น การที่รัฐบาลมุ่งสร้างสังคมผู้ประกอบการทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รัฐบาลจะต้องสังเกตเห็นถึงความสำคัญของระบบนิเวศน์ที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup และมีนโยบายและแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการที่มาจากความเข้าใจความเป็นผู้ประกอบการอย่างแท้จริง เพื่อสร้างสังคมผู้ประกอบการอย่างมีศักยภาพเทียบเท่านานาชาติ

ด้วยความสำคัญดังที่กล่าวมาข้างต้น ทางผู้วิจัย จึงได้มีความสนใจที่จะศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาธุรกิจ Startup พร้อมทั้ง เปรียบเทียบกับมุมมองและความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการ ที่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการโดยแท้จริง

1.2 คำถามงานวิจัย

1. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในประเทศไทย มีบทบาทในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup อย่างไร
2. ในการขับเคลื่อนธุรกิจตั้งแต่ การเริ่มต้นธุรกิจ (Startup) ไปจนถึงการเติบโตเป็นบริษัทเต็มรูปแบบ ผู้ประกอบการมีความประสงค์ให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาสนับสนุนในเรื่องใดบ้าง

1.3 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่พึงประสงค์ให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาสนับสนุนในการขับเคลื่อนธุรกิจ
3. เพื่อเปรียบเทียบบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน กับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1. ศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup และศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการ
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup จำนวน 15 คน
3. ระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ ใช้เวลาทั้งสิ้น 4 เดือน (มกราคม – เมษายน 2560)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการ ที่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ โดยแท้จริง
2. เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ได้ทราบถึงบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่ช่วยสนับสนุนการเริ่มต้นธุรกิจ
3. เข้าใจทัศนคติและมุมมองผู้ประกอบการธุรกิจ Startup มากยิ่งขึ้น

1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

1. Startup หมายถึง ธุรกิจเกิดใหม่ที่เริ่มจากกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีนวัตกรรมสร้างธุรกิจรูปแบบใหม่เข้าสู่ตลาด สามารถทำซ้ำและขยายขนาดเข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว
2. Startup Ecosystem หมายถึง ระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup โดยหัวใจของระบบนิเวศธุรกิจ มี 2 ส่วนด้วยกันคือ นักลงทุน (Investor) และ หน่วยงานที่สนับสนุนการเกิดธุรกิจ เช่น รัฐบาล, ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ, มหาวิทยาลัย เป็นต้น (Supporting Organization)

3. ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ/หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ/ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ (Business Incubator) หมายถึงกระบวนการพัฒนาธุรกิจของธุรกิจเริ่มต้น โดยมีผู้เชี่ยวชาญช่วยให้คำปรึกษา แนะนำทางธุรกิจ ในการสร้างธุรกิจเริ่มต้นให้มั่นคง สามารถพัฒนาเติบโตในอนาคตและดำเนินธุรกิจต่อไปได้ด้วยตัวเอง โดยมีการบริหารจัดการ การอบรม ให้ความรู้ต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ธุรกิจเริ่มต้น มีระยะเวลาตามที่ศูนย์ธุรกิจกำหนด

4. ธุรกิจเงินร่วมลงทุน (Venture Capital) หมายถึง ธุรกิจที่ลงทุนในหุ้น (equity) ของกิจการที่ยังไม่เป็น บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (private equity) บริษัทที่เป็นเป้าหมายของการลงทุนดังกล่าว มักเป็นบริษัทที่มีอัตราการเติบโตระดับสูง (high growth)

5. โปรแกรมเร่งรัดธุรกิจเริ่มต้น (Accelerator) หมายถึง กระบวนการที่ให้ความช่วยเหลือธุรกิจเริ่มต้น โดยมีโปรแกรมการเรียนรู้ โปรแกรมการฝึกอบรมที่มีระยะเวลาที่กำหนดในระยะเวลาสั้น สามารถพัฒนาศักยภาพของธุรกิจเริ่มต้นนั้นให้เติบโตแบบก้าวกระโดด โดยมีผู้เชี่ยวชาญที่พร้อมจะให้คำแนะนำและคำปรึกษาด้านธุรกิจ ด้านเครือข่าย ทางด้านสถานที่ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ให้ใช้บริการครบถ้วน และวันสุดท้ายของโครงการจะเป็นวันที่มีการแสดงตัวอย่างและเปิดโอกาสในการลงทุน

6. Angel Investor หมายถึง ผู้ลงทุนหรือกลุ่มบุคคลที่ใช้เงินตัวเองมาร่วมลงทุนกับบริษัท Startup ถูกจัดเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รวยมาก ซึ่งอาจเป็นเจ้าของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ มีประสบการณ์ทางธุรกิจมานาน อาจจะยังคงทำธุรกิจอยู่หรือเกษียณตัวเองไปแล้ว หรือเป็นผู้ที่เคยทำธุรกิจ Startup มาก่อน

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางการวิจัย นำเสนอรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 นิยามของ Startup Company
- 2.2 ความแตกต่างของ Startup และ Small Business
- 2.3 ระบบนิเวศธุรกิจในประเทศไทย (Startup Ecosystem)
- 2.4 ความท้าทายของธุรกิจ Startup
- 2.5 ภาพรวมการเติบโตของธุรกิจ Startup (Startup Development Phase)
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 นิยามของ Startup Company

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความหมายของคำว่า Startup Company ในต่างประเทศ พบว่า มีผู้ทำการศึกษาและได้ให้คำนิยามไว้ ดังนี้

Ries (2011) ให้นิยามว่า Startup คือ องค์กรของมนุษย์ที่ออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เข้าสู่ตลาดภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอนเป็นอย่างยิ่ง

Blank (2010) ให้นิยามว่า Startup คือ องค์กรชั่วคราวที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อค้นหาแบบทางธุรกิจที่สามารถทำซ้ำและพัฒนาให้เติบโตขยายขนาดได้

McClure (2014) (อ้างถึงใน ประไพ ครุเสถียร, 2557) ให้นิยามว่า Startup คือ การเริ่มต้นของบริษัทยังขาดความชัดเจน เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ลูกค้าคือใคร สร้างรายได้อย่างไร หากพบความชัดเจนแน่นอนใน 3 ด้านข้างต้น ความเป็นธุรกิจเริ่มต้นจะสิ้นสุดลง และจะเป็นการเริ่มต้นธุรกิจจริงๆ อย่างไรก็ตามธุรกิจเริ่มต้นส่วนใหญ่มักจะ ไม่ผ่านช่วงนี้ไปสู่การเริ่มต้นธุรกิจจริงๆ ได้

จากนิยามข้างต้น จะเห็นว่านิยามในต่างประเทศ ใจความหลักของ Startup คือ การเริ่มต้นธุรกิจ ที่อยู่ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ขาดความชัดเจน เกี่ยวกับตลาดและผลิตภัณฑ์ หากมีความชัดเจนมากขึ้น ธุรกิจจะเติบโตและขยายได้อย่างรวดเร็ว ส่วนในประเทศไทยนั้น คำว่า

Startup เป็นคำที่ได้ยินกันอย่างแพร่หลาย ดังนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเพิ่มเติม และพบว่ามีผู้ให้คำนิยามของ Startup ไว้ดังนี้

สุชาติ ไตรภพสกุล (2559) ให้นิยามว่า Startup คือ ธุรกิจที่จะถูกออกแบบมาให้เติบโตอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด มีการวางแผนในการขยายตัวธุรกิจหรือแม้กระทั่งกลยุทธ์การถอนตัวจากธุรกิจ (Exit Strategy) ในกรณีที่น่าสนใจในผลตอบแทนที่ได้จากธุรกิจ นอกจากนี้ การหาเงินลงทุนในตัวธุรกิจมักจะเป็นลักษณะการมองหาหุ้นส่วนทางธุรกิจ เช่น ไม่ว่าจะเป็นการขอเงินลงทุนจากธุรกิจเงินร่วมลงทุน (Venture Capital : VC) และจากนักลงทุนรายอิสระ หรือกลุ่มนักลงทุนอิสระ (Angel Investor)

ประไพ ครุเสณีย์ (2557) ให้นิยามว่า Startup คือ การเริ่มต้นธุรกิจที่เริ่มจากกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีนวัตกรรมและมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจ สามารถพัฒนาออกมาเป็นสินค้า ขายในตลาด และเกิดเป็นอุตสาหกรรมใหม่ได้

ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี (2559) ให้นิยามว่า Startup เป็นกิจการที่เริ่มต้นธุรกิจจากจุดเล็กๆ สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด ออกแบบให้ธุรกิจมีการทำซ้ำได้โดยง่าย (Repeatable) และขยายกิจการได้ง่าย (Scalable) มีการนำเทคโนโลยี และ/หรือนวัตกรรม มาใช้เป็นหัวใจหลักในการสร้างธุรกิจ มักเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นจากแนวคิดเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน หรือเห็นโอกาสทางธุรกิจที่ยังไม่มีใครเคยคิดหรือทำมาก่อน

ณรงค์ ศิริเลิศวรกุล (2559) ให้นิยามว่า Startup คือ ธุรกิจเกิดใหม่ที่สร้างความเปลี่ยนแปลงด้วยแนวคิดที่แตกต่างโดยใช้กระบวนการและนวัตกรรมที่ไม่เหมือนใคร สามารถทำซ้ำ (Repeatable) ขยายตลาด (Scalable) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเติบโตอย่างก้าวกระโดด (Exponential growth)

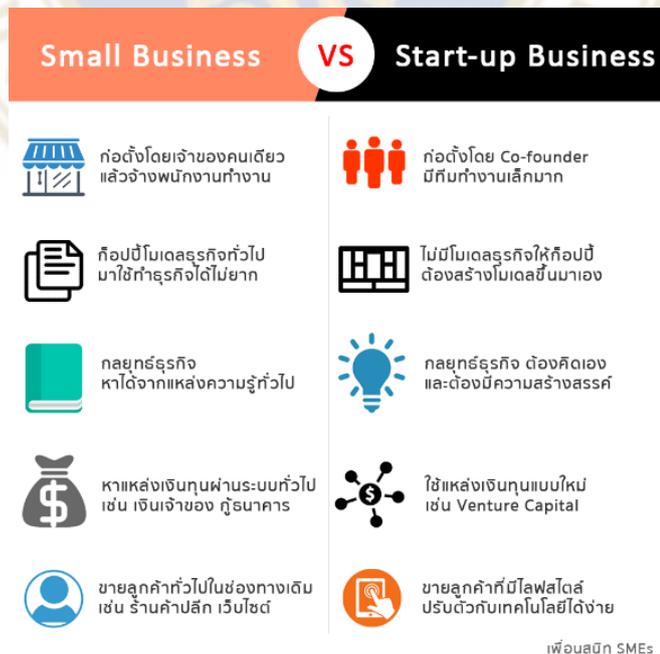
จากนิยามทั้งในประเทศและต่างประเทศข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า “Startup คือ ธุรกิจเกิดใหม่ที่เริ่มจากกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีนวัตกรรม สร้างธุรกิจรูปแบบใหม่เข้าสู่ตลาดสามารถทำซ้ำและขยายขนาดเข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว”

2.2 ความแตกต่างของ Small Business และ Start-up Business

ธนวัต มีเจริญ (2559) ได้สรุปความแตกต่างของ SMEs และ Startup (รูปภาพ 2.1) ไว้ว่า Startup นั้นไม่ต่างจาก SMEs แต่การเรียกว่า Startup ทำให้เข้าใจคุณลักษณะและการเติบโตของธุรกิจได้ชัดเจนในทุกๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นการมีรูปแบบธุรกิจที่แปลกใหม่และลอกเลียนแบบได้ยาก มีความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ในเรื่องของการใช้แหล่งเงินทุน Startup ใช้แหล่งเงินทุนแบบใหม่

เช่น Venture Capital ซึ่งสอดคล้องกับ ญัตติ วรพงษ์ดี (2559) ที่กล่าวว่า การทำธุรกิจแบบ SMEs เมื่อกิจการพอมีเงินทุนและต้องการเติบโตขยายธุรกิจ ก็จะต้องมองหาทำเล เพื่อขยายสาขาเพิ่มขึ้น ซึ่งถือว่าการเติบโตตามจำนวนเงินลงทุน แต่ถ้าเป็นธุรกิจ Startup จะปรับรูปแบบธุรกิจ (Disruption) โดยการนำเทคโนโลยีมาช่วยให้เข้าถึงง่ายมากยิ่งขึ้น ถือว่าการลงทุนไม่มาก แต่ว่าขยายกิจการได้ครอบคลุมกว่าธุรกิจ SMEs กล่าวได้ว่า ข้อได้เปรียบของธุรกิจ Startup คือ สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว เข้าถึงลูกค้าได้อย่างครอบคลุม นอกจากนี้ ในการสัมมนาเรื่อง Startups Growth – Learn from The Best Experience (2559) ได้ให้คำนิยามความแตกต่างระหว่าง SMEs และ Startup ไว้ว่า ธุรกิจ Startup จำเป็นจะต้องเติบโตให้เร็วที่สุด เนื่องจากทุกแนวคิดอาจจะเกิดการลอกเลียนแบบกันได้ ซึ่งนอกจากจะต้องทำให้คนรู้จักกับสินค้าและบริการแล้ว ก็ยังต้องหาแหล่งเงินทุนที่จะมาช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างคล่องตัว รวมถึงการสร้างอัตลักษณ์ และความประทับใจในสินค้าและบริการ เพื่อที่จะเป็นแรงจูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกครั้ง (ประชาชาติธุรกิจ , 2559 : ออนไลน์)

จากนิยามข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุป ความแตกต่างของธุรกิจ Startup และ SMEs ได้ว่า Startup เป็นธุรกิจที่มีรูปแบบแปลกใหม่ มีความคิดสร้างสรรค์ มีการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ ทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว ธุรกิจ Startup จึงมีข้อได้เปรียบมากกว่า ธุรกิจ SMEs



รูปภาพ 2.1 ความแตกต่างของ Small Business และ Start-up Business

ที่มา : ธนวัต มีเจริญ (2559)

2.3 ระบบนิเวศธุรกิจในประเทศไทย (Startup Ecosystem)

ศิริศักดิ์ เชยคำแหง (2559) ได้สรุปปัจจัยที่จะทำให้ระบบนิเวศธุรกิจในประเทศไทย ดังนี้ การสร้างระบบนิเวศธุรกิจที่เหมาะสมนั้นเป็นกลไกสำคัญที่ภาครัฐนั้นควรมีบทบาทสนับสนุน เพื่อให้เอื้อต่อการดำรงอยู่และการเติบโตของธุรกิจ จากการจัดอันดับระบบนิเวศสำหรับ Startup นั้น กรุงเทพมหานครไม่ติดอันดับหนึ่งใน 20 เมือง ที่มีระบบนิเวศที่ดีต่อการทำธุรกิจ โดยในเอเชีย แปซิฟิกนั้นมีเพียงประเทศสิงคโปร์ที่ติดลำดับที่ 10 ในการจัดอันดับ ซึ่งปัจจัยความสำเร็จที่จะทำให้ระบบนิเวศธุรกิจมีความสมบูรณ์ ได้แก่

2.3.1 กฎหมายและกฎระเบียบ กฎระเบียบในประเทศไทยหลายประการไม่เอื้ออำนวยต่อการเกิดขึ้นหรือการแข่งขันของธุรกิจ Startup ซึ่งรวมไปถึง

2.3.1.1 ในกรณีมีผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นเจ้าของแนวคิดธุรกิจเพียงรายเดียวเท่านั้นทำให้การจดทะเบียนในรูปแบบบริษัทนั้นมีอุปสรรค และทำให้ไม่ได้รับประโยชน์ในสิทธิพิเศษที่ทางภาครัฐสนับสนุน นอกจากนี้ผู้ประกอบการหลายรายยังขาดความรู้ในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งบริษัท ตลอดจนความรู้ด้านบัญชีและภาษี จึงมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงกับการจัดตั้งธุรกิจในรูปแบบบริษัทในระยะเริ่มต้นอีกด้วย

2.3.1.2 กฎระเบียบและการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเคร่งครัด เพื่อเพิ่มแรงจูงใจให้ผู้คิดค้นหรือนักลงทุนกล้าที่จะสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ

2.3.1.3 นโยบายผลักดันและส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจต่างๆ อาทิ ระบบขนส่งโลจิสติกส์ ระบบโทรคมนาคม การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

2.3.1.4 กฎหมายการแข่งขันทางการค้าที่ล่าช้าและไม่เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพการแข่งขันหรือบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงไป

2.3.2 การศึกษา การให้ความรู้ ความเข้าใจในการทำธุรกิจ Startup และการเป็นผู้ประกอบการที่ดีมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในสังคมที่ผู้มีความคิดหรือแนวคิดมักมีความรู้ความสามารถในการบริหาร การสนับสนุนเรื่องการศึกษา อบรม บ่มเพาะ (incubate) ธุรกิจ Startup โดยสถานศึกษาและหน่วยงานต่างๆจะเป็นการช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและเพิ่มกลุ่มผู้มีทักษะของผู้ประกอบการให้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับเรื่องทักษะด้านภาษาต่างประเทศของผู้ประกอบการซึ่งจะมีความจำเป็นอย่างมากในธุรกิจที่มีศักยภาพเข้าไปทำตลาดในต่างประเทศได้

2.3.3 การระดมทุน ภาครัฐควรส่งเสริมนโยบายการส่งเสริมการลงทุน รวมไปถึงมาตรการจูงใจทางด้านภาษีสำหรับผู้ประกอบการและนักลงทุน ซึ่งในปัจจุบันยังขาดแรงจูงใจจากภาครัฐ นอกจากนี้รัฐควรผลักดันนโยบายส่งเสริมด้านการระดมทุน ผ่านทางสถาบันการเงินของรัฐ และเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการขอสินเชื่อของผู้ประกอบการโดยการประเมินความสามารถหรือศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจควรพิจารณาจากแนวคิด มากกว่าสินทรัพย์ที่ธุรกิจมีเพื่อนามาเป็นหลักประกันได้

2.3.4 การทำตลาด ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดของสินค้าหรือบริการเป็นอย่างดี ทั้งนี้ธุรกิจ Startup อาจจะสามารถเติบโตได้ในตลาดต่างประเทศ เนื่องจากตลาดในประเทศมีข้อจำกัด ดังนั้นการศึกษาตลาดและกลยุทธ์ของต่างประเทศจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยภาครัฐสามารถเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการทำตลาดรวมถึงการให้ข้อมูลตลาดและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ได้

นอกจากนี้ ภาครัฐยังมีบทบาทที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งในการช่วยพัฒนาระบบนิเวศ โดยการสนับสนุนให้เกิดสังคมผู้ประกอบการ ซึ่งจะทำให้สังคมนั้นเต็มเปี่ยมไปด้วยผู้คนที่มีความรู้ความสามารถ ผู้ประกอบการ แนวคิดใหม่ และความกล้าที่จะลงทุนทำธุรกิจใหม่ๆ ซึ่งในปัจจุบัน รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจ Startup มากขึ้น โดยมีการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อส่งเสริม SMEs Startup และ Social Enterprises ขึ้น โดยมีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนกว่า 66 องค์กรเป็นพันธมิตร มากไปกว่านั้น ได้มีการริเริ่มจัดตั้ง National Startup Center เมื่อต้นปี พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมา โดยรวมเอานักลงทุน กลุ่มนักลงทุนหรือทุนสนับสนุนประเภทต่างๆ กลุ่มบ่มเพาะธุรกิจ กลุ่มแนวคิด Accelerator ที่จะให้คำปรึกษาและสนับสนุนเงินทุนแก่ Startup ต่างๆมารวมอยู่ที่เดียวกัน ความร่วมมือของภาคส่วนต่างๆเพื่อสนับสนุนสภาพระบบนิเวศของการทำธุรกิจ Startup ที่กำลังเข้มข้นยิ่งขึ้น น่าจะทำให้ปี 2560 นี้เป็นอีกหนึ่งปีทองสำหรับธุรกิจ Startup ที่จะมีการเติบโตแบบก้าวกระโดดยิ่งขึ้นไป

2.4 ความท้าทายของธุรกิจ Startup

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความท้าทายของธุรกิจ Startup ไม่ว่าจะเป็นปัญหาหรืออุปสรรค รวมถึงปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ พบว่า มีผู้ทำการศึกษาไว้ ดังนี้

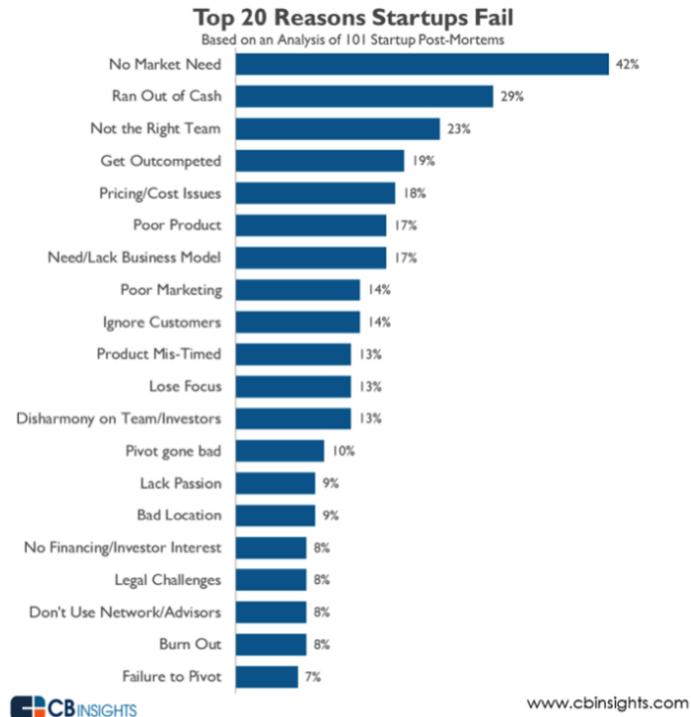
Ries (2011) กล่าวถึง ปัญหาความล้มเหลวของธุรกิจเริ่มต้นไว้ดังต่อไปนี้ ตัวชี้วัด แนวโน้มความสำเร็จของธุรกิจเริ่มต้นในช่วงเริ่มต้นนั้น เริ่มจาก การวางแผนที่ดี, การมีกลยุทธ์ที่ แข็งแกร่ง และการวิจัยทางการตลาด ในขณะที่ธุรกิจเริ่มต้นนั้น ยังไม่สามารถค้นหากลุ่มลูกค้า และการทำธุรกิจเริ่มต้นมีความไม่แน่นอนมากเกินไป ทำให้คาดการณ์ได้ยาก ขาดการวางแผน ขาดการ พยากรณ์ที่แม่นยำ ขาดข้อมูลในอดีต ทำให้การจัดการของธุรกิจเริ่มต้นนั้นยากขึ้น

Sawyer (2014) กล่าวว่า ปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ มีดังนี้

1. ธุรกิจเริ่มต้นต้องมีกระบวนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน
2. มีทีมที่มีความสามารถและมีประสบการณ์
3. มีความได้เปรียบของเทคโนโลยี
4. ทราบความต้องการของตลาด และทราบพฤติกรรมลูกค้าของธุรกิจตน
5. มีการไหลเวียนของกระแสเงินสดอย่างสม่ำเสมอ ใช้จ่ายอย่างรอบคอบ

CBinsights (2016) สำรวจผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่ประกอบธุรกิจไม่ประสบ ความสำเร็จทั้งสิ้น 101 คน สรุปสาเหตุสำคัญ 20 อันดับ ที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ไม่ ประสบความสำเร็จ ดังภาพที่ 2.2 พบว่า 3 อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ไม่ เป็นที่ต้องการของลูกค้า อันดับที่ 2 คือ เงินทุนเริ่มต้นไม่เพียงพอ อีกทั้งยังไม่สามารถดึงดูดความ สนใจจากบรรดานักลงทุนได้ อันดับที่ 3 คือ ขาดการทำงานเป็นทีม

วีรวิธ มาฆะศิริรานนท์ (2543) เสนอว่า การบริหารโครงการที่ประสบความสำเร็จควรมีลักษณะที่เห็นได้ชัดเจน ผลสำเร็จของงานโครงการวัดได้จาก บรรลุล่วงวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ กำหนดไว้ สำเร็จลุล่วงตามเวลาที่กำหนด มีการใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่เป็นไปตามที่ได้วางแผน เกิด ความเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้นต่อเนื่อง มีการตอบสนองจากผู้ที่เกี่ยวข้อง คือ ลูกค้าผู้ใช้ระบบ เกิดการเรียนรู้และการพัฒนา รวมถึงการทำงานเป็นทีม และความเป็นระบบ เกิดบรรยากาศของ ความร่วมมือกัน ทุกคนมีส่วนเกี่ยวข้องรู้สึกภาคภูมิใจและมีความสุข เมื่องานโครงการนี้เสร็จสิ้นลง



รูปภาพ 2.2 The Top 20 Reasons Startups Fail

ที่มา : CBinsights (2016)

2.5 ภาพรวมการเติบโตของธุรกิจ Startup (Startup Development Phase)

เพื่อให้เห็นภาพรวมของการเติบโตสิ่งที่ควรจะมีเน้นในการพัฒนาธุรกิจ Startup ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีของ Loikkanen (2013) ซึ่งสามารถแบ่งช่วงการเติบโตของธุรกิจ Startup ไว้ 3 ระยะ (รูปภาพ 2.3) ดังนี้

2.5.1 ช่วงตั้งต้น (Formation)

ช่วงตั้งต้นของธุรกิจ Startup เป็นช่วงรวมทีมผู้ก่อตั้ง และยังเป็นช่วงเพาะบ่มให้ได้แนวคิดธุรกิจที่ดีพอ ตั้งแต่การทำวิจัยเพื่อหาข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ ในการสร้างผลิตภัณฑ์และประกอบธุรกิจ เป้าหมายในช่วงนี้ คือ ทดสอบปัญหาและหาแนวทางแก้ไข (Problem/Solution Fit) หมายถึง ปัญหาที่มีใหญ่เพียงพอที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำให้คนกระตือรือร้นอยากจะใช้ผลิตภัณฑ์นั้นหรือไม่ ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ผู้ประกอบการสร้างขึ้นมานั้น สามารถแก้ปัญหาที่มีอยู่ให้กับผู้คนได้จริงๆ หรือไม่ และแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นที่มีอยู่อย่างไร และมีตลาดที่ใหญ่พอในการรองรับผลิตภัณฑ์นั้นหรือไม่

นอกจากนั้น ยังเป็นช่วงที่ต้องตั้งเป้าหมายให้ชัดเจน มีวิสัยทัศน์ และวางแผนเตรียมสร้างกลยุทธ์ว่าจะทำอะไรให้ไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ในช่วงเวลาต่างๆ ตั้งแต่เริ่มต้นไปจนถึงอีก 2-3 ปีข้างหน้า รวมไปถึงการสร้างทักษะที่จำเป็นให้กับตัวเองและผู้ร่วมก่อตั้ง สื่อสารวิสัยทัศน์และเป้าหมายให้เข้าใจร่วมกัน (Vision/Founder Fit)

2.5.2 ช่วงพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Validation)

เป็นช่วงการทำ Lean Startup คือเรียนรู้ให้มากที่สุดโดยใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่มีให้คุ้มค่าที่สุด เมื่อผู้ประกอบการทราบปัญหาที่แท้จริงและสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถแก้ไขปัญหามีได้อย่างถูกต้องแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด (Product/Market Fit) สามารถตอบโจทย์ตลาดได้ตรงจุด อย่างที่ผู้ใช้ต้องการจริงๆ ซึ่งหากผลิตภัณฑ์ที่ออกมาไม่ตอบโจทย์ผู้ใช้ ผู้ประกอบการต้องปรับกลยุทธ์ ลองทดสอบกับกลุ่มผู้ใช้เป้าหมายของคุณ และปรับปรุงให้ดีขึ้นเรื่อยๆ เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ลูกค้ามากที่สุด

2.5.3 ช่วงสร้างความเติบโต (Growth)

ช่วงสร้างความความเติบโตและขยายขนาดธุรกิจ ในขั้นตอนนี้ต้องใช้เงินเป็นปัจจัยหลักในการขยายธุรกิจ ส่วนใหญ่จึงต้องพึ่งพาเงินทุนจากนักลงทุน เพราะนอกจากเงินทุนแล้ว อาจจะได้ช่องทาง เครือข่ายต่างๆ และ โอกาสใหม่ๆ ในการขยายธุรกิจ เมื่อผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการของตลาด (Product/Market Fit) และมีผู้ใช้พอสมควรในตลาดแล้ว เป้าหมายต่อไปคือ ครอบครองตลาดนั้นๆ และขยายไปในตลาดอื่นๆ หรือภูมิภาคอื่นๆ ในระยะนี้ สิ่งที่ต้องมุ่งเน้น คือ รูปแบบธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของตลาด (Business Model/Market Fit) โดยในระยะนี้จะต้องพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และกระบวนการต่างๆ ในการทำงานให้สมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น เพื่อที่จะสามารถทำซ้ำ และขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว และมั่นคง โดยมีเป้าหมายสุดท้ายคือ การนำบริษัทเข้าสู่ตลาดหุ้น หรือการถูกซื้อหรือควบรวมกิจการกับบริษัทระดับใหญ่ยักษ์

นอกจากนี้ ฌรงค์ ศิริเลิศวรกุล (2559) ได้อธิบายขั้นตอนในการพัฒนาธุรกิจ Startup อ้างอิงตามแนวคิดของ Loikkanen (2013) โดยมี 6 ขั้นตอน ดังนี้ (รูปภาพ 2.3)

- สร้างแรงบันดาลใจ (Ideation)

จุดเริ่มต้นของ Startup มักเกิดขึ้นจากความต้องการที่จะแก้ปัญหา หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนให้เกิดขึ้น ดังนั้นแรงบันดาลใจจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยจุดประกายให้ Startup เริ่มเดินบนเส้นทางธุรกิจ

- กิดค้นโมเดลธุรกิจใหม่ (Conception)

Startup ไม่ได้มีเพียงแค่แรงบันดาลใจและพลังที่ต้องการจะแก้ปัญหาหรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่เท่านั้น แต่ธุรกิจจำเป็นต้องอยู่ได้อย่างยั่งยืนและเติบโต ภายใต้การวางแผนที่มีอนาคตอย่างชัดเจน การสร้างโมเดลธุรกิจที่เหมาะสมกับแนวคิดของ Startup จึงเป็นสิ่งจำเป็น รวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

- พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ (commitment)

หลังจากการวางแผนธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการคือขั้นตอนที่สำคัญลำดับถัดไป เป็นการต่อยอดแนวความคิด แรงบันดาลใจที่มีให้เป็นจริง ซึ่งขั้นตอนนี้ถือเป็นหัวใจของ Startup เพราะเป็นช่วงที่ Startup จะนำผลิตภัณฑ์จริงให้ลูกค้าได้สัมผัส

- ทดสอบการตอบรับของตลาด (Validation)

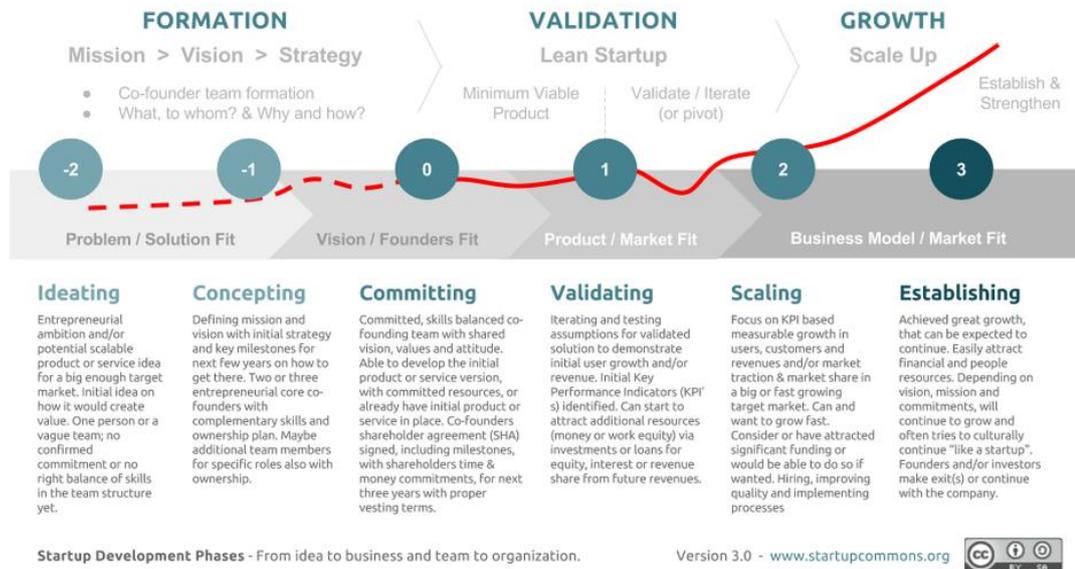
การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ได้จริง ประกอบกับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสม จะทำให้ Startup มีโอกาสเติบโตได้อย่างรวดเร็วในระดับ 2 ถึง 10 เท่าตัวภายในระยะเวลา 1 ปี

- ขยายตลาด (Scaling)

ด้วยเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้ขอบเขตธุรกิจไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในเมือง หรือในประเทศเดียวเท่านั้น แต่สามารถไปไกลได้ในระดับสากล Startup ที่ประสบความสำเร็จในการขยายตลาดภายในประเทศ มักมีศักยภาพขยายตลาดสู่ประเทศอื่นๆ ด้วย และนั่นคือหนึ่งในเหตุผลที่ทำให้ Startup สามารถเติบโตได้เร็วกว่าธุรกิจประเภทอื่นๆ

- สู่อุณหภูมิมั่นคง (Establishing)

การสร้างธุรกิจที่มีอนาคต มีแบบแผนที่วางไว้อย่างชัดเจน รวมไปถึงการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดด้วย นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ดี จะทำให้ Startup สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว และดำเนินกิจการได้อย่างมั่นคง ไม่ฉาบฉวย



รูปภาพ 2.3 Startup Development Phase (Loikkanen, 2013)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา พบว่า การศึกษาบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ยังไม่มีปรากฏ ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการ และศึกษาดำเนินงานของหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา อีกทั้งยังเป็นการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รูปแบบงานวิจัยที่พบมีทั้งงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมสามารถนำเสนอตามรายละเอียด ดังนี้

2.6.1 ความต้องการของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ

2.6.2 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจ

2.6.3 ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ/หน่วยบ่มเพาะธุรกิจ

2.6.1 ความต้องการของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ

ผู้ประกอบการ ทั้งเพศหญิง และเพศชาย ต้องการการพัฒนาศักยภาพ เช่น การรับข้อมูลข่าวสารด้านการบริหารธุรกิจ ด้านเศรษฐกิจ ด้านนโยบายภาครัฐ ด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ด้านการแข่งขันในธุรกิจ และการเข้าร่วมกิจกรรมงานโซเชียลมีเดีย เป็นต้น (ภวัต ชนสารแสนล้าน, 2551) ซึ่งแหล่งความรู้ที่เพียงพอและมีศักยภาพ รวมถึงการฝึกอบรมที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการจะส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจได้อย่างยั่งยืน (วรนนท์ สุวรรณปัญญา, 2554) โดย

สิ่งที่ต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ คือ การสนับสนุนด้านการตลาด การเงิน การบริหารจัดการ และกฎระเบียบต่าง (ทวิศักดิ์ ฐานปัญญา, 2545)

2.6.2 ปัญหาที่เกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจ

ผู้ประกอบการขนาดกลาง และธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ประสบปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เนื่องจากใช้เอกสารพิจารณาที่ยุ่งยาก ขาดหลักทรัพย์ในการค้ำประกัน รวมไปถึงการขาดความน่าเชื่อถือจากสถาบันการเงิน ผู้ประกอบการธุรกิจ ให้ความเห็นเกี่ยวกับแนวทางการแก้ไขว่า รัฐบาลควรกำหนดนโยบายผลักดันในสถาบันการเงินปล่อยสินเชื่อ และในส่วนธนาคารและสถาบันทางการเงิน ธนาคารและสถาบันทางการเงินควรเพิ่มระยะเวลาในการชำระเงินให้ยาวนานขึ้น (วิมลรัตน์ เลิศพลับพลาไชย, 2554) นอกจากนี้ สิ่งที่ภาครัฐควรเร่งดำเนินการปรับปรุงและแก้ไขอย่างเร่งด่วน เพื่อให้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศน์ในประเทศไทยที่เอื้อต่อการพัฒนาสตาร์ทอัพ (Startup Ecosystem) ประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก คือ 1) กฎหมายและระเบียบที่ไม่เอื้อต่อการลงทุน และไม่รองรับธุรกิจรูปแบบใหม่ 2) ขาดนโยบายสนับสนุนการเร่งโตอย่างมีคุณภาพ 3) การสนับสนุนด้านอื่นๆ สำหรับ Startup เช่น ระบบการศึกษา ช่องทางการสื่อสาร เป็นต้น (สมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่, 2559)

2.6.3 ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ/หน่วยบ่มเพาะธุรกิจ

ในการใช้บริการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ ส่วนใหญ่ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวัง ดังนี้ 1) ด้านการให้บริการ เช่น การจัดทำแผนธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) การบริการจัดการด้านทรัพย์สินทางปัญญา 3) เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการและการให้คำแนะนำที่ดี (อนุสรณ์ ฆิตเตศ, 2557) แต่อย่างไรก็ตาม แม้ว่าศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจมีความพยายามสร้างการรับรู้ในวงกว้าง แต่อย่างไรก็ตาม สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่รู้จักหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ แต่มีความสนใจที่จะเข้าร่วมใช้บริการ ดังนั้น ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจจะต้องประชาสัมพันธ์ตัวเองให้คนทั่วไปรู้จักและเข้าถึงได้โดยง่ายกว่านี้ (นครินทร์ แซ่ตั้ง, 2559) อีกทั้ง สามารถปรับปรุงการดำเนินการเพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดได้หลายวิธี เช่น การวางแผนนโยบายบุคลากร การให้บริการสนับสนุนธุรกิจและการประเมินผลบริษัท เป็นต้น (ประไพ ครุเสณีย์, 2558)

สภาพปัจจุบัน ปัญหา และอุปสรรคในการบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะธุรกิจในสถาบันอุดมศึกษาไทย คือ ผู้บริหารขาดกลยุทธ์การบริหาร ความไม่ชัดเจนของนโยบาย การบริหารจัดการสู่ความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต้องมีรูปแบบการบริหารจัดการที่ใช้ประสบการณ์และความรอบรู้เชิงการเป็นนักธุรกิจมาบูรณาการ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการสร้างธุรกิจใหม่ เพื่อ

เพิ่มมูลค่าทางท้องถิ่น ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต้องเป็นเครื่องมือให้กับมหาวิทยาลัยเพื่อบ่มเพาะธุรกิจ
ให้แก่ผู้ประกอบการใหม่ พัฒนาสู่บริษัทจัดตั้งใหม่ รวมถึงสร้างศักยภาพให้แข็งแกร่งทั้งด้านแผน
ธุรกิจและการพัฒนาธุรกิจเทคโนโลยีอีกด้วย (มงคล ชีระนันนท์, 2554)



ลำดับที่	ชื่อเรื่อง	ชื่อผู้ศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
1	การศึกษาปัจจัย และข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา Startup Ecosystem ในประเทศไทย	สมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ (2559)	ศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและสัมภาษณ์ที่ปรึกษาภาคเอกชนจำนวน 3 คน และที่ปรึกษาภาครัฐบาลจำนวน 6 คน	ปัจจัยหลักที่มีผลต่อสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศน์ที่เอื้อต่อการพัฒนาสตาร์ทอัพ (Startup Ecosystem) ที่ภาครัฐควรเร่งดำเนินการปรับปรุงและแก้ไขอย่างเร่งด่วนประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก คือ <ul style="list-style-type: none"> - กฎหมายและระเบียบที่ไม่เอื้อต่อการลงทุนและไม่รองรับธุรกิจรูปแบบใหม่ - ขาดนโยบายสนับสนุนการเร่งโตอย่างมีคุณภาพ - การสนับสนุนด้านอื่นๆ สำหรับ Startup เช่น ระบบการศึกษา ช่องทางการสื่อสาร เป็นต้น

ตาราง 2.1 แสดงผลวิจัยที่เกี่ยวกับธุรกิจ Startup

ลำดับที่	ชื่อเรื่อง	ชื่อผู้ศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
2	การรับรู้ถึงศูนย์บ่มเพาะ วิสาหกิจสำหรับ ผู้ประกอบการรายใหม่ด้าน เทคโนโลยี	นครินทร์ แซ่ตั้ง (2559)	ประชากรใน กทม. และปริมณฑล ทั้งหมด 188 คน	ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจมีการสร้างการรับรู้ในวง กว้าง ให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป จากการศึกษา พบว่าคนทั่วไปไม่รู้จัก แต่มีความสนใจที่จะเข้า ร่วมใช้บริการเพื่อสร้างธุรกิจของตนเองขึ้นมา ดังนั้น ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจจะต้อง ประชาสัมพันธ์ตัวเองให้คนทั่วไปรู้จักและ เข้าถึงได้โดยง่ายกว่านี้ ควรมีบริการข้อมูลและ ความรู้เกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจ และข้อมูล ตัวอย่างของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในการ ทำธุรกิจระดับนานาชาติ รวมถึงมีที่ปรึกษาทาง ธุรกิจคอยให้คำแนะนำ
3	แนวทางการเสริมสร้าง ศักยภาพของผู้ประกอบการ ด้านอาหารขนาดกลางและ ขนาดย่อมของประเทศไทย	วรรณัท สุวรรณปิฎกกุล (2554)	ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (ด้านอาหาร) บริเวณห้างค้าปลีกในกทม. จำนวน 209 คน	แหล่งความรู้ที่เพียงพอและมีศักยภาพ รวมถึง การฝึกอบรมที่สอดคล้องกับความต้องการของ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจะ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมได้อย่างยั่งยืน

ตาราง 2.1 แสดงผลวิจัยที่เกี่ยวกับความต้องการกับธุรกิจ Startup (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อเรื่อง	ชื่อผู้ศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
4	การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี	ภวัต ชนสารแสนล้าน (2551)	ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (ธุรกิจการค้าปลีก ธุรกิจค้าส่ง ธุรกิจการผลิต และธุรกิจบริการ) ในเขตจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน	ผู้ประกอบการ ทั้งเพศหญิง และเพศชาย ต้องการการพัฒนาศักยภาพ เช่น การรับข้อมูลข่าวสารด้านการบริหารธุรกิจ ด้านเศรษฐกิจ ด้านนโยบายภาครัฐ ด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ด้านการแข่งขันในธุรกิจ และการเข้าร่วมกิจกรรมงานโชว์สินค้า เป็นต้น
5	การศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติที่ดีของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจในประเทศไทย	ประไพ ครุเสณีย์ (2558)	เก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์รูปแบบกระบวนการดำเนินงานของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในประเทศไทย	ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจของประเทศไทยมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกัน ไปในทิศทางเดียวกันกับแนวปฏิบัติที่ดี และศูนย์บ่มเพาะธุรกิจนั้น บางแห่งยังมีข้อจำกัดบางประการ ทำให้ไม่สอดคล้องกับแนวปฏิบัติที่ดี จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจในประเทศไทย ยังสามารถปรับปรุงการดำเนินการเพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดได้หลายวิธี เช่น การวางแผนนโยบายบุคลากร การให้บริการ สนับสนุนธุรกิจและการประเมินผลบริษัท เป็นต้น

ลำดับที่	ชื่อเรื่อง	ชื่อผู้ศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
6	ความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อการให้บริการของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี โครงการอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาคภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ	อนุสรณ์ ฉีดเกตุ (2557)	ผู้ประกอบการที่ใช้บริการศูนย์บ่มเพาะ ธุรกิจและเทคโนโลยี โครงการอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาค จำนวน 82 คน	ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคาดหวัง ดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> - ด้านการให้บริการ เช่น การจัดทำแผนธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการจัดการด้าน IP - เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการและการให้คำแนะนำที่ดี
7	การศึกษาบทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	ทวีศักดิ์ ฐานบัญชา (2545)	ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ทั้งของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง	ในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ ในเรื่องการสนับสนุนด้านการตลาด การเงิน การบริหารจัดการ และกฎระเบียบต่างๆ
8	การแสวงหาแหล่งเงินทุนและปัญหาในการแสวงหาแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs)	วิมลรัตน์ เลิศพลับปลาไชย (2554)	ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ในกทม. และปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 400 คน	ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ประสบปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การใช้เอกสารพิจารณาที่ยุ่งยาก ขาดหลักทรัพย์ในการค้ำประกัน และรวมไปถึงการขาดความน่าเชื่อถือจากสถาบันการเงิน

ลำดับที่	ชื่อเรื่อง	ชื่อผู้ศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
9	การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษาไทย	มงคล ชีระนันท์ (2554)	<ul style="list-style-type: none"> - วิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้แทนหรือผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจของมหาวิทยาลัยจำนวน 17 ท่าน - วิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้แทนหรือผู้บริหารศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจของมหาวิทยาลัยจำนวน 56 คน 	สภาพปัจจุบัน ปัญหา และอุปสรรคในการบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษาไทย คือ ผู้บริหารขาดกลยุทธ์การบริหาร ความไม่ชัดเจนของนโยบาย การบริหารจัดการสู่ความสำเร็จของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจต้องมีรูปแบบการบริหารจัดการที่ใช้ประสบการณ์และความรอบรู้เชิงการเป็นนักธุรกิจมาบูรณาการ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการสร้างธุรกิจใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางท้องถิ่น ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจต้องเป็นเครื่องมือให้กับมหาวิทยาลัยเพื่อบ่มเพาะธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการใหม่ พัฒนาสู่บริษัทจัดตั้งใหม่ รวมถึงสร้างศักยภาพให้แข็งแกร่งทั้งด้านแผนธุรกิจและการพัฒนาธุรกิจเทคโนโลยีอีกด้วย

ตาราง 2.1 แสดงผลวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Startup (ต่อ)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่พึงประสงค์ให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาสนับสนุนในการขับเคลื่อนธุรกิจ
3. เพื่อเปรียบเทียบบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัยดังรูปภาพ 3.1 และรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

3.1 รูปแบบการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นวิธีการค้นคว้าที่เกิดจากเหตุการณ์และสภาพแวดล้อม โดยอธิบายตามความเป็นจริง เป็นข้อมูลเชิงคุณลักษณะ ใช้การแสวงความคิดเห็น วิพากษ์ และวิเคราะห์ข้อมูล (พิพิธณ์ สิทธิศักดิ์, 2554)

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ในประเทศไทย จำนวนประมาณ 1,000 - 2,500 คน (Startup Thailand, 2559) ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนดเองโดยให้เหมาะสมกับจุดประสงค์ของการวิจัย (ธีระดาภิญ โณ, 2552) โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ในประเทศไทย จำนวน 15 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากมุมมองผู้ประกอบการ ผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยใช้คำถามปลายเปิด คำถามจะมีความยืดหยุ่น จึงทำให้การสัมภาษณ์คล้ายกับการสนทนาในชีวิตประจำวันปกติ (สุพัตร์ พิบูลย์, 2553) แนวคำถามในการสัมภาษณ์เกี่ยวข้องกับมุมมองของผู้ประกอบการ ได้แก่ แนวคิดในการเริ่มต้นธุรกิจ, ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ, ปัญหาและอุปสรรคที่ผู้ประกอบการพบในการเริ่มต้นธุรกิจ รวมถึงข้อเสนอแนะที่มีต่อหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการ

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้มีข้อมูล 2 ส่วนด้วยกัน คือ ข้อมูลบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup และ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.4.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ทางผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจาก จากบทความ นิตยสาร วารสาร สิ่งตีพิมพ์ รายงานประจำปี รายงานการประชุม รวมถึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพมากที่สุด

3.4.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

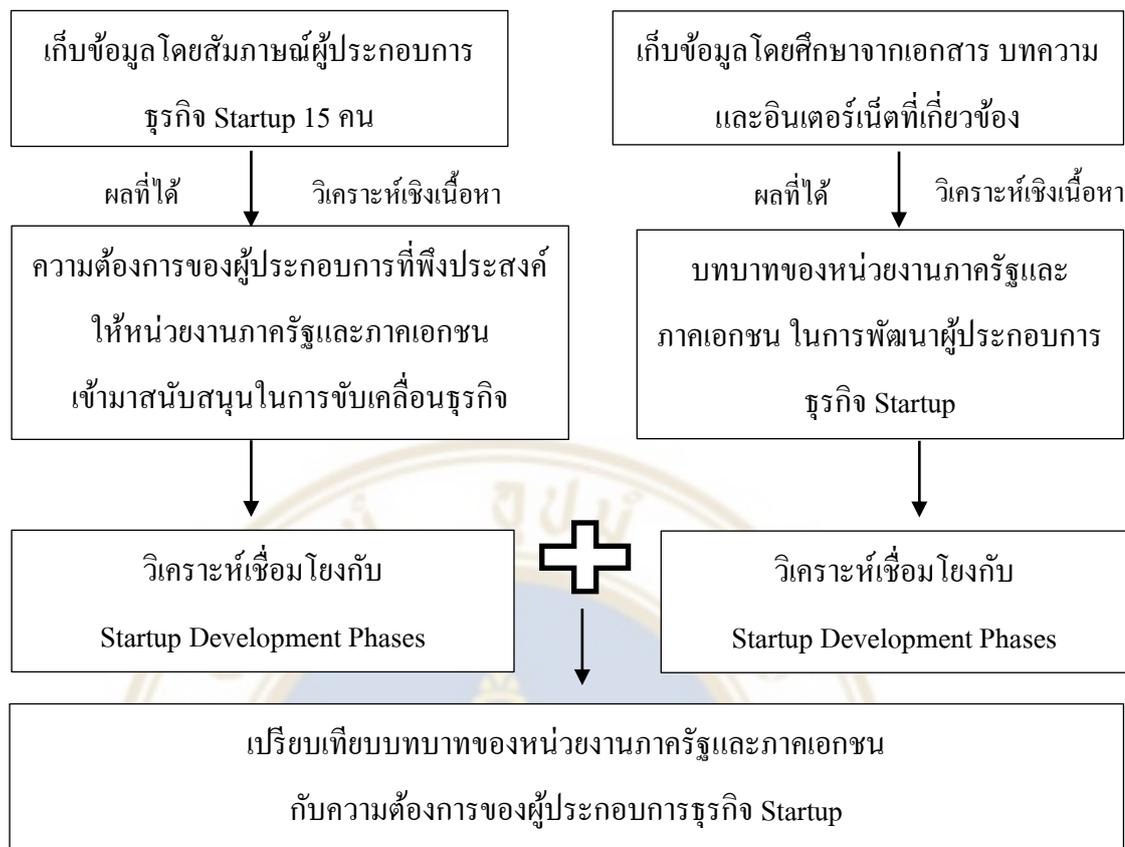
ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องบันทึกเสียงและจดบันทึก การใช้เครื่องบันทึกเสียงนั้น ช่วยอำนวยความสะดวกในการบันทึกรายละเอียดของข้อมูล ช่วยให้ผู้วิจัยย้อนทวนข้อมูลได้ ผู้วิจัยจะได้ข้อมูลอย่างละเอียดครบถ้วนและถูกต้องที่สุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์เชิงเนื้อหาต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยชิ้นนี้ ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) คือ การจัดข้อมูลให้เป็นระบบโดยใช้วิธีบรรยาย เชื่อมโยงกับสิ่งที่ศึกษา ทำการจัดประเภทข้อมูล สังเคราะห์ ค้นหาแบบแผนและตีความข้อมูลที่ผู้วิจัยรวบรวมมา เพื่อให้เข้าใจในความหมายสิ่งที่กำลังศึกษา โดยขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นมีลักษณะไม่ตายตัว (ณรงค์ศักดิ์ บุญยมาลิก, 2555) ซึ่งเมื่อผู้วิจัยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว ได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก มาถอดความและบันทึกให้อยู่ในรูปแบบเอกสาร เพื่อทำการวิเคราะห์ และอ่านข้อมูลต่างๆ อย่างละเอียด จากนั้นจัดกลุ่มของคำตอบที่มีทิศทางของคำตอบไปในทางเดียวกัน ทำการกำหนดรหัส (Coding) ให้กับข้อมูลเพื่อสื่อถึงคำตอบต่างๆ ที่เป็นกลุ่มเดียวกัน ส่วนคำตอบที่ไม่เกี่ยวข้องนั้น จะนำมาประกอบการพิจารณาภายหลังเพื่อเป็นการเพิ่มความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการแบ่งหมวดหมู่มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ตีความข้อมูล โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาประกอบและเชื่อมโยงความสัมพันธ์

นอกจากนี้ ในส่วนของข้อมูลทางด้านบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชน ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากบทความ และอินเทอร์เน็ตนั้น นำข้อมูลที่ได้มาสรุปใจความสำคัญ และแบ่งหมวดหมู่หน่วยงานที่มีบทบาทสอดคล้องกัน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ตีความข้อมูล โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาประกอบและเชื่อมโยงความสัมพันธ์เช่นเดียวกัน

เมื่อได้ข้อมูลที่วิเคราะห์เชิงเนื้อหาแล้ว จะได้ข้อมูล 2 ส่วน คือ 1) บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชน 2) ความต้องการของผู้ประกอบการ นำข้อมูลทั้งสองส่วนมาเปรียบเทียบกัน โดยใช้ทฤษฎี Startup Development Phase (Loikkanen, 2013) โดยคำตอบที่ได้นำมาวิเคราะห์และสรุปเป็นแบบบรรยายเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยต่อไป



รูปภาพ 3.1 วิธีดำเนินการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup” ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเก็บข้อมูลนั้น แบ่งออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน ดังนี้

- 1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ทางผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup จากบทความ นิตยสาร วารสาร สิ่งตีพิมพ์ รายงานประจำปี รายงานการประชุม รวมถึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง
- 2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) ใช้คำถามปลายเปิด ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนดเองโดยให้เหมาะสมกับจุดประสงค์ของการวิจัย (ธีระดา ภิญญา, 2552) ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจ Startup จำนวน 15 คน

ซึ่งได้ผลการวิจัยเป็นดังนี้

4.1 บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ผู้วิจัยสามารถสรุปบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ได้ดังนี้

4.1.1 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ

ในปี พ.ศ.2559 คณะรัฐมนตรีได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ (National Startup Committee) โดยมีปลัดกระทรวงการคลังเป็นประธาน พร้อมด้วยผู้แทนจากภาครัฐและผู้ทรงคุณวุฒิร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อสนับสนุนธุรกิจ Startup ในประเทศไทย ส่งเสริมความรู้ด้านการเป็นเจ้าของกิจการ รวมถึงการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุน Startup

นอกจากนี้ยังมี กลไกการขับเคลื่อนและพัฒนาระบบนิเวศของ Startup ที่เกิดจากการร่วมมือกันของหลายภาคส่วน ได้แก่ 1) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 2) กระทรวงการคลัง 3) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 4) กระทรวงพาณิชย์ 5) กระทรวงศึกษาธิการ และ 6) กระทรวงอุตสาหกรรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.1.1.1 กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในปี 2559 ที่ผ่านมามีกระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ ได้เป็นเจ้าภาพหลักในการจัดงาน Startup Thailand 2016 โดยเป็นงานที่เกิดจากความร่วมมือกันของทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อร่วมขับเคลื่อนและพัฒนา Startup สร้างโอกาสทางการค้าให้กับผู้ประกอบการใหม่ โดยในงานมีการจัดแสดงผลงานของธุรกิจ Startup ยุคใหม่ สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ให้เข้มแข็ง พร้อมทั้งมีการเสวนาให้ความรู้ในทุกๆ มิติของวงการธุรกิจ Startup

นอกจากนี้ บทบาทของกระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ คือช่วยเหลือด้านการพัฒนานวัตกรรมใหม่ และร่วมลงทุนกับ Startup ที่น่าสนใจ พร้อมการจัดศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการเทคโนโลยี ให้บริการบัญชีนวัตกรรม มีโครงการสนับสนุนนวัตกรรมสำหรับอาหาร รวมถึงการให้บริการด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งหน่วยงานภายใต้กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ ที่มีบทบาทในการสนับสนุนดังกล่าวนี้ มีดังนี้

1) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ร่วมสนับสนุนผู้ประกอบการโดยมีการพัฒนาศักยภาพทางนวัตกรรมผ่านกิจกรรมการฝึกอบรม, การให้คำปรึกษา, เชื่อมโยงให้เกิดการต่อยอดนวัตกรรมจากองค์ความรู้, สนับสนุนการสร้างต้นแบบเพื่อทดลองตลาดผ่านโครงการคูปองนวัตกรรมและโครงการแปลงเทคโนโลยีเป็นทุน, ส่งเสริมการสร้างตลาดนวัตกรรมเพื่อเปิดโอกาสทางการตลาดให้กับสินค้านวัตกรรมไทย และเร่งการเติบโตให้กับผู้ประกอบการผ่าน “โครงการนวัตกรรมดี..ไม่มีดอกเบี้ย”

2) สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) มีโครงการร่วมกับมหาวิทยาลัยต่างๆ กว่า 30 แห่งทั่วประเทศ ในการดำเนินกิจกรรมเครือข่ายอาจารย์ผู้สอนด้านความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเป็นแกนกลางในการพัฒนาศักยภาพอาจารย์ผู้สอน และระบบพี่เลี้ยงในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมในมหาวิทยาลัย ออกแบบและพัฒนาแนวทางการจัดการเรียนการสอน และกิจกรรมเสริมหลักสูตรด้านนวัตกรรมและความเป็นผู้ประกอบการ รองรับการศึกษาด้านความเป็นผู้ประกอบการสำหรับทุกคน (Entrepreneurship Education for All) ซึ่งรวมถึงการพัฒนาทักษะอื่นๆ ที่จำเป็นในการสร้างและสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรม เช่น ทักษะด้านการออกแบบ และทักษะการเขียนโปรแกรม นอกจากนี้ ยังมีโครงการนวัตกรรมอาหาร (Food Innopolis) สนับสนุนให้เกิดการวิจัยและพัฒนาเพื่อ

เพิ่มมูลค่าให้อุตสาหกรรมอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ ซึ่งโครงการนี้จะส่งเสริมภาคเอกชนในทุกระดับของการทำธุรกิจอาหาร ไม่ว่าจะเป็น Startup, SMEs หรือบริษัทระดับใหญ่ชั้นนำ

3) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) มีศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี สนับสนุนและช่วยเหลือผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยี ตั้งแต่เริ่มต้นกิจการ จนสามารถดำเนินกิจการของตนได้อย่างประสบความสำเร็จ โดยดำเนินกิจกรรมเป็นกระบวนการในการบ่มเพาะธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น การอบรมเพิ่มทักษะทางธุรกิจ, การให้คำปรึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิ, ให้บริการด้านสถานที่และอุปกรณ์สำนักงาน, เชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตร, ออกงานแสดงสินค้า, เชื่อมโยงแหล่งสนับสนุนเงินทุกหรือร่วมลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังมีเขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ประเทศไทย ได้จัดทำโครงการสร้างผู้ประกอบการธุรกิจเทคโนโลยีนวัตกรรม (Startup Voucher) ซึ่งให้ทุนสนับสนุนผู้ประกอบการสูงสุดถึง 800,000 บาท โดยโครงการนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถด้านการดำเนินธุรกิจให้ผู้ประกอบการ และส่งเสริมความเข้มแข็ง เพื่อขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

4) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) มีนโยบายในการเร่งผลักดันงานวิจัยต่อยอดสู่เชิงพาณิชย์ และให้ทุนสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม รวมถึงให้บริการวิเคราะห์ ทดสอบ ตรวจสอบ รับรองคุณภาพ มีการให้คำปรึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

5) สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมกิจการอุทยานวิทยาศาสตร์ ทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการดำเนินกิจการอุทยานวิทยาศาสตร์ โดยรับผิดชอบจัดทำร่างแผนและแนวทางในการพัฒนาตลอดจนทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลแวดล้อมเพื่อจัดทำร่างแนวทางและเกณฑ์ในการส่งเสริมและสนับสนุนกิจการอุทยานวิทยาศาสตร์ของประเทศ ในปี พ.ศ. 2560 มีเครือข่ายอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาค ซึ่งตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัยทั้งสิ้น 13 แห่งในประเทศไทย โดยภารกิจหลักของอุทยานวิทยาศาสตร์ คือ ให้บริการให้คำปรึกษาด้านธุรกิจเทคโนโลยี บริการเสาะหาและเชื่อมโยงแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการ บริการการจัดอบรม/สัมมนา มีสถานที่อำนวยความสะดวกในการทำวิจัยและพัฒนา มีบริการวิเคราะห์ทดสอบครบวงจร ผลักดันให้ผู้ประกอบการได้เข้าถึงนักวิจัยมากยิ่งขึ้น รวมถึงการให้ความรู้และให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ผลิตภัณท์นวัตกรรมที่มีเอกลักษณ์และโดดเด่นในตลาด

4.1.1.2 กระทรวงการคลัง มีมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ กองทุนเพื่อสนับสนุน Startup สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่กิจการที่ลงทุนใน Tech Startup และสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ ซึ่งหน่วยงานภายใต้กระทรวงการคลังที่มีบทบาทมากในการสนับสนุน Startup นั้น คือ

1) ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) นอกจากจะมีสินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ สำหรับธุรกิจ SMEs และ Startup ดังเช่นธนาคารอื่นๆ แล้ว ยังมีโครงการ Co-Working Space ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่ไม่มีสถานที่ทำงาน โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย ที่นั่งโต๊ะทำงาน, สำนักงานขนาดเล็ก และห้องประชุม นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมให้ผู้ประกอบการได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้านอย่างใกล้ชิด ผลักดันผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีแนวคิดธุรกิจ มาบ่มเพาะสร้างค่าการเรียนรู้ผ่านหลักสูตรต่างๆสำหรับผู้ประกอบการ พร้อมสนับสนุนการนำเสนอโครงการต่อนักลงทุน รวมถึงช่วยผู้ประกอบการให้พบกับลูกค้า โดยการจัดนิทรรศการแสดงสินค้าอย่างสม่ำเสมอ

2) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีกองทุนสนับสนุน Startup และในปลายปี พ.ศ.2560 จะมีการเปิดตัวตลาดหลักทรัพย์เพื่อสนับสนุนกิจการ Startup และกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนที่ไม่สูง นอกจากนี้ตลาดหลักทรัพย์ฯ ยังจัดกิจกรรมส่งเสริมองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้ง ยังมีฐานข้อมูลในเว็บไซต์ New Economic Warrior ที่รวบรวมผู้ประกอบการธุรกิจ Startup, นักลงทุน และหน่วยงานที่สนับสนุน เพื่อสร้างเครือข่าย (Connection) แก่สังคมธุรกิจ Startup

4.1.1.3 กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ช่วยเหลือเรื่องการวางแผน โครงสร้าง กฎหมาย ความมั่นคงทางอิเล็กทรอนิกส์ พร้อมให้คำปรึกษา และถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการให้บริการของภาครัฐผ่านเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ (e-government) หน่วยงานที่มีบทบาทในการสนับสนุนดังกล่าวคือ

1) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ส่งเสริมผู้ประกอบการ e-Commerce Startup ผ่านโครงการต่างๆ เช่น การอบรมเชิงปฏิบัติการ, ถ่ายทอดความรู้ผ่าน E-book รวมถึงการได้คำปรึกษาเกี่ยวกับการทำธุรกิจในยุคดิจิทัล และช่วยประชาสัมพันธ์ร้านค้าผ่านช่องทางออนไลน์

2) สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) มีโครงการเพื่อส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการมากกว่า 20 โครงการ เช่น โครงการพัฒนากำลังคนทางด้านดิจิทัลเพื่อสร้างธุรกิจเทคโนโลยีดิจิทัล (Tech Startup), โครงการส่งเสริมพื้นที่พิเศษสำหรับ

เศรษฐกิจดิจิทัล (Smart City), โครงการส่งเสริมการตลาดและการใช้ Digital Content เป็นต้น โดยโครงการดังกล่าวนี้ จะดำเนินการผ่านกระบวนการการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่ผู้ประกอบการ โดยมีผู้เชี่ยวชาญในด้านธุรกิจดิจิทัลมาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบอย่างใกล้ชิด บางโครงการเป็นการสนับสนุนผู้ประกอบการให้ขายสินค้าบน Marketplace ที่หน่วยงานสร้าง Platform ไว้ให้ทดลองตลาดเบื้องต้น นอกจากโครงการแล้ว ยังมีกิจกรรมอื่นๆ ที่สนับสนุนผู้ประกอบการ เช่น การให้คำปรึกษาด้านซอฟต์แวร์และสิทธิประโยชน์ กิจกรรมส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และงานสัมมนาให้ความรู้

4.1.1.4 กระทรวงพาณิชย์ มุ่งส่งเสริมผู้ประกอบการให้เข้มแข็งและมีศักยภาพสูง สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก มีการเตรียมความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในการประกอบธุรกิจ เปิดให้บริการจดทะเบียนธุรกิจ การเริ่มต้นธุรกิจผ่านออนไลน์ ให้ความรู้ทางทรัพย์สินทางปัญญาและส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งหน่วยงานที่มีบทบาทในการสนับสนุนดังกล่าวนี้ มีดังนี้

1) กรมทรัพย์สินทางปัญญา จัดมหกรรมทรัพย์สินทางปัญญาขึ้นในทุกๆ ปี เพื่อเปิดโอกาส สร้างแรงบันดาลใจ ให้แก่นักประดิษฐ์ ผู้สร้างสรรค์ ที่ใฝ่ฝันจะเป็นผู้ประกอบการ ในงานจะเปิดโอกาสให้นักประดิษฐ์ ได้แสดงผลงานและจับคู่ธุรกิจ เพื่อต่อยอดสู่เชิงพาณิชย์ นอกจากนี้ มีการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจด้านทรัพย์สินทางปัญญาผ่านการเสวนาจากผู้เชี่ยวชาญและเจ้าหน้าที่จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ให้ความรู้เรื่องการจดทะเบียน และสามารถปรึกษาปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

2) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า มีการพัฒนารูปแบบการให้บริการแก่ผู้ประกอบการโดยให้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น เช่น มีระบบบริการจดทะเบียนนิติบุคคลทางอิเล็กทรอนิกส์แบบครบวงจร (e-Registration) เพื่อลดระยะเวลาและขั้นตอนการยื่นเอกสาร ลดการใช้กระดาษ นอกจากระบบที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการแล้ว มีกิจกรรมที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจ ดังนี้ การเสริมสร้างองค์ความรู้พื้นฐานที่จำเป็นในการเริ่มต้นธุรกิจผ่าน e-Learning, การจัดหาช่องทางการค้าใหม่ๆ ให้ผู้ประกอบการ, กิจกรรมสร้างนักการตลาด-นักเชิงสร้างสรรค์, กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อผลักดันธุรกิจนวัตกรรม

3) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีนโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจ Startup โดยการจัดกิจกรรมอบรมสัมมนาให้ความรู้ จัดทีมผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษา และมีเครื่องมือ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการ อีกทั้งยังเสริมสร้างองค์ความรู้ ได้แก่ 1) เว็บไซต์ตลาดการค้า Thaitrade.com ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถทำการค้าระหว่างประเทศได้ง่ายขึ้น 2) Trade info online application เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลการทำการค้า

ระหว่างประเทศ ผู้ประกอบการสามารถทราบสถานการณ์ความต้องการทางการตลาด สถานการณ์การค้าในต่างประเทศ ด้วยการรับข้อมูลข่าวสารผ่านโทรศัพท์มือถืออย่างทันทีทันใด

4.1.1.5 กระทรวงศึกษาธิการ โดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) มีหน่วยงานส่งเสริมผลงานวิจัยของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อเชื่อมต่อกับโลกธุรกิจ เรียกว่า หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา (UBI) ซึ่งปัจจุบัน ในปีงบประมาณ 2560 นั้น มีจำนวนทั้งสิ้น 72 แห่ง กระจายในทุกๆภูมิภาคแบ่งเป็น 9 เครือข่าย ได้แก่ ภาคเหนือตอนล่าง, ภาคเหนือตอนบน, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน, ภาคกลางตอนล่าง, ภาคกลางตอนบน, ภาคตะวันออก, ภาคใต้ตอนบน และภาคใต้ตอนล่าง แต่ละหน่วยงานนั้น จะได้รับกรอบเงินสนับสนุน เพื่อไปสร้างกิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการ ทั้งในเรื่องการสร้าง ความตระหนักในการเป็นผู้ประกอบการ และกิจกรรมการเตรียมความพร้อมในการประกอบธุรกิจ กลุ่มเป้าหมายหลัก ที่จะผลักดันให้เป็นผู้ประกอบการ ภายใต้หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ คือ นักศึกษา ศิษย์เก่า และผู้ประกอบการในละแวกใกล้เคียงมหาวิทยาลัย หน้าที่ของหน่วยบ่มเพาะ คือ จับเคลื่อน ผลักดัน ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดผลงานวิจัยที่สามารถต่อยอดได้เชิงพาณิชย์ โดยบริการของ หน่วยบ่มเพาะฯ แต่ละที่มีความคล้ายคลึงกัน คือ ให้บริการพื้นที่สำนักงาน, จัดอบรมให้คำแนะนำ (ด้านธุรกิจ ด้านทรัพย์สินทางปัญญา การเงิน การบัญชี การจัดทำแผนธุรกิจ), มีระบบพี่เลี้ยงคอยให้ คำปรึกษา, จัดหาเครือข่ายพันธมิตรร่วมให้คำปรึกษา, จับคู่ธุรกิจ ตลอดจนให้สร้างขวัญและกำลังใจ ให้ผู้ประกอบการ

4.1.1.6 กระทรวงอุตสาหกรรม โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จัดตั้ง หน่วยงานขึ้น เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการทุกมิติ ได้แก่ ศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรม, ศูนย์ช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs, ศูนย์ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ได้ดำเนินการจัด โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ เน้นการอบรมให้ความรู้ กระตุ้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งมีโครงการช่วยเหลือผู้ประกอบการเรื่องเงินลงทุนด้วย

4.1.2 บทบาทของหน่วยงานภาคเอกชน

จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ผู้วิจัยสามารถบทบาทของหน่วยงาน ภาคเอกชน ที่มีส่วนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ได้ดังนี้

4.1.2.1 บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทเอกชนรายใหญ่ของ ประเทศไทย ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาผู้ประกอบการทั้ง Startup และ SMEs มีนโยบาย ที่สนับสนุนผู้ประกอบการ Startup และ SMEs เสมอมา มีโครงการอบรมสัมมนาที่สร้างองค์ความรู้ และผลักดันผู้ประกอบการ เช่น โครงการความร่วมมือจับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับประเทศ โดยได้

เปิดรับสมัครและคัดเลือกสินค้าและบริการของผู้ประกอบการ Start Up และ SMEs ที่มีการพัฒนาองค์ความรู้ และคิดค้นนวัตกรรม ทำให้เกิดการต่อยอดหรือสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือรูปแบบการดำเนินธุรกิจใหม่ๆ ก่อให้เกิดคุณค่าและมูลค่าที่สูงขึ้น นอกจากนี้โครงการภายใต้เครือข่ายซีพี ออลล์ แล้ว ยังมีศูนย์บ่มเพาะทางธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่เป็นศูนย์ให้คำปรึกษาและถ่ายทอดความรู้ในการจัดตั้งและบริหารธุรกิจ เช่น ให้ความรู้ด้านบัญชี การตลาด การผลิต และกฎหมาย รวมถึงการเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้าเยี่ยมชมศึกษาดูงานในบริษัทอีกด้วย

4.1.2.2 DTAC Accelerate ก่อตั้งโดย บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) เป็นหน่วยงานที่บ่มเพาะผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่มีแนวคิดในการสร้างผลิตภัณฑ์ให้เติบโตอย่างก้าวกระโดดผ่านการอบรมด้วยหลักสูตรที่เข้มข้น ช่วยให้ผู้ประกอบการแสดงศักยภาพสูงสุด พร้อมสร้างบริษัทที่พร้อมเติบโต ผ่านเงินทุนสนับสนุนและโอกาสทางธุรกิจ พร้อมมอบรางวัลและข้อเสนอพิเศษแก่ผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นหลักสูตรอบรมเข้มข้นแบบตัวต่อตัวกับผู้ประกอบการ Startup, สนับสนุนการทำการตลาดอย่างจริงจังผ่านกลุ่มลูกค้า DTAC, ให้บริการพื้นที่ทำงานฟรี (Co-working Space), มีโอกาสพบปะกับธุรกิจเงินร่วมลงทุน (Venture Capital) เป็นต้น

4.1.2.3 True Incube ก่อตั้งโดย บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เป็น 1 ใน Accelerator ของประเทศไทย เป็นโปรแกรมสร้างผู้ประกอบการ (Startup Incubation Program) และ ธุรกิจเงินร่วมลงทุน (Venture Capital) สำหรับ Tech Startup โดยสิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะได้รับ คือ การจัดอบรมและให้คำปรึกษา, มีผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์มาให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด, มีบริการพื้นที่ทำงานฟรี, สนับสนุนโอกาสในการทดลองตลาด และช่วยสนับสนุนเงินลงทุนให้กับทั้งผู้ประกอบการที่เพิ่มเริ่มธุรกิจ และเริ่มทำธุรกิจไปแล้ว

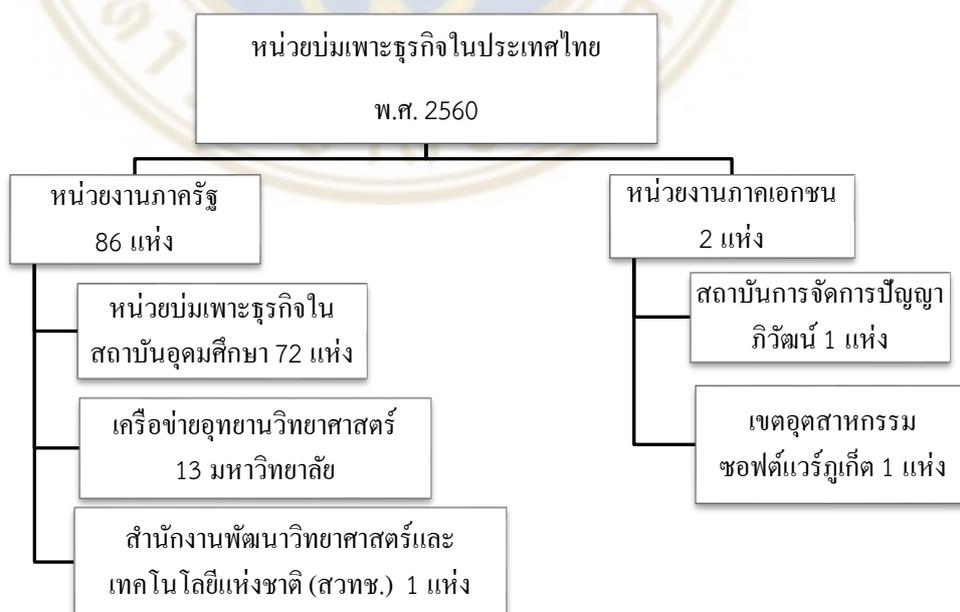
4.1.2.4 AIS The Startup ก่อตั้งโดย บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) เป็นโครงการคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ ผู้ผ่านการคัดเลือกจะได้เป็นพันธมิตรกับ AIS ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์และวางแผนธุรกิจการตลาด พร้อมทั้งสนับสนุนทางการตลาดอย่างเต็มรูปแบบ มีโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทั้งหมดของ AIS มีโอกาสในการเสนอผลงานต่อนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

4.1.2.5 สมาคมหน่วยบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ไทย เป็นศูนย์กลางในการประสานงานและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แหล่งพัฒนาความรู้และทักษะในการบริหารจัดการ เสนอแนะแนวทางในการยกระดับกิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ เชื่อมโยงเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศ เชื่อมโยงทรัพยากรต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรมธุรกิจ โดยปัจจุบันปี 2559 สมาคมฯ มีหน่วยงานสมาชิก

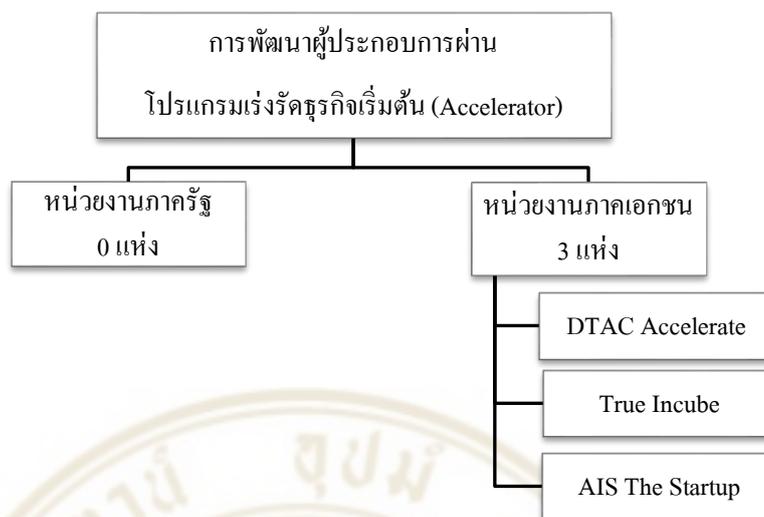
ทั้งสิ้น 44 หน่วยงาน มีกิจกรรมจัดอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรในหน่วยบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ และให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ รวมไปถึงสนับสนุนยกระดับผู้ประกอบการไทย ให้ได้มีโอกาสไปแข่งขันความสามารถในระดับนานาชาติ นอกจากนี้ สมาคมฯ ยังสนับสนุนให้หน่วยงานสมาชิกเข้าร่วมจัดนิทรรศการประชาสัมพันธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการอยู่เสมอ

4.1.2.6 สมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ มีบทบาทในการส่งเสริมสนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกในสมาคมฯ ให้สามารถแก้ไขปัญหาและอุปสรรคข้อขัดข้องในการประกอบธุรกิจ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน วิจัยและพัฒนาต่อยอดความรู้ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ข่าวสารระหว่างสมาชิก สร้างเครือข่ายให้แก่ผู้ประกอบการเทคโนโลยีได้พบปะทำความรู้จักกัน

จากการศึกษาข้อมูลข้างต้น จะเห็นว่า ในประเทศไทยทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่การบ่มเพาะธุรกิจ (Incubator) และ โปรแกรมเร่งรัดธุรกิจเริ่มต้น (Accelerator) จุดประสงค์เพื่อผลักดันและสร้างแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมถึงจำนวนของหน่วยงานที่ทำหน้าที่ดังกล่าว พบว่า ในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่บ่มเพาะธุรกิจทั้งสิ้น 88 แห่ง แบ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐ 86 แห่ง และภาคเอกชน 2 แห่ง (รูปภาพ 4.1) นอกจากนี้มีหน่วยงานที่มุ่งพัฒนาผู้ประกอบการผ่านโปรแกรมเร่งรัดธุรกิจเริ่มต้นทั้งสิ้น 3 แห่ง ซึ่งเป็นหน่วยงานเครือข่ายค่ายโทรศัพท์มือถือจากภาคเอกชนทั้งหมด (รูปภาพ 4.2)



รูปภาพ 4.1 สรุปจำนวนหน่วยบ่มเพาะธุรกิจในประเทศไทย พ.ศ. 2560



รูปภาพ 4.2 สรุปจำนวนหน่วยงานที่พัฒนาผู้ประกอบการผ่าน โปรแกรมเร่งรัดธุรกิจเริ่มต้น (Accelerator)

4.2 มุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ทั้งหมด 15 คน โดยสัมภาษณ์ถึงแนวคิดในการเริ่มต้นธุรกิจ, เป้าหมาย/วิสัยทัศน์ในการประกอบธุรกิจ, การหาข้อมูลประกอบการเริ่มต้นธุรกิจ, อุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจ, ปัญหาที่พบในการประกอบธุรกิจ, จุดแข็งของธุรกิจ, การรับรู้ถึงหน่วยงานที่สนับสนุน Startup รวมถึงข้อเสนอแนะที่มีต่อหน่วยงานนั้นๆ สามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

4.2.1 แนวคิดในการเริ่มต้นธุรกิจ

กลุ่มตัวอย่างได้ให้คำตอบมาหลากหลายปัจจัย โดยปัจจัยสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ แนวคิดในการเริ่มต้นธุรกิจ เกิดจากประสบการณ์, การมองเห็นโอกาสของสินค้า และเกิดจากปัญหา ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังรูปภาพ 4.3 โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.2.1.1 ประสบการณ์ กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจ Startup จาก 8 คน ใน 15 คน มองว่า ประสบการณ์ที่สะสมมาในอดีต ไม่ว่าจะเป็น ประสบการณ์ด้านการศึกษา, ประสบการณ์ด้านการทำงาน และประสบการณ์ที่ถูกลูกพี่ลูกน้องมาตั้งแต่เยาว์วัย ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่

ผลักดันให้เกิดแนวคิดในการเริ่มต้นธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ กล่าวคือ เมื่อผู้ประกอบการประสบปัญหาในการประกอบธุรกิจหากมีประสบการณ์ด้านนั้นๆ ผู้ประกอบการจะทราบว่าต้องดำเนินการแก้ไขไปในทิศทางใดต่อไป เช่น

“..จบการศึกษาทางด้านวิศวกรรมนาโน จึงเกิดแนวคิดที่จะผลิตสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับ Nanosilver เผยแพร่ให้คนในประเทศรู้จักกับ Nanosilver มากยิ่งขึ้น พอเจอปัญหาติดขัด” (เพศชาย, อายุ 29 ปี, ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่าย Nanosilver)

“..รับจ้างผลิตไอศกรีมขายให้กับแบรนด์ต่างๆ มากกว่า 10 ปี มีความเชี่ยวชาญในการผลิต เกิดแนวคิดอยากเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้ทันสมัยมากขึ้น จึงได้ทำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการผลิต เกิดเป็นไอศกรีมผงกึ่งสำเร็จรูปรสผลไม้ไทย ลูกค้าสามารถทำเองได้ เพียงเติมนมสด” (เพศหญิง, ธุรกิจจำหน่ายไอศกรีมผงกึ่งสำเร็จรูป)

“..มีความเชี่ยวชาญทางด้านโรงแรมมากกว่า 10 ปี เข้าใจพฤติกรรมลูกค้าที่เข้าพักโรงแรม จึงผันตัวเองมาทำธุรกิจสร้างเว็บไซต์จองโรงแรมแบบกลุ่ม เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางคนเดียวได้จองโรงแรมในราคาถูกเหมือนมาเป็นกลุ่ม” (เพศชาย, อายุ 46 ปี, ธุรกิจเว็บไซต์จองโรงแรม)

“..อยากเป็นอาจารย์ที่ตอบคำถามลูกศิษย์ได้ ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ จึงเริ่มอยากมีธุรกิจเป็นของตนเอง ซึ่งบรรพบุรุษมีส่วนมั่งคุด เติบโตมาพร้อมกับสวนมั่งคุด ทราบทุกกระบวนการในการทำสวนและเก็บเกี่ยวในแต่ละฤดูกาล การเริ่มต้นธุรกิจจึงเริ่มจากธุรกิจใกล้ตัวก่อน และได้เกิดแนวคิดแปรรูปมั่งคุดให้แตกต่างจากคู่แข่ง เกิดเป็นน้ำมั่งคุดรูปแบบใหม่พร้อมทาน ไม่มีน้ำตาล (No Sugar) แคลอรีต่ำ (Low calories) ผสมคอลลาเจน (Collagen) เข้ากับยุคสมัยของการรักษาสุขภาพ” (เพศหญิง, อายุ 32 ปี, อาชีพ อาจารย์มหาวิทยาลัย/ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายน้ำมั่งคุด 100%)

4.2.1.2 การเห็นโอกาสและแนวโน้มการเติบโตของตลาด (Trend) กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการจาก 7 คน ใน 15 คน มองว่า การมองเห็นแนวโน้มการเติบโตของตลาดเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดแนวคิดในการเริ่มต้นธุรกิจ เนื่องจากการเป็นผู้ประกอบการนั้นจะต้องหมั่นติดตามข่าวสารและแนวโน้มการเติบโตของตลาดอยู่เสมอ ผู้ประกอบการจะต้องทราบว่าปัจจุบันธุรกิจแบบใดกำลังมาเป็นที่นิยม พฤติกรรมของคนในปัจจุบันเป็นอย่างไร เพื่อหาโอกาสในการเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการให้ความเห็นดังนี้

“..แนวโน้มการดูแลสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการเลือกซื้ออาหาร ส่งผลให้เกิดแนวคิดการสร้างสินค้าที่ตอบโจทย์คนรักสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็น

เครื่องดื่มไม่มีน้ำตาล อาหารเพื่อสุขภาพ หรือผลิตภัณฑ์อาหารเสริมต่างๆ” (เพศชาย, อายุ 28 ปี, อาชีพนักศึกษา/ธุรกิจอาหารไทยเพื่อสุขภาพ)

“..แนวโน้มของผู้คนที่มักอยู่คนเดียวมากยิ่งขึ้น ประกอบการมีบุตรในประเทศไทยลดน้อยลง ซึ่งส่วนใหญ่สัตว์เลี้ยงจะเข้ามาเติมเต็มในส่วนนี้ จึงมองว่าผลิตภัณฑ์ของสัตว์เลี้ยงจะเติบโตไปพร้อมกับตลาดที่กำลังเติบโต” (เพศชาย, ธุรกิจของเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยง)

“..แนวโน้มการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดแนวคิดสร้างผลิตภัณฑ์เพื่ออำนวยความสะดวกพ่อค้าแม่ค้าที่จำหน่ายสินค้าออนไลน์ เกิดเป็นแอปพลิเคชันบริการจัดเก็บสินค้าและจัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้า” (เพศชาย, ธุรกิจคลังสินค้าออนไลน์)

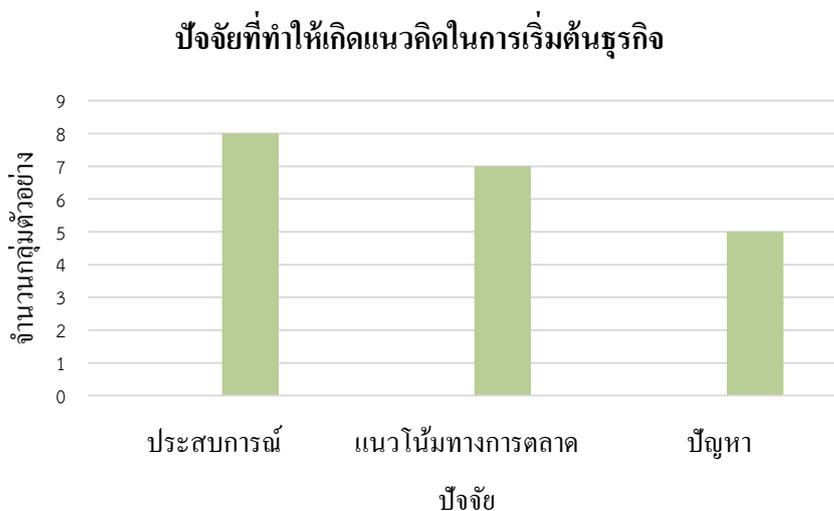
“..แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับคนนิยมเดินทางคนเดียวส่งผลให้เกิดเว็บไซต์การจองโรงแรม สำหรับนักเดินทางที่ไม่ได้มาเป็นกลุ่ม แต่ได้ราคาที่ถูกเปรียบเสมือนเดินทางเป็นกลุ่ม” (เพศชาย, อายุ 46 ปี, ธุรกิจเว็บไซต์จองโรงแรม)

4.2.1.3 การมองเห็นปัญหาหรือประสบปัญหาด้วยตนเอง เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ผู้ประกอบการจาก 5 คนใน 15 คนให้ความเห็นว่า การประสบปัญหา ทำให้เกิดแนวคิดในการเริ่มต้นธุรกิจ เนื่องจาก เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นกับตนเอง ผู้ประกอบการก็จะหาแนวทางการแก้ปัญหา (Solution) จนกระทั่งเกิดเป็นสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ผู้ใช้ เช่น

“..เกิดปัญหาเรื่องการขนส่งไอศกรีมในระยะทางไกล จึงเกิดแนวคิดทำไอศกรีมผงพร้อมรับประทาน” (เพศหญิง, ธุรกิจจำหน่ายไอศกรีมผงกึ่งสำเร็จรูป)

“..ซื้อทรายแมวที่ไม่ได้มาตรฐาน ส่งผลให้แมวของตนเองเป็นโรคมุมิแพ้ จึงเกิดเป็นแนวคิดในการผลิตทรายแมวที่ได้มาตรฐานและราคาไม่แพง” (เพศชาย, ธุรกิจของเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยง)

“เกิดปัญหาในการรอกิวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ธนาคาร หรือ ร้านอาหาร จึงเป็นแนวคิดในการให้บริการแอปพลิเคชันจองคิวร้านอาหาร” (เพศชาย, ธุรกิจแอปพลิเคชันจองคิวล่วงหน้า)



รูปภาพ 4.3 ปัจจัยที่ทำให้เกิดแนวคิดในการเริ่มต้นธุรกิจ

4.2.2 การหาข้อมูลในการเริ่มต้นธุรกิจ

ผู้ประกอบการให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมด 15 คน คือ หาข้อมูลในการเริ่มต้นธุรกิจจากอินเทอร์เน็ต เพราะ รวดเร็วและเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ หากเป็นธุรกิจใหม่ที่ยังไม่เคยมีมาก่อนในประเทศไทย ผู้ประกอบการจะยึดแนวทางตามต่างประเทศ ซึ่งการหาข้อมูลในการเริ่มต้นธุรกิจนั้น มีความสำคัญมาก เนื่องจากใช้กำหนดทิศทางและวางแผนในการเริ่มต้นธุรกิจ โดยแต่ละธุรกิจก็การหาข้อมูลเริ่มต้นนั้นมีความยากง่ายแตกต่างกันไป ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็นดังนี้ เช่น

“..การหาข้อมูลในการเริ่มต้นธุรกิจ ช่วงแรกเป็นอะไรที่ยากมาก เพราะธุรกิจเราแปลกใหม่ อะไร ก็ยากไปหมด เริ่มต้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพราะสะดวกที่สุดในยุคสมัยนี้ และใช้ประสบการณ์เข้ามาช่วย” (เพศชาย, อายุ 46 ปี, ธุรกิจเว็บไซต์ของ โรงแรม)

“..เริ่มต้นหาข้อมูลจาก Google เพราะว่าสะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย ศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจแนวนี้ในต่างประเทศและมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเอง นอกจากนี้ยังศึกษาข้อมูลพฤติกรรมลูกค้าจาก Facebook” (เพศชาย, ธุรกิจคลังสินค้าออนไลน์)

“..หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพราะว่าง่ายที่สุด” (เพศชาย, อายุ 28 ปี, อาชีพนักศึกษา/ธุรกิจอาหารไทยเพื่อสุขภาพ)

“..หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และการเข้าไปสำรวจธุรกิจคู่แข่งด้วยตนเอง” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, ธุรกิจบริการทำความสะอาดรถยนต์ครบวงจร)

“..หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพราะสมัยนี้ใครๆก็ใช้ Smart Phone ซึ่งสะดวกและรวดเร็ว” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, ธุรกิจสวนมะนาว Smart Farming)

“..เริ่มต้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพราะเราไม่ทราบว่าการเริ่มต้นธุรกิจนั้นต้องเริ่มจากตรงไหน อินเทอร์เน็ตสามารถชี้แนะแนวทางให้เราได้” (เพศหญิง, อายุ 26 ปี, ธุรกิจทำเครปร้อน)

4.2.3 อุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจ

กลุ่มตัวอย่าง มองว่า อุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจนั้นมีหลากหลายอุปสรรค โดยอุปสรรคที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ อุปสรรคด้านการตลาด, การไม่มีประสบการณ์, รูปแบบธุรกิจแปลกใหม่, เอกสารซับซ้อน, ขาดความน่าเชื่อถือ, เงินลงทุนตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังรูปภาพ 4.4 โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.2.3.1 อุปสรรคด้านการตลาด กลุ่มตัวอย่างจาก 5 คน ใน 15 คน ได้ให้ความเห็นว่าอุปสรรคด้านการตลาดนั้นเป็นปัญหาที่ขัดขวางการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการมากที่สุด เนื่องจากหากทำสินค้าและบริการออกมาแล้ว ไม่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ ธุรกิจก็ไม่สามารถเดินหน้าต่อไปได้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็น ดังนี้

“..การหาลูกค้าเป็นเรื่องยากมากสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ เริ่มต้นในการทำธุรกิจ คำถามแรกที่เข้ามาหาเราคือ ทำอย่างไรให้ลูกค้ารู้จัก คำถามต่อมาคือ ถ้าลูกค้ารู้จัก เราจะทำให้ลูกค้าเชื่อใจและเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า(Loyalty) ได้อย่างไร” (เพศหญิง, อายุ 32 ปี, อาจารย์มหาวิทยาลัย/ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายน้ำมังคุด 100%)

“..การสร้างสินค้าและบริการให้ลูกค้าเข้าใจนั้นยากมาก กว่าลูกค้าจะเปิดใจยอมรับสินค้า ต้องใช้เวลาศึกษา เนื่องจากเราเป็นธุรกิจที่บุกเบิกตลาด ในช่วงเริ่มต้นได้โทรแนะนำบริการให้แก่ลูกค้า ลูกค้าไม่ยอมเปิดใจรับฟังเพราะเขามีกรอบความคิดของเขาอยู่แล้ว ระยะเวลาผ่านไป เมื่อมีคู่แข่งทางการตลาดเข้ามามากขึ้น ลูกค้าก็เริ่มเข้าใจบริการของเราโดยอัตโนมัติ” (เพศชาย, ธุรกิจคลังสินค้าออนไลน์)

“..ธุรกิจที่บุกเบิกตลาดเป็นเจ้าแรก ไม่มีใครเคยทำธุรกิจรูปแบบนี้มาก่อน ลูกค้ารายแรกนั้นจะสำคัญที่สุด เราใช้ระยะเวลาในการคุยกับลูกค้ารายแรกถึง 6 เดือน กว่าจะทำให้ลูกค้าเข้าใจในรูปแบบธุรกิจและยอมใช้บริการธุรกิจเรา” (เพศชาย, ธุรกิจแอปพลิเคชันจองคิวล่วงหน้า)

“..อุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจ มองว่าเป็นเรื่องการตลาด จากเดิมที่จำหน่ายไอศกรีม ได้คิดค้นรูปแบบธุรกิจใหม่ คือ ผลิตและจำหน่ายไอศกรีมผง ซึ่งเราไม่ทราบว่าการทำการตลาดของสองธุรกิจนี้เหมือนกันหรือไม่ ไม่มีความรู้ในด้านนี้ นอกจากนี้การทำบรรจุภัณฑ์ให้โดดเด่นดึงดูดความสนใจลูกค้า เป็นเรื่องยากมาก ซึ่งหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในมหาวิทยาลัย ขาดบุคลากรที่มีความสามารถด้านการตลาด” (เพศหญิง, ธุรกิจจำหน่ายไอศกรีมผงกึ่งสำเร็จรูป)

“..การหาช่องว่างทางการตลาดให้สินค้าของเราแทรกเข้าไป เป็นอุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจ เพราะหากธุรกิจของเรามีคนทำอยู่แล้ว ธุรกิจของเราไม่มีข้อแตกต่างจากคู่แข่งเลย ลูกค้ำก็ไม่สนใจเรา” (เพศชาย, ธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอางจากถั่งเช่า)

4.2.3.2 ไม่มีประสบการณ์ กลุ่มตัวอย่างจาก 5 คน ใน 15 คน ได้ให้ความเห็นว่า การไม่มีประสบการณ์ ไม่ว่าจะ เป็น ประสบการณ์ด้านบริหารจัดการ, ด้านการตลาด, ด้านการบริหารบุคคล หรือไม่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ เป็นอีกหนึ่งอุปสรรคที่เข้ามาขัดขวางการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการ เนื่องจากประสบการณ์และความรู้มีส่วนช่วยอย่างมากในเรื่องการแก้ไขปัญหาและชี้แนวทางในการดำเนินธุรกิจ หากเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจใหม่ไม่มีประสบการณ์และขาดความรู้ในหลายๆด้าน จะส่งผลให้ธุรกิจนั้นล้มเหลวได้ โดยกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็น ดังนี้

“..ทำธุรกิจไอศกรีมมามากกว่า 10 ปี เกิดแนวคิดในการเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจใหม่ ซึ่งมองว่าปัญหาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจคือการไม่มีประสบการณ์ขาดความรู้ ทั้งด้านการตลาดและการผลิต เพราะที่ผ่านมาเราใช้ใจทำมาโดยตลอด พอเริ่มใช้นวัตกรรมเข้ามาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เราพบว่าเราไม่สามารถพยากรณ์ยอดขายล่วงหน้าได้ และไม่ทราบว่าจะต้องทำการตลาดอย่างไร” (เพศหญิง, ธุรกิจจำหน่ายไอศกรีมผงกึ่งสำเร็จรูป)

“..เคยเป็นพนักงานโรงแรมมาเป็นระยะเวลาาน พอถึงเวลาที่เราจะต้องเป็นเจ้าของธุรกิจ ต้องเปลี่ยนมุมมองตนเองให้มีภาวะความเป็นผู้ประกอบการ ต้องสร้างภาวะผู้นำให้แก่ตนเอง เมื่อไม่ประสบการณ์ ในช่วงเริ่มต้นทำให้ทุกอย่างเป็นเรื่องยาก” (เพศชาย, อายุ 46 ปี, ธุรกิจเว็บไซต์จองโรงแรม)

“..ไม่มีประสบการณ์ด้านบริหารจัดการ บริหารต้นทุน ไม่เคยประกอบธุรกิจ ทำให้ช่วงแรกไม่สามารถกำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจได้” (เพศหญิง, อายุ 26 ปี, ธุรกิจทำเครปร้อน)

4.2.3.3 รูปแบบธุรกิจแปลกใหม่ กลุ่มตัวอย่างจาก 3 ใน 15 คน ได้ให้ความเห็นว่า การประกอบธุรกิจที่มีรูปแบบธุรกิจ (Business Model) ที่แปลกใหม่ เป็นรายแรกของประเทศไทย หรือของโลกนั้น เป็นอุปสรรคที่ขัดขวางการเริ่มต้นธุรกิจอย่างมาก กล่าวคือ เมื่อเริ่มเป็นรายแรกการประกอบธุรกิจ ทำให้ขาดข้อมูลในทุกๆเรื่อง และขาดคนชี้แนะแนวทางในการดำเนินธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตาม อุปสรรคนี้จะเป็นสิ่งผลักดันให้ผู้ประกอบการเกิดความท้าทายและเอาใจจริงเอาใจมากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็น ดังนี้

“..รูปธุรกิจของเราแปลกใหม่ เป็นรายแรกของประเทศ เราอาศัยประสบการณ์ที่เรียนมาทางด้านนี้ และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งธุรกิจของเราเป็นด้านวิทยาศาสตร์ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ ส่วนใหญ่จะไม่เข้าใจ และไม่สามารถชี้แนะแนวทางในการทำตลาดให้แก่ธุรกิจได้” (เพศชาย, อายุ 29 ปี, ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่าย Nanosilver)

“..การเป็นรายแรก ทำให้หาข้อมูลในการประกอบธุรกิจยาก ทุกอย่างดูยากไปหมดในช่วงเริ่มต้น” (เพศชาย, อายุ 46 ปี, ธุรกิจเว็บไซต์จ้องโรงแรม)

“..เริ่มต้นธุรกิจโดยไม่มีความรู้ ประกอบกับการเป็นธุรกิจรายแรกในประเทศ ช่วงเริ่มต้นไม่ทราบว่าต้องดำเนินธุรกิจไปในทิศทางใด จึงได้ไปเข้าโครงการต่างๆ ของภาครัฐ ซึ่งเป็นการอบรมเพียงพื้นฐานในการทำธุรกิจเท่านั้น” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, ธุรกิจผลิตงานแพรร่ภาพและสื่อ)

4.2.3.4 เอกสารทางราชการมีความซับซ้อน กลุ่มตัวอย่างมองว่า เอกสารราชการมีความซับซ้อน ไม่ว่าจะ เป็นกระบวนการ หรือขั้นตอนที่มากมายในการขออนุญาตทะเบียนบริษัท และการติดต่อกับราชการทุกอย่าง จะต้องมียกเอกสารประกอบเป็นหลักฐาน ซึ่งทำให้การเริ่มต้นธุรกิจนั้นล่าช้าและยุ่งยากมากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มตัวอย่างจาก 2 ใน 15 คน ได้ให้ความเห็นว่า

“..ข้อมูลต่างๆ ในการประกอบธุรกิจ สามารถหาได้จากอินเทอร์เน็ต เราพัฒนารูปแบบธุรกิจมาจากการศึกษาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตส่วนๆ แต่ข้อมูลการจดทะเบียนบริษัท และกระบวนการยื่นจดทะเบียนนั้นซับซ้อนมาก มีขั้นตอนและรายละเอียดที่มากมาย เรามองว่าสิ่งเหล่านี้ทำให้กระบวนการเกิด Startup ยากมากขึ้น” (เพศชาย, ธุรกิจคลังสินค้าออนไลน์)

“..การยื่นจดทะเบียนต่อคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มีขั้นตอนที่ยุ่งยากและซับซ้อน ต้องใช้เวลาในกระบวนการนี้ค่อนข้างมาก” (เพศชาย, อายุ 28 ปี, อาชีพนักศึกษาศึกษาธุรกิจอาหารไทยเพื่อสุขภาพ)

4.2.3.5 ขาดความน่าเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างมองว่า ความน่าเชื่อถือจะผลักดันให้เราเติบโตได้ เนื่องจากผลจากความได้รับการไว้วางใจจากลูกค้า นอกจากจะทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ ยังทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้าอีกด้วย ดังนั้นหากขาดความน่าเชื่อถือในธุรกิจ ก็จะส่งผลให้เป็นอุปสรรคที่สำคัญที่ขัดขวางการดำเนินธุรกิจ โดยกลุ่มตัวอย่างจาก 2 ใน 15 คน ได้ให้ความเห็นว่า

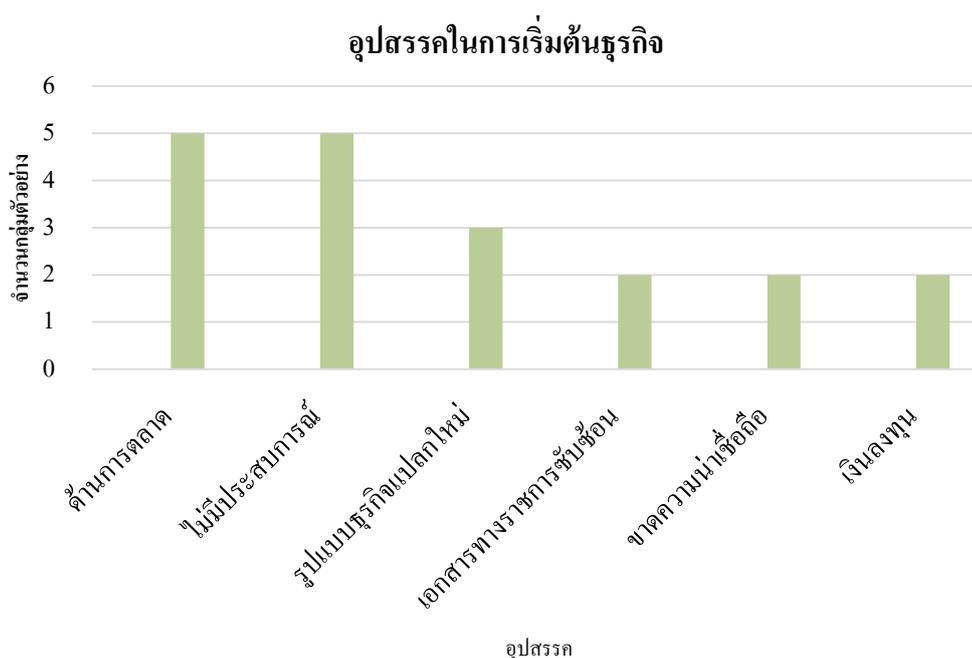
“..ทุกวันนี้เราเติบโตได้ เพราะลูกค้าไว้วางใจ จึงได้เกิดการตลาดแบบปากต่อปาก” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, ธุรกิจออกแบบและตกแต่งภายใน)

“..ต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้ได้ ธุรกิจถึงจะสามารถอยู่ในตลาดได้” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, ธุรกิจผลิตงานแพรร่ภาพและสื่อ)

4.2.3.6 เงินลงทุน เรื่องเงินลงทุนจะเป็นปัญหาที่ใหญ่ เพราะธุรกิจแทบจะทุกธุรกิจล้วนต้องใช้เงินลงทุนด้วยกันทั้งสิ้น ซึ่งผู้ประกอบการควรดูแลระบบการเงินและบัญชี พร้อมทั้งวางแผนเงินทุนที่ต้องใช้จ่ายจริงและทุนสำรองที่มากเพียงพอต่อการประกอบธุรกิจ หรืออาจใช้การขอสินเชื่อจากทางธนาคาร โดยกลุ่มตัวอย่างจาก 2 ใน 15 คน ให้ความเห็นเรื่องเงินลงทุนดังนี้

“..มองว่า อุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจ คือ การขาดเงินลงทุน จะเห็นว่าเราเริ่มต้นธุรกิจด้วยขนาดที่เล็กมาก เพราะกลัวว่าเงินลงทุนจะไม่พอ” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, ธุรกิจเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า)

“..ช่วงแรกที่เริ่มต้นธุรกิจ เราไม่มีเงินลงทุนเลย จึงขอเงินลงทุนจากผู้ปกครองในปีแรก และปีต่อมาได้นำเสนอแผนธุรกิจต่อนักลงทุน และนักลงทุนเกิดความสนใจ จึงได้ซื้อหุ้นในบริษัท” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, ธุรกิจผลิตงานแพรร่ภาพและสื่อ)



รูปภาพ 4.4 อุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจ

4.2.4 ปัญหาที่พบในการประกอบธุรกิจ

กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความเห็นเรื่องปัญหาที่พบในการประกอบธุรกิจว่าสามารถเกิดขึ้นได้หลากหลาย ความรุนแรงของปัญหาขึ้นอยู่กับการวางแผนการดำเนินงานและการเตรียมรับมือกับปัญหาเหล่านั้น ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองว่า ปัญหาเหล่านี้มีความสำคัญเป็นอย่างมาก

เพราะล้วนทำให้เกิดการคิดขัดใจในการดำเนินธุรกิจ ต้องอาศัยความรู้ความสามารถรวมถึงประสบการณ์เข้ามาช่วยตัดสินใจและแก้ไขปัญหานั้นๆ โดยพบว่ามีประเด็นสำคัญ 2 ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดเห็นไปให้ทิศทางเดียวกัน คือ ปัญหาด้านการตลาด และปัญหาที่เกิดจากรูปแบบธุรกิจที่แปลกใหม่ ตามลำดับ ซึ่งสามารถสรุปได้รูปภาพ 4.5 โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.2.4.1 ปัญหาด้านการตลาด กลุ่มตัวอย่างจาก 6 คน ใน 15 คน มองว่าปัญหาด้านการตลาด สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ หรือดำเนินธุรกิจมาแล้วระยะหนึ่ง ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องวางแผนการรับมือกับพฤติกรรมของลูกค้าที่ปรับเปลี่ยนตามกระแสสังคมอยู่เสมอ ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เช่น

“..เรามองว่าปัญหาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจที่มักเกิดขึ้นคือ การที่ลูกค้าไม่เข้าใจธุรกิจของเรา ซึ่งเราจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจ เพื่อปรับรูปแบบธุรกิจให้เข้ากับลูกค้ามากยิ่งขึ้น” (เพศชาย, ธุรกิจคลังสินค้าออนไลน์)

“..การดำเนินธุรกิจจะต้องศึกษากระบวนการทำธุรกิจให้รอบด้านและเตรียมรับมือ ทำการบ้านอยู่เสมอ การเตรียมรับมือกับลูกค้าที่หลากหลาย เป็นสิ่งที่สำคัญในกระบวนการทำธุรกิจ” (เพศชาย, ธุรกิจของเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยง)

“..ปัญหาที่สำคัญที่สุดที่มักเกิดขึ้นในการประกอบธุรกิจ คือ การวิเคราะห์ด้านการตลาด ทำสินค้าของตนเองให้แตกต่างและตอบโจทย์ไม่ได้ ดังนั้น เราต้องศึกษาตลาด และวิเคราะห์ลูกค้าอยู่เสมอ” (เพศชาย, ธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอางจากถั่งเช่า)

“..ปัญหาที่มักเกิดขึ้นในทุกๆวัน มองว่าเป็นเรื่องการรับมือกับลูกค้าที่หลากหลาย เนื่องจากแต่ละคนมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, ธุรกิจบริการทำความสะอาดอาคารยนต์ครบวงจร)

“..ปัญหาที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ คือ การสร้างความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) การพัฒนาสินค้าให้แตกต่างจากคู่แข่ง เรามองว่าเป็นเรื่องยาก ดังนั้น เราต้องหมั่นพัฒนาสินค้าของเราให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า” (เพศหญิง, อายุ 32 ปี, อาชีพ อาจารย์มหาวิทยาลัย/ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายน้ำมังคุด 100%)

4.2.4.2 รูปแบบสินค้าเฉพาะทาง/แปลกใหม่ กลุ่มตัวอย่างมองว่า การที่กล้าประกอบธุรกิจที่ไม่มีใครเคยทำมาก่อนนั้น เป็นการสร้างความแตกต่างในตลาด แต่ก็ทำให้เกิดทั้งอุปสรรคในการเริ่มต้น คือ ไม่มีแหล่งข้อมูลอ้างอิงในการศึกษาค้นคว้า นอกจากนี้ พอได้เริ่มดำเนินธุรกิจมาแล้ว การมีรูปแบบสินค้าที่เฉพาะทางหรือแปลกใหม่ ก็สามารถทำให้เกิดปัญหาแก่ผู้ประกอบการได้เช่นกัน เช่น สินค้าไม่สามารถปรับตามความต้องการลูกค้าได้ สินค้ามีความเฉพาะ

ทาง ทำให้กำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจได้ยาก อย่างไรก็ตามสิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้ประกอบการ รู้จักพัฒนาสินค้าและบริการของตนเอง รู้จักกระตือรือร้น ไม่ยอมแพ้ เพื่อให้ธุรกิจของตนเองเติบโต อย่างก้าวกระโดด โดยกลุ่มตัวอย่างจาก 5 คน ใน 15 คน ให้ความคิดเห็น ดังนี้

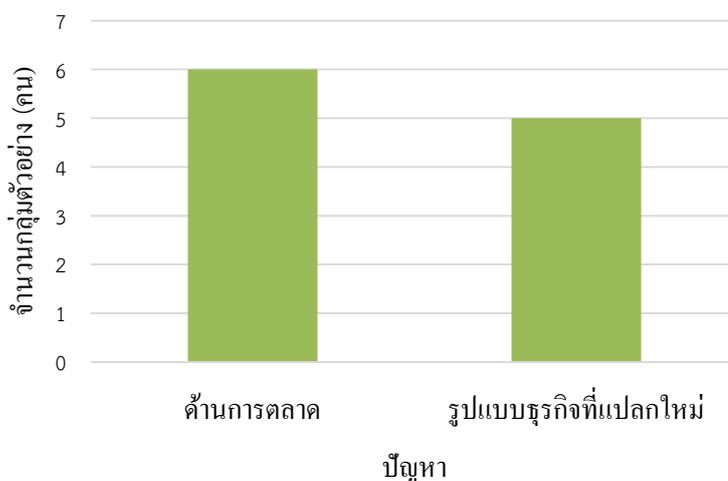
“สินค้าเราเองเป็นสินค้าที่ตอบ โจทย์ลูกค้าเพียงแค่งุ่มเดียวและมีราคา สูง ดังนั้น ปัจจุบันจึงได้พยายามคิดค้นและศึกษาเรื่องอาหารจากโปรตีนถั่วเหลือง เพื่อขยายสาย ผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น(Product Line)” (เพศหญิง, อายุ 32 ปี, อาชีพ อาจารย์มหาวิทยาลัย/ธุรกิจผลิตและ จัดจำหน่ายน้ำมันงาคูด 100%)

“..เรามองว่า ความใหม่ของธุรกิจ นั้นค่อนข้างเป็นปัญหาและอุปสรรค เนื่องจากสินค้าของเราเป็นสินค้าที่ไม่สามารถปรับตามลูกค้าได้ สินค้ามีความเป็นวิทยาศาสตร์มาก หากคนที่เข้าใจในตัวสินค้าได้น้อย ปัจจุบันลูกค้าของเราจึงมีแต่บริษัทใหญ่ๆ ที่เชี่ยวชาญทางด้าน Nanosilver เท่านั้น” (เพศชาย, อายุ 29 ปี, ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่าย Nanosilver)

“การเป็นเจ้าของแรกในตลาด ทำให้เราเจอกับปัญหาต่างๆมากมาย ทั้งด้าน การตลาดและการลงทุน ซึ่งความไม่ยอมแพ้ และความกระตือรือร้นของตัวเองนั้น ทำให้เราสามารถผ่านจุดนั้นมาได้” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, ธุรกิจผลิตงานแพรร่ภาพและสื่อ)

“เราใช้เวลาในการหาและทำความเข้าใจกับลูกค้ารายแรก เป็นระยะเวลา ถึง 6 เดือน เนื่องจากธุรกิจเราเป็นรูปแบบที่แปลกใหม่ ในประเทศไทยไม่มีใครทำรูปแบบนี้มาก่อน จึงต้องใช้เวลาเพื่อปรับทัศนคติให้ลูกค้าเข้าใจและยอมใช้บริการแอปพลิเคชันของเราที่ร้านอาหาร ของเขา ซึ่งเรามองว่า หากเจ้าของธุรกิจไม่มีใจรักในตัวสินค้า และมีความยอมแพ้ ก็ไม่สามารถผ่าน จุดนี้ไปได้” (เพศชาย, ธุรกิจแอปพลิเคชันจองคิวล่วงหน้า)

ปัญหาที่พบในการประกอบธุรกิจ



รูปภาพ 4.5 ปัญหาที่พบในการประกอบธุรกิจ

4.2.5 ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

กลุ่มตัวอย่างจาก 10 ใน 15 คน ได้ให้ความเห็นว่า ธุรกิจที่แปลกใหม่เป็นเจ้าแรกหรือธุรกิจที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ แก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและเติบโตอย่างก้าวกระโดด เช่น

“..ตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา เรามองว่าจุดแข็ง ที่ทำให้ธุรกิจเราอยู่รอดเป็นเจ้าเดียวในตลาด คือ แนวคิดธุรกิจที่สร้างขึ้นเพื่อแก้ปัญหของคน ธุรกิจของเราถูกใช้อย่างแพร่หลาย ตอบโจทย์และแก้ปัญหของผู้ใช้ได้จริง” (เพศชาย, ธุรกิจแอปพลิเคชันจองคิวล่วงหน้า)

“..จุดแข็งที่ทำให้ธุรกิจเติบโต คือ ธุรกิจที่แปลกใหม่ เรายึดแนวคิดธุรกิจจากการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง” (เพศชาย, อายุ 46 ปี, ธุรกิจเว็บไซต์จองโรงแรม)

“..จากการสอบถามกลุ่มลูกค้า และพันธมิตรที่เคยร่วมงานด้วย พวกเขาตอบว่า เขาเลือกซื้อสินค้าของเรา เนื่องจากแนวคิดของสินค้าที่แปลกใหม่ ไม่เหมือนใคร สินค้าของเราสามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ ซึ่งเรามองว่าเป็น จุดแข็งของธุรกิจ” (เพศหญิง, ธุรกิจจำหน่ายไอศกรีมผงกึ่งสำเร็จรูป)

“..ธุรกิจของเราเป็นเจ้าแรกที่ทำเรื่องนี้ในประเทศไทย ทำให้ธุรกิจของเราเติบโต และอยู่รอดในตลาดได้” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, ธุรกิจผลิตงานแพร่ภาพและสื่อ)

“..การเป็นเจ้าแรกในธุรกิจด้านนี้ ทำให้เราเรียนรู้ทุกอย่างมาก่อนคู่แข่ง ปัจจุบัน คู่แข่งที่เข้ามาจะอยู่ในตลาดได้ไม่นาน ปัจจุบัน มีธุรกิจที่ใกล้เคียงกับเราอยู่ในตลาด ไม่เกิน 5 ราย โดยเรามองว่าจุดแข็งของเราคือ การเป็นเจ้าแรกและการบริหารและควบคุมเงินลงทุนได้ดี” (เพศชาย, ธุรกิจคลังสินค้าออนไลน์)

4.3 ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการทั้งหมด 15 คน สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้ประกอบการที่เคยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและ/หรือภาคเอกชน จำนวน 10 คน 2) ผู้ประกอบการที่ไม่เคยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและ/หรือภาคเอกชน จำนวน 5 คน ซึ่งสามารถสรุปประเด็นข้อเสนอแนะที่สำคัญได้ดังนี้

4.3.1 ข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่เคยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและ/หรือภาคเอกชน จำนวน 10 คน ใน 15 คน

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญเห็นในเชิงลบ โดยแต่ละคนมีข้อเสนอแนะที่หลากหลายจากประสบการณ์ที่เข้าร่วมงานและข้อเสนอแนะจากทัศนคติส่วนตัวที่มีต่อหน่วยงานนั้นๆ ซึ่งสามารถสรุปข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

4.3.1.1 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มตัวอย่าง 10 คนที่เคยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้ให้ข้อเสนอแนะใน 3 ประเด็นสำคัญ ตามลำดับ ได้แก่ ขั้นตอนที่ซับซ้อน การจัดอบรมสัมมนา และกฎหมายที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการเกิดธุรกิจ Startup (ดังรูปภาพ 4.6) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ขั้นตอนซับซ้อน จากการร่วมงานกับหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มตัวอย่างจาก 5 คน ใน 10 คน ให้ความเห็นตรงกันว่า หน่วยงานภาครัฐควรพัฒนาขั้นตอนการดำเนินงานให้ง่ายและสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เนื่องจาก ปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นเรื่องกระบวนการยื่นขออนุมนับสนุน, กระบวนการใช้ทุน, กระบวนการยื่นจดทะเบียนบริษัท ล้วนมีกระบวนการหลายขั้นตอน อีกทั้งผู้ประกอบการมองว่าไม่สมเหตุสมผล และทำให้การเริ่มต้นประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการนั้นช้าลง โดยมีความคิดเห็นดังนี้

“..เคยได้รับทุนสนับสนุน แต่หลังจากนั้น เราถูกหน่วยงานเรียกเข้าไปพบและสัมภาษณ์บ่อยมาก เราต้องเสียเวลาในการนั่งเขียนรายงานเสนอต่อหน่วยงาน ซึ่งเราคิดว่ากระบวนการนี้ ควรจะปรับปรุงให้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น” (เพศชาย, อายุ 46 ปี, ธุรกิจเว็บไซต์จอร์จโรงแรม)

“..เรามองว่า กระบวนการยื่นจดทะเบียนบริษัทนั้น มีขั้นตอนที่ยุ่งยากและซับซ้อนมาก เราเสียเวลากับการแก้ไขเอกสารในส่วนนี้เป็นระยะเวลาานาน นอกจากนี้ การได้รับทุนและการยื่นขออนุมน มองว่า แนวคิดของหน่วยงานภาครัฐแต่ละแนวคิดเป็นแนวคิดที่ดี สามารถสร้างประโยชน์ได้ แต่กระบวนการแต่ละเรื่องซับซ้อนมาก” (เพศชาย, ธุรกิจคลังสินค้าออนไลน์)

2) การจัดอบรมสัมมนา กลุ่มตัวอย่างจาก 5 ใน 10 คน ให้ความเห็นว่าการจัดอบรมสัมมนานั้น ทำให้เกิดแรงผลักดันแค่ในช่วงแรกหลังจากสัมมนาเสร็จเท่านั้น ไม่ค่อยมีประโยชน์ในระยะยาว แต่การมีที่ปรึกษาให้คำปรึกษาตัวต่อตัวมีประโยชน์และเห็นผลมากกว่า ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

“..เคยเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ เข้าค่ายกับหน่วยงานภาครัฐ เป็นประจำ ซึ่งทำให้เกิดแรงฮึกเหิมในช่วงแรกหลังจากกลับมาจากงานเท่านั้น พอผ่านไปสักระยะก็ลืม

แต่เรามองว่า การเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ สิ่งที่ได้คือ เกิดเครือข่ายผู้ประกอบการ ทำให้เรารู้จักผู้ประกอบการในวงการเดียวกันมากขึ้น” (เพศชาย, อายุ 29 ปี, ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่าย Nanosilver)

“..การจัดอบรมสัมมนาของหน่วยงานภาครัฐที่เคยเข้าร่วม เป็นเพียงการแนะนำเบื้องต้นเท่านั้น สิ่งที่เราอยากได้จริงๆ คือที่ปรึกษาส่วนตัว ซึ่งมีประโยชน์ในระยะยาวมากกว่า” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, ธุรกิจผลิตงานแพรร่ภาพและสื่อ)

“..มองว่าการเข้าร่วมอบรมสัมมนา ไม่ค่อยเห็นผล” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, ธุรกิจสวนมะนาว Smart Farming)

“..มองว่าการเข้าร่วมอบรมสัมมนา ไม่ค่อยเห็นผล ไม่เคยเข้าร่วมเลย” (เพศชาย, ธุรกิจคลังสินค้าออนไลน์)

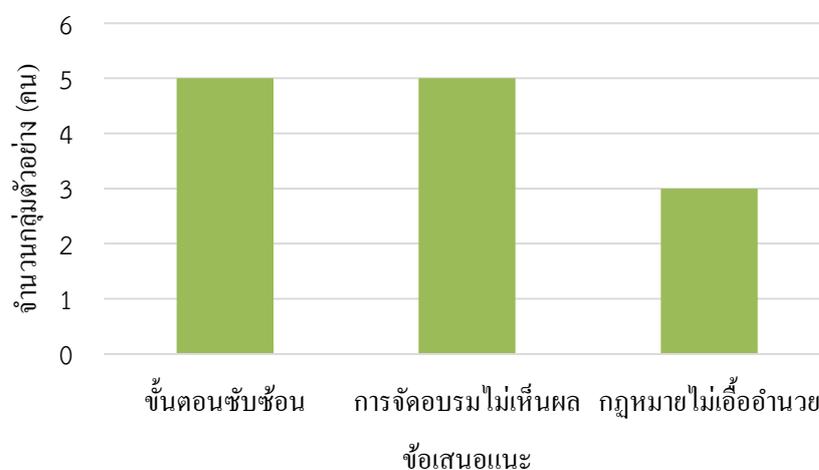
3) กฎหมายไม่เอื้ออำนวย กลุ่มตัวอย่างจาก 3 ใน 10 คน ให้ความเห็นว่า ปัจจุบันในประเทศไทย หลายภาคส่วนกำลังให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจ Startup แต่กฎหมายในประเทศนั้นไม่เอื้อต่อการลงทุนและไม่รองรับธุรกิจ Startup โดยมีความคิดเห็นดังนี้

“..ในประเทศกำลังมีนโยบายพัฒนา Startup แต่มีข้อจำกัดว่าธุรกิจ Startup ต้องจดทะเบียนบริษัท ซึ่งขั้นตอนนี้ยากมาก แต่ละคนกว่าจะผ่านจุดนี้ได้ เรามองว่าควรปรับในด้านนี้” (เพศชาย, ธุรกิจคลังสินค้าออนไลน์)

“..ปัจจุบันกฎหมายในประเทศไม่เอื้อต่อ Startup” (เพศชาย, อายุ 27 ปี, ธุรกิจผลิตงานแพรร่ภาพและสื่อ)

“..กฎหมายไม่เอื้อต่อการทำธุรกิจ Startup เช่น เรื่องอัตราภาษีที่สูงกว่าประเทศอื่น เรื่องการจดทะเบียนบริษัท” (เพศหญิง, อายุ 26 ปี, ธุรกิจทำเครปร้อน)

ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐ



รูปภาพ 4.6 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐ

นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่น่าสนใจ ดังนี้

“..บุคลากรในภาครัฐที่รับผิดชอบแต่ละโครงการ ควรทบทวนข้อกำหนดโครงการและกำหนดเกณฑ์ (Criteria) ในการทำงานให้ชัดเจน และอธิบายให้กับผู้เข้าร่วมโครงการนั้น ให้เข้าใจอย่างทั่วถึง และทราบข้อมูลเท่ากัน ตรงกันทุกคน เพื่อให้เกิดความเสมอภาค” (เพศชาย, ธุรกิจคลังสินค้าออนไลน์)

“..หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา ส่วนใหญ่จะขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถด้านการตลาด” (เพศหญิง, ธุรกิจจำหน่ายไอศกรีมผงกึ่งสำเร็จรูป)

“..การจัดอบรมศึกษาดูงานหรือจัดนิทรรศการ(Exhibition) ต่างประเทศ ควรพาไปดูนวัตกรรมหรือตลาดที่ใหญ่กว่าประเทศไทย” (เพศหญิง, อายุ 32 ปี, อาชีพ อาจารย์มหาวิทยาลัย/ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายน้ำมันงาคูค 100%)

“..สำหรับผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลหรือทุนต่างๆ และสำรองเงินทุนส่วนตัวออกไปก่อน มองว่า เป็นการปิดกั้น ผู้ประกอบการรายเล็กที่ไม่มีเงินทุนหมุนเวียน” (เพศชาย, อายุ 46 ปี, ธุรกิจเว็บไซต์จองโรงแรม) แต่ผู้ประกอบการอีกท่านหนึ่งมองแตกต่าง ดังนี้ “..การให้ทุนแม้ว่าให้สำรองเงินทุนส่วนตัวออกไปก่อน ถือเป็นการสร้างโอกาสและจุดประกายความฝันให้แก่ผู้ประกอบการรายเล็กได้” (เพศชาย, ธุรกิจแอปพลิเคชันจองคิวล่วงหน้า)

จากข้อเสนอแนะข้างต้น จะเห็นว่า จากประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยร่วมงานกับหน่วยงานภาครัฐ มีมุมมองข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน ไม่ว่าจะป็นขั้นตอนที่มีกระบวนการซับซ้อน ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่เข้าใจ รู้สึกว่าการจะยื่นเอกสารแต่ละครั้งต้องยุ่งยากและผ่านกระบวนการต่างๆ มากมาย รวมถึงยังมีข้อเสนอแนะให้หน่วยงานภาครัฐปรับปรุงหลักสูตรอบรมสัมมนาพัฒนาความรู้ผู้ประกอบการ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มองว่าการเข้าร่วมอบรมสัมมนานั้น ไม่ได้ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจในระยะยาว เป็นเพียงประโยชน์ในระยะสั้นและประโยชน์ทางอ้อมเท่านั้น เช่น รู้จักเครือข่ายผู้ประกอบการ Startup เพิ่มขึ้น, ได้รู้จักผู้เชี่ยวชาญ, ได้ความรู้พื้นฐาน ดังนั้นการจัดอบรมสัมมนาให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ควรจะมีการติดตามและประเมินผลหลังเข้าร่วมอบรม และควรเป็นการสัมมนาเชิงลึก กลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนาควรเป็นกลุ่มเล็ก หรือมีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำปรึกษาตัวต่อตัว นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอให้ภาครัฐปรับแก้ข้อจำกัดทางกฎหมายให้เอื้อต่อการรองรับธุรกิจ Startup เช่น อัตราภาษี, การจดทะเบียนบริษัท เป็นต้น จะเห็นว่าความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างข้างต้นจะไปในทิศทางที่เป็นลบต่อหน่วยงานภาครัฐ แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการท่านหนึ่งได้ให้ความเห็นที่แตกต่างออกไปว่า “หากผู้ประกอบการท่านอื่นๆ เข้าใจวัฒนธรรม(Culture) ของหน่วยภาครัฐ การมองว่าขั้นตอนซับซ้อนยุ่งยากก็จะไม่เกิดขึ้น ดังนั้น ควรปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมของหน่วยงานนั้น เพราะการปรับตัว

เปรียบเสมือนการสร้างสายสัมพันธ์ (Connection) ต่างฝ่ายต่างช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทั้งสองฝ่ายต่างได้ประโยชน์ (win-win situation)” ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 15 คน ผู้ประกอบการท่านนี้ เป็นท่านเดียวที่มองว่ากระบวนการการทำงานของภาครัฐไม่ได้ซับซ้อน หรือสร้างความยุ่งยากให้กับเขา และสิ่งที่ภาครัฐกำลังสนับสนุนนั้น เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจของเขาเป็นอย่างมาก โดยเขาได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐตั้งแต่ระยะเริ่มต้นธุรกิจจนถึงปัจจุบันเป็นระยะเวลามากกว่า 3 ปี ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและเพิ่มพูนทักษะความรู้ เช่น การจดทะเบียนบริษัท, ด้านทรัพย์สินทางปัญญา, พื้นที่ห้องทำงาน, การไปศึกษาดูงานต่างประเทศ, การเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ และการจัดนิทรรศการแสดงสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้ ยังได้รับทุนสนับสนุนจากหลายหน่วยงานอีกด้วย

4.3.1.2 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาคเอกชน สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 10 คน ที่รู้จักและเคยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคเอกชน ซึ่งผู้ประกอบการที่จะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคเอกชนนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจประเภทเทคโนโลยี เช่น ธุรกิจแอปพลิเคชัน, ธุรกิจด้านซอฟต์แวร์, ธุรกิจการใช้เทคโนโลยีประยุกต์เข้ากับธุรกิจการเงิน (Fintech) เป็นต้น โดยมีกลุ่มตัวอย่างจาก 3 ใน 10 คน มองว่า หน่วยงานเอกชนที่สนับสนุน Startup นั้น ส่วนใหญ่จะเน้นการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ Startup เป็นหลัก นอกจากนี้ควรให้ข้อมูลที่เป็ลนลบบ้าง เพื่อผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาในธุรกิจ Startup จะได้เตรียมรับมือกับปัญหาที่จะเกิดขึ้นได้ทันท่วงที ดังนี้

“..อยากฝากถึงหน่วยงานภาคเอกชน ว่าหากหน่วยงานของพวกเขาไม่เน้นการประชาสัมพันธ์มากจนเกินไป การสนับสนุน Startup น่าจะดีกว่านี้” (เพศชาย, อายุ 46 ปี, ธุรกิจเว็บไซต์จองโรงแรม)

“..หน่วยงานเอกชนมุ่งที่จะสนับสนุนธุรกิจที่เป็นเทคโนโลยี อาจเพราะว่าธุรกิจประเภทนี้ ประชาสัมพันธ์ได้ดีและไวกว่าธุรกิจแนววิทยาศาสตร์อย่างเรา ดังนั้นเรามองว่าลักษณะธุรกิจของเราไม่เข้ากับวัฒนธรรมของหน่วยงานภาคเอกชน จึงไม่เคยมีการร่วมงานกัน และควรเสนอมุมมองในด้านลบให้แก่ผู้ประกอบการบ้าง เช่น เพราะเหตุใดธุรกิจ Startup ในเมืองไทยจึงล้มเหลว และมีแนวทางการรับมืออย่างไร” (เพศชาย, อายุ 29 ปี, ธุรกิจผลิตและจัดจำหน่าย Nanosilver)

“..การจะเข้าร่วมในหน่วยงานเอกชน เราต้องมั่นใจว่าเราทำเงินได้และเป็นธุรกิจที่โดดเด่น ถึงจะได้รับการคัดเลือก” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, ธุรกิจสวนมะนาว Smart Farming)

นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่น่าสนใจ ทั้งเรื่องโครงการที่สนับสนุนควรแบ่งหมวดหมู่ให้ชัดเจน เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดธุรกิจริเริ่มสร้างสรรค์ ได้มีโอกาสเติบโตในตลาด ซึ่งหน่วยงานเอกชนสามารถสร้างความเป็นไปได้ให้แก่

ผู้ประกอบการเหล่านี้ได้ และเรื่องการขาดบุคลากรในหน่วยงานภาคเอกชน ที่เป็นนักศึกษาจบใหม่ และไม่เคยประกอบธุรกิจมาก่อน จึงไม่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการให้คำปรึกษา

“..หน่วยงานภาคเอกชนควรเปิดโอกาสและช่วยผลักดันผู้ประกอบการที่มีแนวคิดให้มากกว่านี้ หน่วยงานต้องกล้ารับความเสี่ยง เนื่องจากเคยเข้าร่วม โครงการ แล้วเสียคยโอกาสของผู้ประกอบการที่มีแนวคิดธุรกิจใหม่ๆ แต่ว่าไม่มีใครสนับสนุน เนื่องจากปัจจุบันผู้ประกอบการถูกคัดเลืออกจากความสำเร็จทางธุรกิจ (Business success) ดังนั้น การประกวดเข้ารับทุนสนับสนุน ควรแยกหมวดหมู่ให้ชัดเจน เช่น ธุรกิจที่มีความเป็นไปได้ทางธุรกิจ ธุรกิจที่มีแนวคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นต้น” (เพศชาย,อายุ 46 ปี, ธุรกิจเว็บไซต์จองโรงแรม)

“..ปัจจุบันหน่วยงานเอกชนขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านธุรกิจ บุคลากรในหน่วยงานที่เข้ามาให้คำปรึกษาผู้ประกอบการไม่มีพื้นฐานความเป็นผู้ประกอบการ เคยไปขอคำปรึกษาแล้ว เขาไม่สามารถแนะนำเราได้” (เพศชาย,อายุ 46 ปี, ธุรกิจเว็บไซต์จองโรงแรม)

4.3.2 ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่ไม่เคยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและ/หรือภาคเอกชน

กลุ่มตัวอย่าง 5 คน ที่ไม่เคยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและ/หรือภาคเอกชน ให้ความเห็นตรงกัน ทั้ง 5 คน กล่าวคือ หน่วยงานที่สนับสนุนทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ควรเข้าถึงผู้ประกอบการให้มากกว่านี้ ควรประชาสัมพันธ์ว่าหน่วยงานมีอะไรที่พร้อมจะสนับสนุนผู้ประกอบการบ้าง ควรสร้างความน่าเชื่อถือให้กับหน่วยงานว่าสามารถให้ผู้ประกอบการพึ่งพาได้ การประชาสัมพันธ์ควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อผู้ประกอบการแต่ละคนที่มีระดับความรู้แตกต่างกันจะได้รับข้อมูลที่เสมอภาคกัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมองว่า หากประชาสัมพันธ์และเปิดโอกาสให้มากกว่านี้ จะเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของพวกเขาเป็นอย่างมาก ดังนี้

“..ไม่รู้จักเลยว่ามีหน่วยงานที่สนับสนุนผู้ประกอบการ อยากให้เข้าถึงผู้ประกอบการให้มากกว่านี้ ควรให้ข้อมูลว่าถึงที่หน่วยงานนั้นๆ พร้อมทั้งจะสนับสนุน มีเรื่องอะไรบ้าง” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, ธุรกิจบริการทำความสะอาดรถยนต์ครบวงจร)

“..อาจไม่ต้องรอให้ผู้ประกอบการเข้าไปหา หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงรัฐบาล ควรประชาสัมพันธ์ว่าหน่วยงานมีอะไรที่พร้อมจะสนับสนุนผู้ประกอบการบ้าง และต้องแสดงให้เห็นว่าหน่วยงานนั้นๆ สามารถเป็นที่พึ่งพาให้แก่ผู้ประกอบการได้จริง” (เพศหญิง, อายุ 26 ปี, ธุรกิจทำครปรีออน)

“..หน่วยงานที่พร้อมจะสนับสนุนผู้ประกอบการ ควรประชาสัมพันธ์ว่าหน่วยงานของตนมีโครงการอะไรบ้าง การประชาสัมพันธ์ควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ควรเข้าไปให้ถึงประชาชนชาวบ้าน เช่น เกษตรกร เพราะเรามองว่ากลุ่มนี้ มีความรู้ แต่ไม่มีหน่วยงานใดเข้าไปดึงศักยภาพของพวกเขาออกมา” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, ธุรกิจออกแบบและตกแต่งภายใน)

“..ไม่ทราบมาก่อนเลย ว่ามีหน่วยงานที่สนับสนุนผู้ประกอบการหลายหน่วยงานขนาดนี้” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, ธุรกิจเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า)

“..อยากให้เข้าถึงผู้ประกอบการมากกว่านี้ และควรประชาสัมพันธ์สิ่งที่หน่วยงานกำลังทำอยู่ ควรประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์จะได้เข้าถึงง่าย” (เพศชาย, อายุ 28 ปี, อาชีพนักศึกษา/ธุรกิจอาหารไทยเพื่อสุขภาพ)

4.3.2.1 ความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่ไม่เคยได้รับการสนับสนุน จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ไม่เคยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและ/หรือภาคเอกชน จำนวน 5 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 คน มีความต้องการได้รับการสนับสนุนใน 2 เรื่อง คือ การจัดนิทรรศการแสดงสินค้าและการสัมมนาให้ความรู้ทางธุรกิจ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความมุ่งหวังว่า การจัดนิทรรศการแสดงสินค้า จะสามารถสร้างฐานลูกค้าให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น และเป็น การประชาสัมพันธ์ธุรกิจของตนเองให้เป็นที่รู้จัก ส่วนการเข้าร่วมอบรมสัมมนานั้น จะสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจได้มากยิ่งขึ้น โดยหัวข้อที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการเพิ่มพูนทักษะ ได้แก่ เรื่องแนวทางการทำสื่อโฆษณาออนไลน์ (Online Marketing), การสร้างโมเดลทางธุรกิจ (Business Model), ทักษะด้านการจัดการธุรกิจ, การบริหารเงินลงทุน, เรื่องกฎหมาย, เรื่องภาษี, การจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) เป็นต้น ยกตัวอย่างความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

“..อยากให้สนับสนุนเรื่องการจัดนิทรรศการแสดงสินค้า เพราะธุรกิจของเราเริ่มต้นได้ไม่นาน ยังไม่เป็นที่รู้จัก” (เพศหญิง, อายุ 31 ปี, ธุรกิจเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า)

“..เราไม่มีความรู้ด้านธุรกิจเลย ถ้าจะสนับสนุนคิดว่าเรื่องการให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการ การบริหารเงินลงทุนน่าจะสำคัญที่สุด” (เพศหญิง, อายุ 26 ปี, ธุรกิจทำเครปร้อน)

“..อยากได้รับความช่วยเหลือทางด้านทำให้คำปรึกษา เพราะเราต้องการคนช่วยชี้แนะแนวทางในการดำเนินธุรกิจ และการจัดนิทรรศการแสดงสินค้า สร้างเครือข่ายให้ลูกค้ารู้จักเรามากยิ่งขึ้น” (เพศหญิง, อายุ 30 ปี, ธุรกิจบริการทำความสะอาดรถยนต์ครบวงจร)

“..อยากให้มีการช่วยสนับสนุนคนทำธุรกิจเริ่มต้น โดยการให้ความรู้เฉพาะทาง หรือมีการจับคู่ธุรกิจกับที่ปรึกษา ให้คำแนะนำเรื่องและผู้ประกอบการอาจไม่แม่นยำ เช่น

เรื่องบัญชี การเสียหาย หรือกฎหมายต่างๆเกี่ยวกับการเริ่มต้นธุรกิจ” (เพศชาย, ธุรกิจของเล่นสำหรับสัตว์เลี้ยง)

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการบางรายให้ความเห็นว่า การจัดอบรมสัมมนาไม่เกิดประโยชน์เท่าการให้คำปรึกษาเชิงลึก การมีที่ปรึกษาให้คำปรึกษาตัวต่อตัว จะเป็นผลดีต่อธุรกิจมากกว่า ซึ่งให้ความเห็นตรงกับผู้ประกอบการที่เคยได้รับการสนับสนุนมาแล้ว



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่พึงประสงค์ให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาสนับสนุนในการขับเคลื่อนธุรกิจ
3. เพื่อเปรียบเทียบบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน กับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup จำนวน 15 คน โดยก่อนการสัมภาษณ์นั้น ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานที่สนับสนุนธุรกิจ Startup ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จากบทความ นิตยสาร และอินเทอร์เน็ต เพื่อเตรียมข้อมูลในการโต้ตอบและสนทนากับกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดข้อมูลให้เป็นระบบ เชื่อมโยงสิ่งที่ศึกษา และตีความข้อมูลโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (ณรงค์ศักดิ์ บุญยมาลิก, 2555)

5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่อง การศึกษาบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup สามารถแบ่งการอภิปรายผลเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- 5.1.1 บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup
- 5.1.2 มุมมองและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup
- 5.1.3 การเปรียบเทียบระหว่าง บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชน กับ มุมมองของผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัยเป็นดังนี้

5.1.1 บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup

จากการศึกษาพบว่า ปัจจุบันมีหน่วยงานภาครัฐ เข้ามาสนับสนุนธุรกิจ Startup มากมาย เพื่อสอดคล้องกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 คือสร้างสังคมผู้ประกอบการให้เข้มแข็ง โดยผลักดันผู้ประกอบการที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีกระทรวงทั้งสิ้น 6 กระทรวง ที่เข้ามาบทบาทอย่างมากในการสนับสนุนผู้ประกอบการ ได้แก่

5.1.1.1 กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีบทบาท คือ การบ่มเพาะธุรกิจด้านเทคโนโลยี, สร้างองค์ความรู้โดยการจัดอบรมสัมมนา, ช่วยเหลือด้านการพัฒนานวัตกรรมใหม่ และมีโครงการให้ทุนสนับสนุนผู้ประกอบการ

5.1.1.2 กระทรวงการคลัง มีบทบาท คือ มีมาตรการภาษี, สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ และกองทุนเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ

5.1.1.3 กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มีบทบาท คือ ให้คำปรึกษา และถ่ายทอดองค์ความรู้ด้าน E-commerce

5.1.1.4 กระทรวงพาณิชย์ มีบทบาท คือ สร้างสรรค์สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในการประกอบธุรกิจ เปิดให้จดทะเบียนธุรกิจ ให้ความรู้ทางทรัพย์สินทางปัญญา และส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

5.1.1.5 กระทรวงศึกษาธิการ มีบทบาท คือ ผลักดันและส่งเสริมงานวิจัยของสถาบันอุดมศึกษาให้สามารถต่อยอดได้เชิงพาณิชย์ ส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ในภาคธุรกิจ โดยกลไกบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา ทั้งหมด 72 มหาวิทยาลัยทั่วประเทศไทย

5.1.1.6 กระทรวงอุตสาหกรรม มีบทบาท คือ ส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ เน้นการอบรมให้ความรู้

นอกจากนี้ จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลในรายละเอียดของหน่วยงานภายใต้กระทรวงดังกล่าว สามารถสรุปเชื่อมโยงกับทฤษฎี Startup Development Phase (Loikkanen, 2013) ได้ดังนี้ (รูปภาพ 5.1) ภาพรวมของการเติบโตของธุรกิจ Startup มี 3 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 Formation เป็นช่วงบ่มเพาะเพื่อให้ได้แนวคิดเริ่มต้นธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องมีเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และวางแผนกลยุทธ์เพื่อแข่งขันกับคู่แข่ง จากรูปภาพ 5.1 จะเห็นว่าปัจจุบันในประเทศไทย มีหน่วยงานที่สนับสนุนช่วงบ่มเพาะแนวคิดเริ่มต้นธุรกิจ เป็นจำนวนมาก ซึ่งหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในระยะนี้ ได้แก่ 1) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ 2) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 3) สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมกิจการอุทยานวิทยาศาสตร์ 4) เครือข่ายอุทยานวิทยาศาสตร์ 13 แห่ง 5) หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในสถาบันอุดมศึกษา 72 แห่ง 6) สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ 7) สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรม

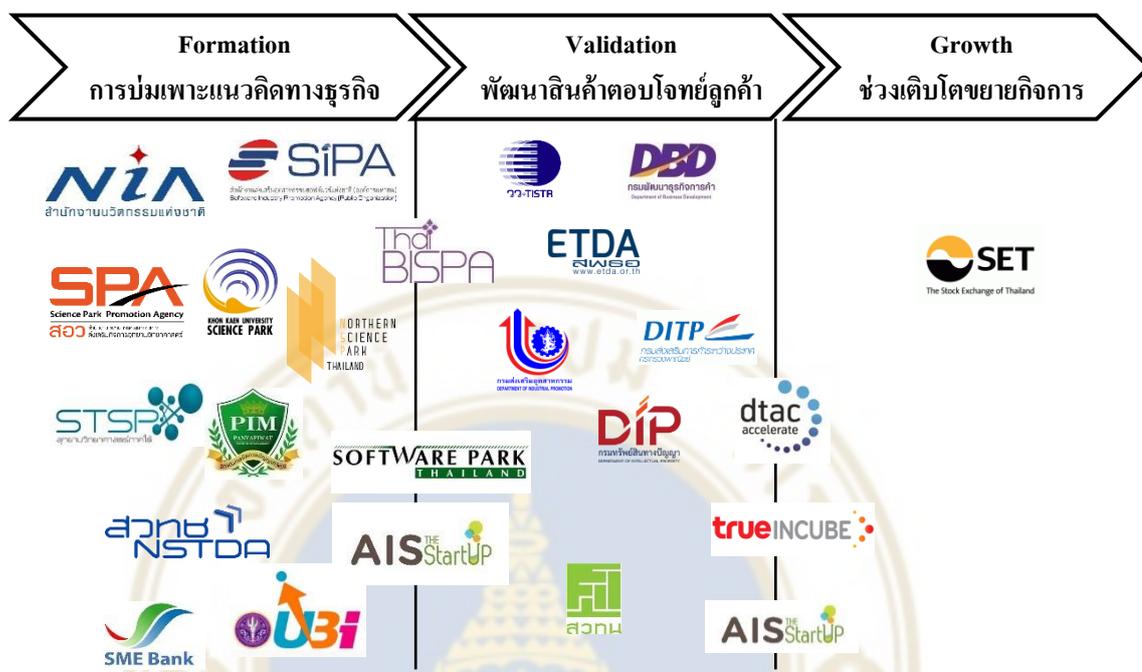
ซอฟต์แวร์แห่งชาติ 8) ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย 9) เขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ประเทศไทย 10) AIS The Startup 11) สมาคมหน่วยบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ไทย รวมทั้งหมด 94 หน่วยงาน ซึ่งจากภาพที่ 1 จะเห็นว่า เขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ประเทศไทย, AIS The Startup และสมาคมหน่วยบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ไทย ทั้ง 3 หน่วยงาน มีบทบาทในการสนับสนุนผู้ประกอบการทั้งในระยะที่ 1 Formation และระยะที่ 2 Validation กล่าวคือ นอกจากจะช่วยในการบ่มเพาะแนวคิดในการเริ่มต้นแล้ว ยังช่วยในการพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์และเป็นที่ต้องการของตลาดอีกด้วย

ระยะที่ 2 Validation ต่อยอดแนวคิดเริ่มต้นธุรกิจ พัฒนาเป็นสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์การตลาด ทำให้สินค้ามีคุณค่า ลูกค้าน้อมจ่ายแม้มีราคาสูง จากรูปภาพ 5.1 จะเห็นว่า มีหน่วยงานที่เข้ามามีบทบาทในระยะนี้ ได้แก่ 1) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย 2) สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ 3) กรมทรัพย์สินทางปัญญา 4) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 5) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 6) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 7) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ 8) DTAC Accelerate 9) True Incube 10) AIS The Startup 11) เขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ประเทศไทย 12) สมาคมหน่วยบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ไทย รวมทั้งสิ้น 12 หน่วยงาน ซึ่งทั้ง 12 หน่วยงานนี้ ไม่ได้มีบทบาทในการช่วยทำการตลาดทางตรง เป็นเพียงการพัฒนาทางอ้อม ที่ผ่านการอบรมสัมมนาเท่านั้น ส่วนหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จะสนับสนุนในเรื่องวิเคราะห์ ทดสอบ ตรวจสอบสินค้าเพื่อให้มีมาตรฐานทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับการทำการตลาด

ระยะที่ 3 Growth ช่วงเติบโตและขยายกิจการ ขั้นตอนนี้จะต้องใช้เงินลงทุนเป็นปัจจัยหลัก ส่วนใหญ่จึงต้องพึ่งพานักลงทุน ต้องมีหน่วยงานที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการสู่นักลงทุน และเป้าหมายสุดท้ายคือการนำบริษัทเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งระยะนี้ เป็นบทบาทของหน่วยงานภาคเอกชน จากรูปภาพ 5.1 ในระยะ Growth มีหน่วยงานที่เข้ามามีบทบาท ได้แก่ 1) DTAC Accelerate 2) True Incube 3) AIS The Startup 4) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รวมทั้งสิ้น 4 หน่วยงาน จะเห็นว่า เป็นบทบาทของหน่วยงานที่เป็นโปรแกรมเร่งรัดธุรกิจเริ่มต้น (Accelerate) อันได้แก่ DTAC Accelerate, True Incube และ AIS The Startup ทำหน้าที่เป็นตัวกลางผลักดันผู้ประกอบการที่มีศักยภาพให้มีโอกาสได้พบปะและเชื่อมโยงธุรกิจกับธุรกิจร่วมลงทุน (Venture Capital) ต่อไป

สรุปได้ว่า ปัจจุบัน ในประเทศไทยทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มีบทบาทในการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ในระยะแรก Formation คือ บ่มเพาะแนวคิดทางธุรกิจ

(Loikkanen, 2013) มากที่สุด โดยมีจำนวนหน่วยงานที่สนับสนุนถึง 94 หน่วยงาน รองลงมาคือ ระยะเวลา Validation 12 หน่วยงาน และระยะ Growth เพียง 4 หน่วยงานเท่านั้น



รูปภาพ 5.1 แสดงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เข้ามาสนับสนุนในแต่ละช่วงของการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup (Startup Development Phase)

5.1.2 มุมมองและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

5.1.2.1 แนวคิดเริ่มต้นในการทำธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า แนวคิดเริ่มต้นในการทำธุรกิจ เกิดจากประสบการณ์, แนวโน้มทางการตลาด และประสบปัญหาจึงคิดค้นแนวทางในการแก้ปัญหา สอดคล้องกับทฤษฎี Startup Development Phase (Loikkanen, 2013) ที่กล่าวว่า จุดเริ่มต้นของธุรกิจ Startup เกิดขึ้นจากความต้องการที่จะแก้ปัญหาหรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ ทฤษฎีปัจจัยสู่ความสำเร็จของ Startup (Sawyer, 2014) ที่กล่าวว่า การมีทีมที่มีความสามารถและประสบการณ์ เป็นจุดเริ่มต้นของการทำธุรกิจ และทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

5.1.2.2 อุปสรรคในการเริ่มต้นของธุรกิจ Startup ผลการศึกษาพบว่า มีอุปสรรคเข้ามามากมายในช่วงเริ่มต้น แต่อุปสรรคที่ผู้ประกอบการมองว่าสำคัญที่สุด ที่จะทำให้การทำธุรกิจนั้นล้มเหลว คือ 1) อุปสรรคด้านการตลาด ไม่สามารถตอบ โจทย์และสื่อสารให้ลูกค้า

เข้าใจได้ 2) อุปสรรคเรื่องการไม่มีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการ และ 3) อุปสรรคที่เกิดจากรูปแบบธุรกิจที่แปลกใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ CBinsights 2016 กล่าวว่า สาเหตุสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ไม่ประสบความสำเร็จ อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ไม่ตอบโจทย์ลูกค้า และยังสอดคล้องกับทฤษฎี Lean Startup (Ries, 2011) ที่กล่าวว่า ปัญหาความล้มเหลวของธุรกิจเริ่มต้น เกิดจาก ไม่สามารถค้นหากลุ่มลูกค้าได้ และขาดข้อมูลในอดีต ทำให้การจัดการของธุรกิจ Startup เป็นเรื่องยาก อีกทั้ง ยังสนับสนุนผลการวิจัยของ ทวีศักดิ์ ฐานบัญชา (2545) ที่พบว่า ผู้ประกอบการต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ คือ การสนับสนุนด้านการตลาด

5.1.2.3 ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจที่แปลกใหม่ เป็นเจ้าแรกหรือธุรกิจที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งสามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและเติบโตอย่างก้าวกระโดด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีปัจจัยสู่ความสำเร็จของ Startup (Sawyer, 2014) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย การมีกระบวนการทำงานที่มีมาตรฐาน, ทีมมีความสามารถ และมีความได้เปรียบของเทคโนโลยี

5.1.2.4 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการที่เคยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐมองว่า ขั้นตอนซับซ้อน, การจัดอบรมสัมมนาไม่เห็นผล และกฎหมายไม่เอื้ออำนวยต่อการประกอบธุรกิจ ซึ่งสนับสนุนทฤษฎีระบบนิเวศทางธุรกิจ Startup (ศิริศักดิ์ เศษคำแหง, 2559) ที่กล่าวว่า กฎระเบียบในประเทศไทย ไม่เอื้ออำนวยต่อการเกิดขึ้นหรือแข่งขันของธุรกิจ Startup เช่น ธุรกิจ Startup จะต้องจดทะเบียนธุรกิจ, กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่ไม่เคร่งครัด เป็นต้น นอกจากนี้ ข้อเสนอแนะเรื่องการอบรมสัมมนาไม่เห็นผลในระยะยาว ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรรณัท สุวรรณปิฎกกุล (2554) ที่กล่าวว่า การฝึกอบรมที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการจะส่งผลต่อความสำเร็จในระยะยาว

5.1.2.5 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาคเอกชน ผลการศึกษาพบว่า หน่วยงานภาคเอกชน ควรให้ออกโอกาสแก่ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดเริ่มต้นทางธุรกิจให้มากขึ้น อีกทั้งหน่วยงานควรมีบุคลากรที่มีพื้นฐานความเป็นผู้ประกอบการ และควรเสนอมุมมองในด้านลบบ้างเพื่อสร้างแนวทางการรับมือหากเกิดสิ่งไม่คาดการณ์

5.1.2.6 มุมมองของผู้ประกอบการที่ไม่เคยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ผลการศึกษาพบว่า หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ควรเข้าถึงผู้ประกอบการให้มากกว่านี้ ซึ่งสนับสนุนผลวิจัยของ นครินทร์ แซ่ตั้ง (2559) ที่พบว่า ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจต้องประชาสัมพันธ์หน่วยงานให้เป็นที่รู้จักและเข้าถึงง่ายมากกว่านี้ เนื่องจากคนส่วนใหญ่

อยากใช้บริการ แต่ไม่เคยทราบหรือรู้จักหน่วยงานนี้มาก่อน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า อยากให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เข้ามานำสนับสนุนเกี่ยวกับ การจัดนิทรรศการแสดงสินค้า, การฝึกอบรมสัมมนาให้ความรู้ เช่น ด้านทรัพย์สินทางปัญญา ด้านแผนธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งสนับสนุนผลการวิจัยของ ภัวดี ธารสารแสนล้าน (2551) ที่พบว่า ผู้ประกอบการทั้งหญิงและชายต้องการการพัฒนาศักยภาพ

5.1.3 การเปรียบเทียบระหว่างบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชน กับมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup

ผลการศึกษาพบว่า หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน มุ่งเน้นไปที่ระยะ Formation บ่มเพาะให้เกิดแนวคิดเริ่มต้นทางธุรกิจ โดยมีหน่วยงานที่ร่วมสนับสนุนถึง 94 หน่วยงาน บทบาทของหน่วยงานทั้ง 94 หน่วยงานนี้ คือมุ่งเน้นผลักดันให้เกิดความเป็นผู้ประกอบการ บ่มเพาะแนวคิดธุรกิจ ผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการ ให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ ผ่านกิจกรรมการฝึกอบรม ให้บริการสถานที่ในการทำงาน ตลอดจนให้คำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนั้น จะพบว่า แนวคิดในการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เกิดจากประสบการณ์ของตนเอง ไม่ว่าจะเป็น ด้านการศึกษา, การทำงาน หรือพื้นฐานครอบครัว รองลงมาคือการเห็นโอกาสทางการตลาด และประสบปัญหาด้วยตนเอง ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวล้วนเป็นปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้ประกอบการเองทั้งสิ้น ไม่ได้เกิดจากการผลักดันของผู้อื่น นอกจากนี้ จากผลการศึกษา พบว่า ภาครัฐมุ่งเน้นผลักดันให้เกิดธุรกิจที่มีแนวคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมผสมผสานให้เกิดเป็นสินค้า โดยจากมุมมองผู้ประกอบการ พบว่า การมีรูปแบบธุรกิจรูปแบบที่แปลกใหม่ไม่ซ้ำใคร มีข้อดีคือ สามารถสร้างความแตกต่างในตลาดได้ ตอบสนองลูกค้าได้อย่างตรงจุด แต่ก็ส่งผลให้เกิดปัญหาและอุปสรรคเช่นกัน กล่าวคือ ในช่วงเริ่มต้น สำหรับธุรกิจที่มีรูปแบบแปลกใหม่ เป็นรายแรกของตลาด การศึกษาหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจและการวางแผนพบว่าไม่มีแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า และใช้ระยะเวลาในการสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจในตัวสินค้า นอกจากนี้ พอเริ่มดำเนินธุรกิจมาแล้ว การที่สินค้ามีความเฉพาะทาง ไม่สามารถปรับตามความต้องการลูกค้าได้ ทำให้กำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจได้ยาก ในส่วนนี้ควรมีผู้เชี่ยวชาญเข้ามาคอยชี้แนะทิศทางการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญนั้นจะต้องมีความรู้ด้านสินค้านั้นๆ และความรู้ด้านบริหารจัดการธุรกิจด้วย

นอกจากนี้ ผลการศึกษากาพรวมมุมมองของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระยะ Validation ระยะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของตลาดมากที่สุด ซึ่งขัดแย้งกับบทบาทหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญในระยะ Formation บ่ม

เพาะแนวคิดธุรกิจมากที่สุด โดยภาพรวมมุมมองของผู้ประกอบการนั้น สังเกตได้จาก ทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เข้ามากระทบธุรกิจ รวมถึงปัจจัยที่ผู้ประกอบการมองว่าจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จนั้นคือ ปัจจัยทางด้านการตลาด เช่น การพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบโจทย์ลูกค้า, การสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า, การหาลูกค้า, การสื่อสารทางการตลาดให้ลูกค้าเข้าใจและยอมรับ รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย สาเหตุที่ระยะนี้เป็นระยะที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญที่สุด เนื่องจาก เป็นระยะที่สร้างรายได้และผลกำไรให้กับธุรกิจ เกิดเป็นเงินลงทุนหมุนเวียนและต่อยอดธุรกิจในอนาคต ผู้ประกอบการมองว่า หากสร้างสินค้ามาแล้ว ไม่สามารถตอบโจทย์หรือเป็นที่ต้องการของลูกค้าได้ ธุรกิจก็ไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ โดยในระยะ Formation ที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุดนี้ มีหน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนเพียง 12 หน่วยงาน ซึ่งหากเทียบกับจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่เกิดขึ้นใหม่ในแต่ละวันนั้น ถือว่า 12 หน่วยงานเป็นจำนวนที่น้อยมาก อีกทั้งหากดูในรายละเอียดเรื่องบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานทั้ง 12 หน่วยงานนี้ (รูปภาพ 5.1) จะพบว่า การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานนั้นๆ ผู้ประกอบการจะต้องมีสินค้าที่เป็นต้นแบบ (Prototype) สินค้าจะต้องเป็นรูปเป็นร่างพร้อมออกสู่ตลาด และมีความเป็นไปได้ทางธุรกิจ ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการหลายท่านแล้ว อีกทั้ง การสนับสนุนจากหน่วยงานดังกล่าว เป็นเพียงการสนับสนุนที่ผ่านการอบรมสัมมนาให้ความรู้ ซึ่งขัดแย้งกับความต้องการของผู้ประกอบการที่ส่วนใหญ่มองว่า การสนับสนุนผ่านกิจกรรมอบรมสัมมนาให้ความรู้เป็นเพียงการสนับสนุนทางอ้อม ถือว่ามีประโยชน์ แต่ช่วยให้เกิดประโยชน์ในระยะสั้นเท่านั้น ไม่เกิดผลในระยะยาว ผู้ประกอบการมองว่า การมีที่ปรึกษาคอยให้คำแนะนำเฉพาะด้านตัวต่อตัว เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการมากกว่าการเข้าอบรมสัมมนาให้ความรู้ เพราะหลังจากการเข้าร่วมอบรมแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ ผู้ประกอบการต้องเดินหน้าพัฒนาตัวเองต่อไป ซึ่งสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการจริงๆ คือผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดที่เข้าใจและคอยชี้แนะแนวทางการดำเนินธุรกิจได้อย่างสม่ำเสมอ

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร (Managerial Implications)

เพื่อให้บทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ในประเทศไทย ประสบความสำเร็จมากขึ้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

5.2.1 ด้านการตลาด

ควรมีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมองว่าภาครัฐนั้นขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาด ไม่มีประสบการณ์ในการเป็น

ผู้ประกอบการมาก่อน ดังนั้น การร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน น่าจะมาช่วยแก้ปัญหาในส่วนนี้ได้ นอกจากนี้ ควรร่วมมือกันศึกษามุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup รวมถึงแนวโน้มของตลาด Startup ในประเทศไทย เพื่อจัดตั้งนโยบายการสนับสนุนด้านการตลาดที่สอดคล้องกับผู้ประกอบการอย่างแท้จริง

5.2.2 ด้านกฎระเบียบและนโยบาย

ควรจัดตั้งศูนย์กลางการอำนวยความสะดวกผู้ประกอบการ โดยมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านในการแนะนำผู้ประกอบการ เป็นศูนย์กลางที่มีความพร้อมในทุกๆด้าน (One Stop Service) โดยเฉพาะให้คำปรึกษาผู้ประกอบการตั้งแต่เริ่มต้นไปจนถึงสิ้นสุดเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ ผู้ประกอบการมาที่นี้ทีเดียว สามารถตอบได้ทุกข้อสงสัยในการประกอบธุรกิจ

5.2.3 ด้านการบริหารจัดการ

เป็นสิ่งที่ต้องปลูกฝังในตัวผู้ประกอบการ ซึ่งภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกันสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการ ว่ามีความต้องการให้ภาครัฐและเอกชนช่วยสนับสนุนทางด้านใดเป็นอันดับแรก และจัดตั้งหลักสูตรการเรียนรู้ด้านการบริหารจัดการตอบสนองผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม หลักสูตรที่เกิดขึ้น จะเป็นหลักสูตรระยะสั้นหรือยาวขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ประกอบการ แต่ควรมีการติดตามผลงานของผู้ประกอบการอย่างเป็นระยะ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเกิดความกระตือรือร้น เนื่องจาก จากผลการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการที่เคยได้รับการสนับสนุนด้านการอบรมสัมมนาให้ความรู้ มองว่าการอบรมสัมมนานั้นไม่เห็นผลในระยะยาว เกิดแรงกระตุ้นในช่วงแรกหลังจากที่อบรมมาเท่านั้น

5.2.4 ด้านการเงิน

ควรพิจารณากระบวนการการให้เงินสนับสนุนสำหรับ Startup ซึ่งส่วนใหญ่จะให้ผู้ประกอบการ สำรองเงินทุนออกไปก่อนล่วงหน้า โดยผู้วิจัยมองว่าเป็นการปิดกั้นโอกาสสำหรับ Startup ที่ไม่มีทุนสำรอง นอกจากนี้ ควรกำหนดเงินสนับสนุนให้ชัดเจน พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์รายละเอียดให้ทราบอย่างทั่วถึง

5.2.5 ด้านอื่นๆ

ด้านอื่นๆ เช่น ควรจัดตั้งมาตรฐานของหน่วยงานที่สนับสนุน Startup โดยภาครัฐและภาคเอกชน ควรประชุมหรือกำหนดกฎเกณฑ์ (Criteria) ร่วมกัน, ประชาสัมพันธ์หน่วยงานให้

เข้าถึงง่ายมากยิ่งขึ้น เช่น หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ ในประเทศไทยมีถึง 72 แห่ง แต่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่รู้จักหน่วยงาน, ภาครัฐควรพิจารณาลดขั้นตอนการดำเนินงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการขอทุน การขึ้นจดทะเบียน ให้มีขั้นตอนที่ง่ายขึ้นไม่ซับซ้อน, สำหรับการประกวดผู้ประกอบการ ควรแบ่งแยกประเภทของผู้ประกอบการให้ชัดเจน เช่น ประกวดผู้ประกอบการที่มีแนวคิด, ประกวดผู้ประกอบการที่มีสินค้า/บริการ หรือ แบ่งแยกหมวดของ Startup ให้ชัดเจน

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น หากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ร่วมมือกันในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup โดยอาศัยข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำและมาจากความต้องการของผู้ประกอบการอย่างแท้จริง เพื่อใช้ในการวางแผนกำหนดทิศทางนโยบายและมาตรการในการช่วยเหลือและพัฒนาอย่างจริงจังแล้ว ผู้วิจัยมีความเชื่อว่า ธุรกิจ Startup ในประเทศไทย จะสามารถดำเนินไปได้ อย่างมั่นคงและยั่งยืน เทียบเท่ากับนานาประเทศ

5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

จากการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบข้อจำกัดในการวิจัยและมีข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาบทบาทของ 2 ภาคส่วน คือ ภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งเป็นการศึกษาในภาพกว้าง เพื่อให้เห็นภาพรวมของกระบวนการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเฉพาะด้าน เพื่อให้เห็นความชัดเจนของภาครัฐและภาคเอกชนมากยิ่งขึ้น
2. ในงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเจาะจง ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ประกอบการธุรกิจ Startup โดยเป็นการศึกษาในภาพกว้าง และพบว่ามุมมองของผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มนั้นจะแตกต่างกัน ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรเลือกกลุ่มของ Startup เฉพาะด้านเช่น เลือกศึกษาเฉพาะ Startup ด้านเทคโนโลยี ด้านการเกษตร ด้านวิทยาศาสตร์ หรือ แบ่งแยกประเภทเป็นศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ภายใต้หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ หรือ Startup ที่ไม่รู้จักหรือไม่เคยได้รับการสนับสนุนเลย เพื่อให้เห็นมุมมองของผู้ประกอบการที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
3. ในงานวิจัยในครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup เท่านั้น จึงทำให้ผลการศึกษาไม่สามารถขยายผลไปสู่ผู้ประกอบการอื่นๆ ได้ ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจจะสามารถศึกษามุมมองของผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneur) หรือศึกษามุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) เพื่อให้ทราบถึงมุมมองของผู้ประกอบการประเภทอื่นๆ ที่กว้างมากยิ่งขึ้น และเปรียบเทียบผลการวิจัยที่ศึกษาได้

บรรณานุกรม

- เขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ประเทศไทย. (2559). ไทยแลนด์ 4.0 หนุนนวัตกรรมสู่จุดเปลี่ยนประเทศ
ที่พัฒนาแล้ว [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. *Software Park Thailand Newsletter*, 4, 3-12.
- คำรณ พิทักษ์. (2560). อุทยานวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. เอกสารประกอบการ
เสวนาวิชาการของผู้มีบทบาทสำคัญในระบบนิเวศนวัตกรรมไทย Panel IV: Ideation
and Business Incubation, Instruments for Innovation-driven Economy, กรุงเทพฯ.
- เจนกฤษณ์ คณาธารณา. (2560). *Thailand Science Park*. เอกสารประกอบการเสวนาวิชาการของผู้มี
บทบาทสำคัญในระบบนิเวศนวัตกรรมไทย Panel III: Science Park, Innovation
Communities towards Economic Development, กรุงเทพฯ.
- ชญาณิศ เฉลียวบุญ. (2556). *ทัศนคติ แรงจูงใจ ความรู้และการมีส่วนร่วมของพนักงาน บริษัท ทำ
อากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)(ทอท.) ต่อแผนวิสาหกิจ ทอท. ฉบับที่ 3 (ปีงบประมาณ
2553-2557)*. สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหิดล
- ชนัดต์ พันธุ์ช่างทอง. (2557). *การศึกษาปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ครัวเรือนบนใบหน้าของ
ผู้หญิงวัย 30-40 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ชาญวิทย์ ศรีเดช. (2560). *สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมกิจการอุทยานวิทยาศาสตร์*.
เอกสารประกอบการสัมมนาเชิงนโยบายและกลยุทธ์การสร้างความเข้มแข็งของ
ประเทศในยุคเศรษฐกิจนวัตกรรม, กรุงเทพฯ.
- ชูเพชร ศิริอัฐ. (2557). *อิทธิพลของคุณภาพร้าน, สถานที่, กิจกรรมส่งเสริมการขายและประสบการณ์
ของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้านขนมหวาน*. การวิจัยโครงการเฉพาะเรื่องปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ณรงค์ ศิริเลิศวรกุล. (2559). *สวทช. แนะนำให้ รู้จัก STARTUP THAILAND ตามแผนยุทธศาสตร์
ไทยแลนด์ 4.0*. สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2560, จาก
<http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9590000043461>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ณรงค์ศักดิ์ บุญมาติก. (2555) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (*Qualitative Analysis*). สืบค้นเมื่อ 13 เมษายน 2560, จาก http://164.115.40.109/Web_Bmamedia/downloads/research/test5.pdf
- ณฤทธิ วรพงษ์ดี. (2559). เปิดโลก *Startup* ตอน: *Startup* คือธุรกิจอะไรกันแน่. สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2560, จาก https://www.set.or.th/education/th/enterprise/files/startup_narit.pdf
- ทวีศักดิ์ ฐานบัญชา. (2545). การศึกษาบทบาทของภาครัฐในการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ภาคนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตรมหาวิทาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนวัต มีเจริญ. (2559). ความแตกต่างของ *START-UP VS SMEs*. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <https://www.taokaemai.com/start-up-vs-smes>
- ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. (2559). เอสเอ็มอีแบงก์สนับสนุนพัฒนาผู้ประกอบการกลุ่ม *Startup*. สืบค้นเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.smebank.co.th/th/activity.php>
- ธัญญาภาพ อานันทนะ. (2560). *NSP Key Enabling Factor in Northern Thailand Innovation Ecosystem*. เอกสารประกอบการเสวนาวิชาการของผู้มีบทบาทสำคัญในระบบนิเวศนวัตกรรมไทย Panel III: Science Park, Innovation Communities towards Economic Development, กรุงเทพฯ.
- ธีระดา ภูญโญ. (2552). การเลือกกลุ่มตัวอย่าง. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.teacher.ssru.ac.th/terada>
- นกรินทร์ แซ่ตั้ง, เต็มยศ ปาลเดชพงศ์, และพันธ์ณภัทร์ เสวตภาณุวงศ์. (2559). การรับรู้ถึงศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ด้านเทคโนโลยี. *วารสารวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี*, 39(1), 11-19.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2559). *Startup* เทรนด์ธุรกิจ *Gen-Y* พบ 9 ใน 10 ล้มเหลว. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <https://prachatai.com/journal/2016/11/68700>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ประไพ คุรเสนีย์. (2557). *การศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการดำเนินงานตามแนวปฏิบัติที่ดีของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจในประเทศไทย*. การวิจัยโครงการเฉพาะเรื่องปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- พนชิต กิตติปัญญาภม, ไพท ผดุงถิ่น, สาโรจน์ อธิวิวัฒน์, ราเชต ไชยรัตน์, อรรถัน บุญรักษา, ธนิภา หงษ์พานิช, และคณะ (2559). *รายงานการศึกษาปัจจัยและข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา Startup Ecosystem ในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.thailandstartup.org/whitepaper.pdf>
- พันธุ์อาจ ชัยรัตน์. (2560). *ยุทธศาสตร์นวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ 2560-2563*. เอกสารประกอบการสัมมนาเชิงนโยบายและกลยุทธ์การสร้างความเข้มแข็งของประเทศในยุคเศรษฐกิจนวัตกรรม, กรุงเทพฯ.
- พิพิธน์ สิทธิศักดิ์. (2554) *หน่วยที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับงานวิจัย*. สืบค้นเมื่อ 13 เมษายน 2560, จาก <https://rforvcd.wordpress.com/ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ/>
- พลสวัสดิ์ เผ่าประพันธ์. (2560). *โครงการความร่วมมือขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับประเทศ*. เอกสารประกอบการเสวนาวิชาการของผู้มีบทบาทสำคัญในระบบนิเวศนวัตกรรมไทย Panel I: Private Sector and Their Dynamics in Innovation Ecosystem, กรุงเทพฯ.
- ภวัต ชนสารแสนล้าน. (2551). *การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี*. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 8(2), 75-86.
- วรนนท์ สุวรรณปีฎกุล, และชุติมา ไวศรายุทธ์. (2554). *แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการด้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย*. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 16(3), 76-88.
- วิมลรัตน์ เลิศพลับปลาไชย. (2554). *การแสวงหาแหล่งเงินทุนและปัญหาในการแสวงหาแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม(SMEs)*. การศึกษาเฉพาะบุคคลหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิลาศ อรุณศรี, จีระศักดิ์ ชมประสพ, สกกล ชื่นตระกูล, วีระศักดิ์ พุทธระกูล, อภินันท์ จันทรัมย์, สรรเสริญ แก้วกำเนิด, และคณะ (2559). Startup Thailand 2016 ความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ของสตาร์ทอัพไทย [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. *จดหมายข่าวรัฐบาลเพื่อประชาชน*, 2(27), 6-7.
- คันสนีย์ ฮวบสมบูรณ์. (2560). *Technology Business Incubation Center*. เอกสารประกอบการเสวนาวิชาการของผู้มีบทบาทสำคัญในระบบนิเวศนวัตกรรมไทย Panel IV: Ideation and Business Incubation, Instruments for Innovation-driven Economy, กรุงเทพฯ.
- คันสนีย์ ฮวบสมบูรณ์. (2560). *การบ่มเพาะธุรกิจในระบบนิเวศนวัตกรรม*. เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในหัวข้อ Effective Business Incubation - Principles and Practices, กรุงเทพฯ.
- ศิริศักดิ์ เชยคำแหง. (2559). ระบบนิเวศธุรกิจในประเทศไทย. *SME Thailand*. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.sasinconsulting.com/wp-content/uploads/2016/08/Startup-A-Business-Model-for-the-Next-Generation-Part-2.pdf>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2559). *e-COMMERCE StartUP! ที่เดียวตอบโจทย์ ETDA ช่วยได้เพิ่มเครดิตให้ร้านค้า พร้อมกระตุ้นยอดขายออนไลน์ให้ยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <https://www.etda.or.th/publishing-detail/etda-e-commerce-startup.html>
- สุชาติ ไตรภพสกุล. (2559). แนวโน้มธุรกิจ STARTUP 2559. *วารสาร SME Thailand*, 12(134) สืบค้นเมื่อ 6 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.maruey.com/article/>
- สุศักดิ์ พิบูลย์. (2553). *วิธีการเชิงปริมาณและวิธีการเชิงคุณภาพในการวิจัย*. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2560, จาก http://www.priv.nrct.go.th/ewt_dl.php?nid=673
- สุรัตน์ แทนประเสริฐกุล. (2548). *แนวทางการดำเนินงานของหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย*. การศึกษาแบบอิสระ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันเชิงอุตสาหกรรม สถาบันวิทยาการหุ่นยนต์ภาคสนาม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อนุสรณ์ นีคเกตตุ. (2557). ความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อการให้บริการของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี โครงการอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาคภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- อรนุช เลิศสุวรรณกิจ. (2560). Thailand Tech Startup Report. เอกสารประกอบการเสวนาวิชาการของผู้มีบทบาทสำคัญในระบบนิเวศนวัตกรรมไทย Panel I: Private Sector and Their Dynamics in Innovation Ecosystem, กรุงเทพฯ.
- AIS Startup. (2017). *AIS The Startup*. Retrieved March 10, 2017, from <http://www.ais.co.th/thestartup>
- Blank, S. (2010). *What is the proper definition of a startup*. Retrieved February 2, 2017, from <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles>
- CBinsights. (2016). *The Top 20 Reasons Startups Fail*. Retrieved February 10, 2017, from <https://www.cbinsights.com/research-reports/The-20-Reasons-Startups-Fail.pdf>
contentinjournal0009.html
- Dtac Accelerate. (2017). *Dtac Accelerate*. Retrieved March 10, 2017, from <http://accelerate.dtac.co.th/th/Home>
- Glen, Dalakian II. (2013). *90% of Tech Startups Fail*. Retrieved February 2, 2017, from <http://www.wamda.com/2013/02/90-percent-of-tech-startups-failinfographic>
- Google commissioned PwC. (2013). *The Startup economy: How to support tech startups and accelerate Australian innovation*. Retrieved February 10, 2017, from <https://www.digitalpulse.pwc.com.au/wp-content/uploads/2013/04/PwC-Google-The-startup-economy-2013.pdf>
- Jantasu Pongkitiapikul. (2014). *Tech Startup: The New Business Line for Generation Y in the Online Marketing age*. (Thematic paper, The College of Management, Mahidol University). Retrieved February 5, 2017, from <http://library.cmmu.mahidol.ac.th>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Loikkanen, V. (2013). *Startup Development Phases*. Retrieved January 30, 2017, from <http://www.startupcommons.org/startup-key-stages-previous-versions.html>
- New Economic Warrior. (2016) *Startup Ecosystem*. Retrieved April 13, 2017, from <https://new.set.or.th/about>
- New Economic Warrior. (2016). *หน่วยงานรัฐบาลสานฝัน Startup ไทย*. Retrieved April 13, 2017, from <https://new.set.or.th/organization-type/government>
- Ries, E. (2011). *The Learn Start Up* (1st ed.). New York: Crown, 8-10
- Saroot Udomkarn. (2015). *Key Factors that Effect Employee Motivation and Satisfaction in Tech Startup Company: Case Study of IBG Company* (Thematic paper, The College of Management, Mahidol University). Retrieved February 5, 2017, from <http://library.cmmu.mahidol.ac.th>
- Sawyer, M. (2014). *The crucial factors for startup success*. Retrieved February 2, 2017, from <http://startupbeat.com/2014/06/the-crucial-factors-for-startup-success-id3871>
- Startup Thailand. (2559). *ข่าวประชาสัมพันธ์ กระทรวงวิทย์ฯ เจ้าภาพหลักงาน Startup Thailand 2016 แลกข่าวความพร้อมและความเชื่อมั่นStartup ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย. สืบค้นเมื่อ 13 เมษายน 2560, จาก <http://www.thailandstartup.org/download/press-release-startup-thailand-2016.docx>*
- TRUE Incube. (2017). *What's True Incube*. Retrieved March 10, 2017, from <http://www.trueincube.com/>



ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

เพื่อการวิจัย เรื่อง การศึกษาบทบาทของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาธุรกิจ Startup

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล มีวัตถุประสงค์งานวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Startup
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ที่พึงประสงค์ให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาสนับสนุนในการขับเคลื่อนธุรกิจ
3. เพื่อเปรียบเทียบบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน กับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจ Startup

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านในการเสียสละเวลาตอบคำถามในแบบสอบถามนี้จนครบทุกข้อ ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลและความเห็นของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับอย่างเคร่งครัด ผลวิจัยที่ได้จากการศึกษาจะถูกนำมาใช้ประโยชน์เชิงวิชาการเท่านั้น

นิยามศัพท์

Startup หมายถึง ธุรกิจเกิดใหม่ที่เริ่มจากกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีนวัตกรรม สร้างธุรกิจรูปแบบใหม่ เข้าสู่ตลาด สามารถทำซ้ำและขยายขนาดเข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาตอบคำตอบต่อไปนี้ ด้วยการอธิบาย

1. ท่านประกอบธุรกิจอะไร?.....
 เพราะเหตุใดถึงเลือกประกอบธุรกิจนี้?.....

 เริ่มต้นธุรกิจนี้มาเป็นระยะเวลาเท่าใด?.....
2. ใ้เคยในการเริ่มต้นธุรกิจของท่านคืออะไร ?

3. เป้าหมาย/วิสัยทัศน์ในการประกอบธุรกิจ

4. ท่านจบการศึกษาด้านใด ?

.....
.....
.....

ส่วนที่ 2 อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจและความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อหน่วยงานที่สนับสนุนธุรกิจ Startup

กรุณาตอบคำตอบต่อไปนี้ ด้วยการอธิบาย

1. ท่านหาข้อมูลประกอบการเริ่มต้นธุรกิจจากแหล่งใดบ้าง?

.....
.....
.....

2. ท่านคิดว่าอะไรเป็นอุปสรรคในการเริ่มต้นธุรกิจมากที่สุด เพราะเหตุใด?

.....
.....
.....

3. ท่านรู้จักหน่วยงานที่สนับสนุน Startup หรือไม่ ?

รู้จัก ไม่รู้จัก

หากรู้จัก ท่านรู้จักหน่วยงานใดบ้าง?

.....
.....
.....

รู้จักจากแหล่งใด?

.....
.....

เคยได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานนั้นๆ หรือไม่ ?

เคย ไม่เคย

หากเคย ท่านเคยได้รับความช่วยเหลือ ด้านใด? เพราะเหตุใด ?

.....
.....

หากไม่เคย อยากให้หน่วยงานนั้นๆ เข้ามาช่วยเหลือในด้านใดบ้าง? เพราะเหตุใด? (เรียงตามลำดับ 3 ลำดับ)

.....
.....
.....

4. ข้อเสนอแนะ ฝากไปถึงหน่วยงานที่สนับสนุน Startup

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม นักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหิดล

