

การศึกษาคุณลักษณะ ปัจจัยความสำเร็จ  
และอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์การแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy)  
ในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลที่มีผู้ประกอบการ  
เริ่มต้นใหม่ของประเทศไทย



กฤติเดช สดเอี่ยมกฤษดา

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.กิตติชัย ราชมหา อาจารย์ประจำวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล อย่างสูง ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์อาจารย์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาในการทำงานวิจัยนี้ตั้งแต่ต้น ตลอดจนสำเร็จลุล่วง

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี, อาจารย์ ดร. ภูมิพร ธรรมสถิตเดช , อาจารย์ ดร. ชีรศักดิ์ กัญจนพงษ์และอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวชื่อนามที่ให้คำปรึกษาในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของงานวิจัยชิ้นนี้

ขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ที่สละเวลาเพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่งานวิจัยนี้ รวมถึงให้ความร่วมมือในด้านต่าง ๆ

กฤติเดช สดเอี่ยมกฤษดา

การศึกษาคุณลักษณะ ปัจจัยความสำเร็จ และอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์การแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy) ในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลที่มีผู้ประกอบการเริ่มต้นใหม่ของประเทศไทย

A STUDY OF THE SUCCESS FACTORS AND OBSTACLES OF SHARING ECONOMY THAT AFFECT THE SUSTAINABLE GROWTH OF THAILAND'S DIGITAL INNOVATION DRIVEN ENTERPRISE

กฤติเดช สดเอี่ยมกฤษดา 6150057

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: กิติชัย ราชมหา, Ph.D., รองศาสตราจารย์วุฒิสิทธิ์ เกิดศรี, Ph.D., พาสัน ทิมทรัพย์, D.B.A.

#### บทคัดย่อ

รัฐบาลปัจจุบันได้มีการกำหนดนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” ซึ่งเป็นโดยมีฐานคิดหลัก 3 ข้อ คือ 1.เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” 2. เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และ นวัตกรรม 3.เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น เพื่อให้ประเทศไทยกลายเป็นประเทศที่มีรายได้สูง และหนึ่งในวิธีที่จะทำให้ประเทศไทยหลุดพ้นจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางกลายเป็นประเทศที่มีรายได้สูง และมีส่วนที่จะทำให้นโยบาย Thailand 4.0 (ไทยแลนด์ 4.0) ประสบผลได้เร็วขึ้น คือการแบ่งปันทรัพยากร (Sharing Economy) ซึ่งกันและกันซึ่งจะทำให้ประเทศไทยพัฒนาไปสู่ประเทศไทย 4.0 ได้ด้วยธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprise, IDE) ที่มีกระบวนการที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการแบ่งปันทรัพยากรซึ่งกันและกัน

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้มุ่งเน้นการศึกษาค้นคว้าช่วยเหลือของภาคธุรกิจนวัตกรรมประเภทเทคโนโลยีดิจิทัล ตั้งแต่เริ่มต้นทำธุรกิจจนกระทั่งเติบโตได้อย่างยั่งยืน โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้วิธีแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sample) ด้วยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นธุรกิจนวัตกรรมประเภทเทคโนโลยีดิจิทัลในประเทศไทย โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 20 ตัวอย่าง ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัล 14 หน่วยงานภาครัฐบาล จำนวน 3 ตัวอย่าง และ

มหาวิทยาลัยในประเทศไทย จำนวน 3 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบโครงสร้าง (Structure Interview) และวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นเครื่องมือในการวิจัยนี้ โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Directed Content Analysis)

การจัดข้อมูลให้เป็นระบบ โดยใช้วิธีบรรยาย เชื่อมโยงกับสิ่งที่ศึกษา ทำการจัดประเภทข้อมูล สังเคราะห์ ค้นหาแบบแผนและตีความข้อมูล ที่ผู้วิจัยได้รวบรวมมา รายงานการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้วางแผนและออกแบบนโยบายได้จริงจาก ข้อมูลจริงที่ได้จากการวิจัย

#### Abstract

The current government had set policy call “Thailand 4.0” that base on 3 topics

1. Change from produce consumer product to produce innovation product
2. Change from country driven by industrial sector to driven by technology Creativity and innovation
3. Change from emphasize produce product sector to emphasize services sector

To make Thailand become a high income country that one of the faster ways to make Thailand free from middle-income countries to becoming a high-income country is sharing economy that will enable Thailand to develop into “Thailand 4.0” with innovative business driven That has a process to helps promote and support the sharing of resources with each other

This research uses the main tools: In-Depth Interview and Focus Group. There are 20 sample sizes, consisting of digital Innovative businessperson In Thailand, 14 samples, 3 Government agencies and 3 universities in Thailand. Use content analysis (Directed Content Analysis) to organize data into a system. By using the method described Linked to the study Classify synthetic data, find patterns and interpret data That the research has collected.

คำสำคัญ : Sharing Economy/ Innovation Driven Enterprise

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
2.1.1 แนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV)	4
2.1.2 ทฤษฎีฐานความรู้ขององค์กร (Knowledge-Based Theory)	5
2.1.3 มุมมองการจัดการฐานความรู้ (Knowledge-Based View)	5
2.1.4 ทฤษฎีนวัตกรรมแนวเครือข่ายเทคโนโลยี (The technology network theory of innovation)	6
2.1.5 แนวคิดทฤษฎีเครือข่ายทางสังคม (Social Network Theory)	6
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
2.2.1 ประเภทของการแบ่งปันโดยทั่วไป (Categorization of Sharing Practices)	7
2.2.2 การศึกษาความแตกต่างของการแบ่งปันทรัพยากรระหว่างแพลตฟอร์มที่ประสบความสำเร็จ และไม่ประสบความสำเร็จ	9
2.2.3 การศึกษาแรงจูงใจของผู้ให้และผู้ได้รับการแบ่งปันทรัพยากรของแพลตฟอร์ม Peerby ในอัมสเตอร์ดัม	12
2.2.4 กรณีศึกษาในประเทศไทย: สมาคมหน่วยบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ไทย (Thai Business Incubators and Science Parks Association, Thai-BISPA)	

## สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	2.2.5 กรณีศึกษาในประเทศไทย: Startup Thailand	17
	2.2.6 กรณีศึกษาในประเทศไทย: Launchpad and Investment Vehicle for Enterprises (LIVE)	19
	2.2.7 กรณีศึกษาในประเทศไทย: ประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0)	21
<b>บทที่ 3</b>	<b>ระเบียบวิธีวิจัย</b>	<b>22</b>
	3.1 รูปแบบการวิจัย	22
	3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	22
	3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	23
	3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	23
	3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	24
<b>บทที่ 4</b>	<b>ผลการศึกษา</b>	<b>25</b>
	4.1 ผลการศึกษาแนวทางที่ 5: Ecosystem and Sharing Economy	25
	4.1.1 ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews)	25
	4.1.1.1 Refinn (รีฟินน์)	25
	4.1.1.2 SHIPPOP	29
	4.1.1.3 QueQ	31
	4.1.1.4 LILUNA	33
	4.1.1.5 OOCA	35
	4.1.1.6. DO IN THAI	37
<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>39</b>
	5.1 สรุปผลการวิจัย	39
	5.1.1 การสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม (Innovation driven enterprise, IDE)	39
	5.1.2 ปัจจัยความสำเร็จของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform)	41

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.1.3 อุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform)	42
5.1.4 การสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม (Innovation driven enterprise, IDE)	43
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	45
5.2.1 การสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม	45
5.2.2 ปัจจัยความสำเร็จของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิง เศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform)	46
5.2.3 อุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform)	46
5.3 ข้อเสนอแนะ	47
5.3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป	47
5.3.2 ข้อจำกัดในการทำวิจัย	48
5.3.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	48
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>49</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>53</b>
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>67</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
5.1	ลักษณะของธุรกิจ สิ่งทำทหายและลักษณะการแบ่งปันในการดำเนินธุรกิจ	39
5.2	สรุปปัจจัยความสำเร็จของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ	41
5.3	สรุปอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ	42
5.4	สรุปการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม	43





## บทที่ 1

### บทนำ

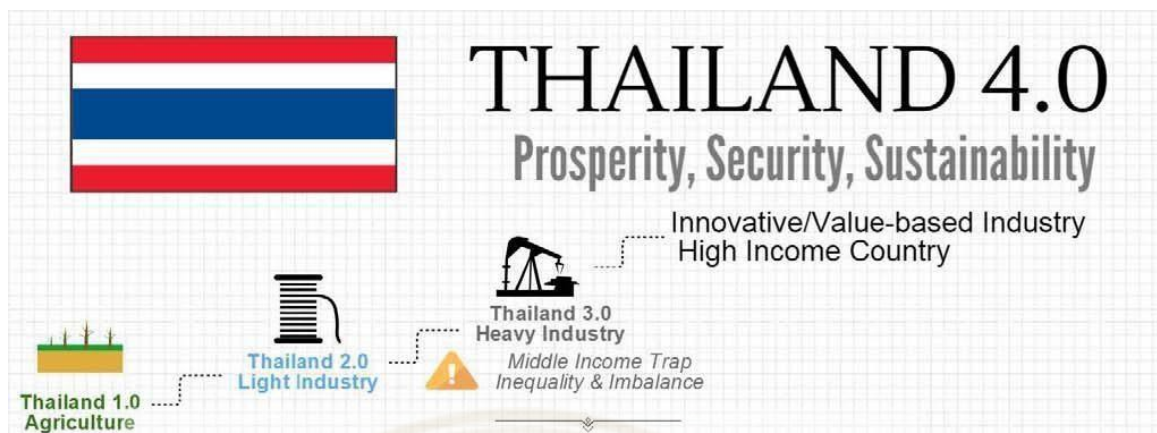
#### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

รัฐบาลปัจจุบันได้มีการกำหนดนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” ซึ่งเป็นโดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น (สำนักโฆษกรัฐบาล, 2016)

ประเทศไทยในอดีตที่ผ่านมามีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจเป็นไปอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ยุคแรก คือ “ประเทศไทย 1.0” เน้นการเกษตรเป็นหลัก เช่น ผลิตและขาย พืชไร่ พืชสวน หมู หมา กา ไข่ เป็นต้น

ยุคสอง คือ “ประเทศไทย 2.0” เน้นอุตสาหกรรมแต่เป็นอุตสาหกรรมเบา เช่น การผลิตและขายรองเท้า เครื่องหนัง เครื่องดื่ม เครื่องประดับ เครื่องเขียน กระเป๋า เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น

ปัจจุบัน (2561) จัดอยู่ในยุคที่สาม คือ “ประเทศไทย 3.0” เป็นอุตสาหกรรมหนักและการส่งออก เช่น การผลิตและขาย ส่งออกเหล็กกล้า รถยนต์ กลั่นน้ำมัน แยกก๊าซธรรมชาติ ปูนซีเมนต์ เป็นต้น แต่ ไทยในยุค 1.0 2.0 และ 3.0 รายได้ประเทศยังอยู่ในระดับปานกลาง อยู่อย่างนี้ไม่ได้ ต้องรีบพัฒนาเศรษฐกิจสร้างประเทศ จึงเป็นเหตุให้นำไปสู่ยุคที่สี่ให้รหัสใหม่ว่า “ประเทศไทย 4.0” ให้เป็นเศรษฐกิจใหม่ (New Engines of Growth) มีรายได้สูง (ไทยรัฐฉบับพิมพ์, 2017)



ภาพที่ 1 แสดงยุคของการพัฒนาเศรษฐกิจของไทย

แต่ตั้งแต่ “ประเทศไทย 3.0” เป็นต้นมา ส่งผลให้ประเทศเราติดอยู่ในช่วงรายได้ปานกลางมาเป็นเวลากว่า 30 ปีจนถึงปัจจุบัน เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงพ.ศ. 2500-2536 เศรษฐกิจของไทยเรามีการเติบโตอย่างมากถึงระดับ 7-8% ต่อปี แต่พอหลังจาก พ.ศ. 2537 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบันเศรษฐกิจไทยเติบโตขึ้นเพียง 3-4% ต่อปีเท่านั้นจนเกิดความไม่สมดุลในการพัฒนา ทำให้ฐานะคนในประเทศเหลื่อมล้ำกันมาก ในขณะที่ทั่วโลกมีการแข่งขันที่สูงขึ้นก้าวกระโดดห่างจากเราไป เราจึงต้องก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลางให้ได้และสามารถเข้าไปแข่งขันกับนานาประเทศได้ โดยเปลี่ยนโมเดลในการพัฒนาเศรษฐกิจก้าวข้ามจาก Thailand 3.0 ไปสู่ Thailand 4.0 รัฐบาลจึงต้องพัฒนาจากนโยบายเศรษฐกิจที่ “ทำมาก ได้น้อย” เป็น “ทำน้อย ได้มาก” ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการ 3 เรื่อง คือ 1. เปลี่ยนจากการเน้นผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่การเน้นผลิตสินค้าเชิงนวัตกรรม 2. เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี 3. เปลี่ยนจากภาคการผลิตสินค้า ไปสู่ภาคบริการมากขึ้น จึงเกิดแนวคิดที่จะสร้างและสนับสนุนผู้ที่ทำธุรกิจโดยขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม หรือที่เรียกกันว่า “ธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation driven enterprise, IDE)”

หนึ่งในวิธีที่จะทำให้ประเทศไทยหลุดพ้นจากประเทศรายได้ปานกลางกลายเป็นประเทศรายได้สูงได้อย่างรวดเร็ว คือการส่งเสริมและสนับสนุนการแบ่งปันทรัพยากร (Sharing economy) ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้ธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วย นวัตกรรม (Innovation driven enterprise, IDE) มีการส่งเสริมและสนับสนุนการแบ่งปัน ทรัพยากรซึ่งกันและกัน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะ ปัจจัยความสำเร็จ และอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์ของการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy) ในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการ ธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลที่มีผู้ประกอบการเริ่มต้นใหม่ในประเทศไทย

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของรูปแบบกลยุทธ์การแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy) ในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลที่มีผู้ประกอบการเริ่มต้นใหม่ในประเทศไทย

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์การแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy) ในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลที่มีผู้ประกอบการ เริ่มต้นใหม่ในประเทศไทย

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัยนี้คือ ทราบถึงรูปแบบคุณลักษณะ, ปัจจัยความสำเร็จ, อุปสรรคของกลยุทธ์ และองค์ความรู้สำหรับรูปแบบการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy) ในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลที่มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลของประเทศไทยตามหลักฐานการศึกษาเชิงประจักษ์จากการศึกษาวิจัยนี้

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 แนวคิดทฤษฎีสถูฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV)

เป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นปัจจัยภายในขององค์กร นั่นคือทรัพยากรภายในองค์กรและความสามารถขององค์กรเป็นพื้นฐานหลักในการดำเนินงาน โดยมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้ผลการดำเนินงานองค์กรหรือธุรกิจจะถูกกำหนดโดยทรัพยากรภายในองค์กร ซึ่ง Barney (1991) ได้จำแนกทรัพยากรภายในองค์กรหรือธุรกิจออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resource) ได้แก่ โรงงาน อุปกรณ์เครื่องจักร ทำเลที่ตั้ง เทคโนโลยีวัตถุดิบและสินทรัพย์ต่าง ๆ เป็นต้น
2. ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) ได้แก่ พนักงาน ความรู้ความสามารถ ความซื่อสัตย์ การทำงานเป็นทีม การฝึกอบรม ประสบการณ์ เป็นต้น
3. ทรัพยากรองค์กร (Organizational Resource) ได้แก่ โครงสร้างขององค์กร กระบวนการวางแผน วัฒนธรรมองค์กร ฐานข้อมูล ระบบสารสนเทศ เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์สิทธิบัตร และความมีชื่อเสียง เป็นต้น

โดยองค์กรใดมีทรัพยากร (Resource) และความสามารถ (Capability) ที่แตกต่างจากองค์กรอื่น 4 ลักษณะ ได้แก่ มีคุณค่า (Value) หายาก (Rare) ไม่สามารถทดแทนได้ง่าย (Difficult to Substitute) และยากที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบได้ (Difficult to Imitate) ย่อมทำให้องค์กรนั้นได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน (Sustainable Competitive Advantage) ดังนั้นองค์กรภาครัฐและเอกชนจึงมุ่งให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรภายในองค์กร ทั้งนี้เพื่อที่จะสร้างให้องค์กรของตนกลายเป็นองค์กรสามารถประกอบธุรกิจได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนอย่างแท้จริง

### 2.1.2 ทฤษฎีฐานความรู้ขององค์กร (Knowledge-Based Theory)

เป็นทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่ถูกพัฒนาขึ้น เพื่อให้สามารถแยกความแตกต่างและสร้างรายได้เปรียบเทียบ ในการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน โดยมีองค์ประกอบสำคัญคือ สร้างกระบวนการจัดการความรู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับมนุษย์ ซึ่งทำให้เกิดทรัพยากรที่เป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต และส่งผลต่อความแตกต่างของสินทรัพย์ หรือผลการดำเนินงานระหว่างองค์กร ซึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ ความสามารถในการใช้และพัฒนาความรู้ภายในองค์กร เพื่อสร้างการถ่ายทอดความรู้และสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันจากสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากจากกระแสโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยี (ปฐพร, 2016)

จากแนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากรมาสู่ทฤษฎีฐานความรู้ขององค์กรมนุษย์จะถือเป็นทรัพยากรสำคัญที่ก่อให้เกิดการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม เนื่องจากความรู้ต่างๆ ที่สำคัญจะถูกเก็บไว้ในตัวของผู้ประกอบการและพนักงานในองค์กร และเป็นส่วนสำคัญการนำความรู้ที่อยู่ในแต่ละคนมาผสมกับประสบการณ์ที่ผ่านมาซึ่งจะเป็นการเพิ่มความสามารถของธุรกิจผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม ซึ่งการสนับสนุนระหว่างธุรกิจนวัตกรรมจึงต้องมีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการและพนักงานระหว่างองค์กรเพื่อให้เกิดการพัฒนาและต่อยอดองค์ความรู้

### 2.1.3 มุมมองการจัดการฐานความรู้ (Knowledge-Based View)

เป็นการจัดเก็บองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรและความรู้นั้นสามารถสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน จากการทำงานที่เป็นเลิศ (best practices) บทเรียนจากประสบการณ์การเรียนรู้ที่ผ่านมาในอดีต (lesson learned) รวมทั้งแนวทางการแก้ปัญหา (solution-bases) หรือกรณีปัญหา (case-bases) โดยเก็บไว้ในระบบฐานความรู้ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถค้นหา และใช้ความรู้ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology-ICT) ได้อย่างดี (ปฐพร, 2016)

องค์ความรู้เกิดจากความรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล การสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมต้องอาศัยองค์ความรู้เหล่านั้น ทั้งจากภายในองค์กรเองและระหว่างองค์กร เพื่อไม่ให้ความรู้เหล่านั้นหายไปจึงต้องมีระบบจัดเก็บความรู้ที่สามารถรวบรวมองค์ความรู้ที่หลากหลาย มาไว้ร่วมกันเพื่อจะช่วยเหลือส่งเสริมให้เกิดการ

สนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมให้พัฒนาธุรกิจรวดเร็วและลดความผิดพลาดในการดำเนินธุรกิจได้

#### **2.1.4 ทฤษฎีนวัตกรรมแนวเครือข่ายเทคโนโลยี (the technology network theory of innovation)**

องค์กร กลุ่ม หรือสถาบันฯ มีบทบาทในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ควรจะมีการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ความเข้มแข็งเกิดจากการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับสถาบันภายนอก มีการถ่ายทอดข้อมูลทางนวัตกรรม มีการเชื่อมโยงทางเทคนิค เชื่อมโยงทางการตลาดและเครือข่ายข้อมูลนวัตกรรม นวัตกรรมเกิดจากการผสมผสานระหว่างทุนที่จับต้องได้กับทุนที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งช่วยให้องค์กรมีขีดความสามารถในการดูดซับข้อมูลทางนวัตกรรมให้เพิ่มสูงขึ้น ความสามารถในการกระจายสื่อสารโดยใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรงหรือใกล้เคียงกันจากคนหนึ่งไปยังคนจำนวนมากหรือสื่อสารได้พร้อมกันในหลายสถานที่ ซึ่งมีความแตกต่างกัน สามารถใช้ได้หลากหลายวิธีทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันอย่างรวดเร็ว ทฤษฎีนี้เน้นความสำคัญของที่มาของข้อมูลที่มาจากภายนอกองค์กร คือมาจากลูกค้า ซัพพลายเออร์ ที่ปรึกษา ห้องปฏิบัติการ หน่วยงานภาครัฐ มหาวิทยาลัย ฯลฯ (Mongkol, 2015)

ด้วยเหตุนี้การเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ นวัตกรรมดิจิทัลด้วยกันจะทำให้ห้องกรณมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้นเนื่องจากการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีกันทำให้องค์กรที่เชื่อมโยงกันสามารถพัฒนาความสามารถได้มากกว่าองค์กรที่ไม่มีการเชื่อมโยงกัน

#### **2.1.5 แนวคิดทฤษฎีเครือข่ายทางสังคม (Social Network Theory)**

แนวคิดเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept) มีพัฒนาการมาจากพื้นฐานของทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) โดยมีหลักการที่ว่า ในเครือข่ายสังคมจะประกอบไปด้วยบุคคลที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตามบทบาทหรือหน้าที่ ที่แต่ละคนหรือคู่ความสัมพันธ์มีอยู่ซึ่งแต่ละคนนั้นมิได้มีเพียงบทบาทเดียว หากแต่มีหลายบทบาทที่จะต้องสวมในชีวิตประจำวัน บุคคลไม่เพียงแต่ทำตามบทบาทหน้าที่ที่คาดหวังในสังคม หรือตามบรรทัดฐานที่ได้รับการถ่ายทอดมาเท่านั้น แต่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการรับรู้และการตัดสินใจในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ทั้งในด้านวัตถุและ

ทางด้านจิตใจ การสร้างตัวตนของเครือข่ายการแลกเปลี่ยนเชิงบูรณาการ อย่างไรก็ตามแม้ว่าการวิเคราะห์เครือข่ายสังคม จะช่วยให้เราเข้าใจถึงความสัมพันธ์ที่มีอยู่ในสังคม อันนำไปสู่ความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มที่ไม่เป็นทางการ (Informal Group) องค์กรทางสังคม (Social Organization) และโครงสร้างทางสังคม (Social Structure) ลักษณะความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวสามารถนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมของบุคคลได้ (ปฐพร, 2016)

การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรนั้นเป็นเรื่องสำคัญ เพราะจะทำให้องค์กรนั้นสามารถเข้าถึงทรัพยากรที่ขาดแคลนได้ง่ายขึ้น และยังเป็น การช่วยส่งเสริมให้องค์กรสามารถพัฒนาธุรกิจได้อย่างรวดเร็วกว่าองค์กรที่ไม่ได้สร้างความสัมพันธ์กับองค์กรอื่น

## 2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 2.2.1 ประเภทของการแบ่งปันโดยทั่วไป (Categorization of Sharing Practices)

จากการทำการรวบรวมงานวิจัยโดยและศึกษาเรื่องการแบ่งปันทรัพยากรได้ข้อสรุปว่า โดยทั่วไปการแบ่งปันสามารถแบ่งออกเป็น 9 ประเภทดังต่อไปนี้

	Non-commercial interest of resource provider			Hybrid commercialization	Commercial interest of resource provider
Transfer of ownership	Gift-Giving Foodsharing Freecycle	Swapping Tauschticket.de Swapstyle	Non-Commercial Exchange Craigslist	Commercial Exchange eBay	Retail Amazon
No transfer of ownership	Traditional Sharing Couchsurfing Neighborgoods	Service Swapping Timebanks	Non-Commercial Sharing BlaBlaCar	Commercial Sharing Airbnb Uber	Professional Sharing car2go
		C2C	Public sharing services Bikesharing G2C		B2C
Competition	Indirect non-monetary	Direct non-monetary	Direct monetary		

ภาพที่ 2 ประเภทของการแบ่งปันโดยทั่วไป (Manuel Trenz, Alexander Frey, & Daniel Veit, 2018)

1. การให้เปล่า (Gift-Giving) เป็นการแบ่งปันด้วยความเต็มใจ ไม่หวังผลประโยชน์ทางการค้า แต่ได้ความสุขในการแบ่งปัน โดยสิ่งที่แบ่งปันจะกลายเป็นของผู้รับและการแบ่งปันประเภทนี้ผู้ให้จะไม่ได้รับสิ่งตอบแทน เปรียบเสมือนการให้เปล่า เช่น Foodsharing เป็นแพลตฟอร์มแบ่งปันอาหาร, Freecycle เว็บไซต์ที่สร้างเครือข่ายการแบ่งปันกับผู้คนที่อยู่ในเมืองเดียวกัน

2. การแลกเปลี่ยนสิ่งของ (Swapping) เป็นการแบ่งปันโดยมีการแลกเปลี่ยนสิ่งของกัน โดยไม่หวังผลประโยชน์ทางการค้า โดยสิ่งของที่แลกเปลี่ยนจะมีการเปลี่ยนเจ้าของไปสู่คนใหม่และการแบ่งปันประเภทนี้ ผู้แบ่งปันจะเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับในเวลาเดียวกันเช่น Swapstyle เป็นแพลตฟอร์มที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนเสื้อผ้า โดยสามารถทำการขอแลกเปลี่ยนเสื้อผ้าได้ผ่านแพลตฟอร์มนี้ โดยจะต้องมีเสื้อผ้ามาแลกเปลี่ยนกันทำให้เกิดเครือข่ายการแลกเปลี่ยนสิ่งของกัน

3. การแลกเปลี่ยนที่มีเงินเป็นสื่อกลางโดยไม่หวังผลประโยชน์ทางธุรกิจ (Non-Commercial Exchange) เป็นการแบ่งปันโดยมีการใช้เงินเป็นสื่อกลางในการแบ่งปัน โดยไม่ได้ทำเป็นธุรกิจ เช่น Craigslist เป็นเว็บไซต์ที่ใช้ลงประกาศต่าง ๆ โดยในเว็บไซค์จะมีการแบ่งประกาศเป็นหลายประเภทตามหมวดหมู่ โดยคนทั่วไปสามารถลงประกาศ เช่น ประกาศหาคนสอนภาษา, ประกาศรับเขียนเว็บไซค์ เป็นต้น โดยจะคิดค่าบริการตอบแทนเป็นเงิน

4. การแบ่งปันโดยไม่เปลี่ยนเจ้าของ (Traditional Sharing) เป็นการแบ่งปันที่ไม่มีการเปลี่ยนความเป็นเจ้าของของสิ่งที่แบ่งปัน และไม่ได้หวังผลประโยชน์ทางการค้าโดยผู้ให้จะไม่ได้รับสิ่งของอะไรตอบแทน เช่น Conchsurfing เป็นแพลตฟอร์มการแบ่งปันที่พักอาศัย ให้นักเดินทางและเจ้าบ้านได้เจอกัน เพื่อแบ่งปัน วัฒนธรรมและทำกิจกรรมร่วมกัน

5. การแลกเปลี่ยนบริการ (Service Swapping) การแบ่งปันประเภทนี้มองว่าบริการ, ความสามารถ เปรียบเสมือนสินค้าที่สามารถแลกเปลี่ยนกันได้เช่น Timebanks ที่เปิดให้ผู้คนสามารถขายหรือซื้อความสามารถ, บริการให้แก่ผู้อื่นได้ โดยใช้เครดิตเวลาแทนเงินคือเมื่อต้องการจะใช้บริการผู้อื่น ก็ต้องใช้ความสามารถของตัวเอง แลกเครดิต เพื่อซื้อเวลาคนอื่น

6. การแบ่งปันที่มีเงินเป็นสื่อกลางแบบไม่หวังผลประโยชน์ทางธุรกิจ และไม่เปลี่ยนแปลงเจ้าของ (Non-Commercial Sharing) เป็นการแบ่งปันโดยที่ไม่มีการเสียความเป็นเจ้าของของสิ่งที่แบ่งปัน โดยใช้เงินเป็นสื่อกลาง และไม่หวังผลประโยชน์ทางธุรกิจโดยผู้ให้และผู้รับได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น BlaBlaCar เป็นแพลตฟอร์มที่เป็นการหาคน



ร่วมเดินทางไปที่ต่าง ๆ โดยจะมีการจัดให้คนที่มียอดและต้องการจะเดินทางไปสถานที่หนึ่ง ให้มาพบกับคนที่ไม่มีรถ แต่ต้องการจะเดินทางไปสถานที่เดียวกันมาร่วมแชร์ค่าเดินทางกัน เป็นการทำให้ทั้ง 2 ฝ่าย ได้ประโยชน์ร่วมกัน

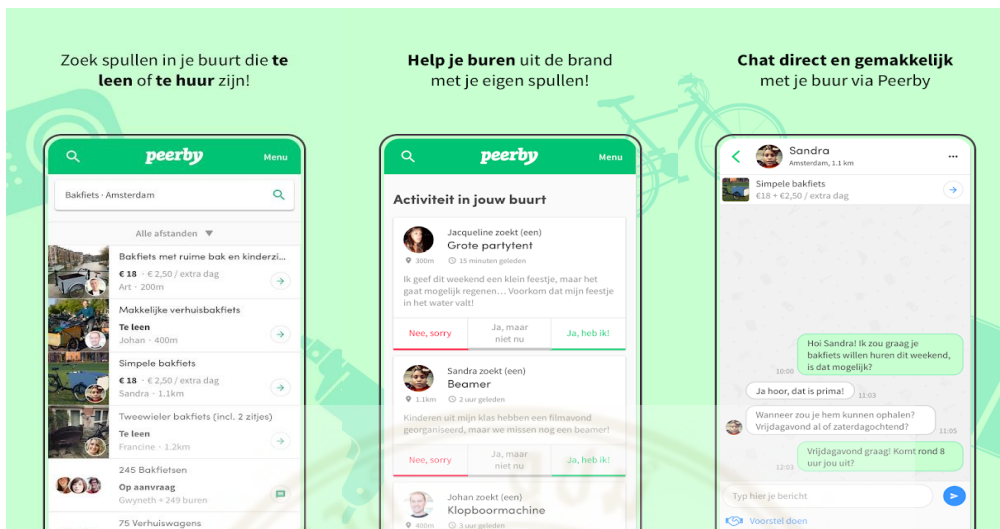
7. การแบ่งปันที่หวังผลทางการค้า (Commercial Sharing) เป็นการแบ่งปันที่หวังผลทางการค้ามีเงินทองเข้ามาเกี่ยวข้อง และไม่มีการถ่ายโอนความเป็นเจ้าของ เช่น Airbnb แพลตฟอร์มการแบ่งปันที่พักอาศัย และ Uber แพลตฟอร์มการแบ่งปันการเดินทาง

8. การแบ่งปันแบบมืออาชีพ (Professional Sharing) เป็นการใช้ความสามารถของตนมาสร้างการแบ่งปัน เช่น Car2go เป็นแอปพลิเคชันเช่ารถ Ecocar หรือ

9. การแบ่งปันเพื่อส่วนรวม (Public Sharing Service) เป็นการแบ่งปันที่หวังผลประโยชน์แก่ส่วนรวม เป็นหลักโดยสิ่งที่แบ่งปันจะไม่เปลี่ยนเจ้าของและมีการใช้เงินเป็นสื่อในการแลกเปลี่ยน เช่น บริการเช่าจักรยานของรัฐบาล (Manuel Trenz, Alexander Frey, & Daniel Veit, 2018)

### 2.2.2 การศึกษาความแตกต่างของการแบ่งปันทรัพยากรระหว่างแพลตฟอร์มที่ประสบความสำเร็จ และไม่ประสบความสำเร็จ

ทั้ง Ecomodo และ Peerby ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นกิจการเพื่อสังคม โดยมุ่งเน้นที่การสร้างผลกระทบเชิงบวกทางเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม ประโยชน์ที่โฆษณาโดยทั้งสองบริษัทคือการประหยัดเงินในรายการที่ต้องการเพียงครั้งเดียวหรือเป็นครั้งคราว นอกเหนือจากผลประโยชน์ทางการเงินพวกเขาส่งเสริมการแบ่งปันเป็นวิธีการช่วยเหลือผู้อื่นและพบปะผู้คนใหม่ ๆ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มการเชื่อมต่อทางสังคมและนำไปสู่ย่านที่ปลอดภัยและเจริญรุ่งเรืองมากขึ้น พวกเขายังเสนอการเข้าถึงความเป็นเจ้าของด้วยความสะดวกสบายทำให้ผู้คนสามารถมีชีวิตที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องมีสิ่งของที่ไม่จำเป็น พวกเขาส่งเสริมการแบ่งปันเพื่อเป็น “live green” บนพื้นฐานที่ว่าผลิตภัณฑ์ใด ๆ ที่ใช้ร่วมกันจะช่วยลดการปล่อย CO2 ของเสียและการใช้ทรัพยากร(Except Integrated Sustainability, 2015; Popp, 2012).

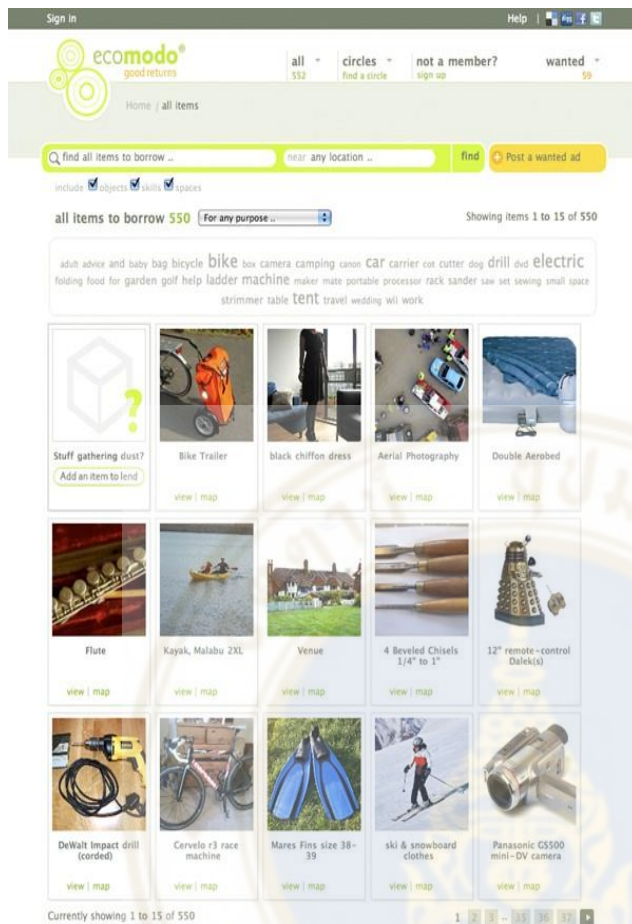


ภาพที่ 3 แอปพลิเคชัน Peerby (Google play, 2019)

Peerby เป็นบริการออนไลน์ที่ช่วยเชื่อมต่อผู้คนในเมืองต่างๆ ที่ต้องการให้ยืมหรือยืมรายการของใช้ในครัวเรือนต่างๆ เปิดให้บริการในกรุงอัมสเตอร์ดัมใน 2012 ขณะนี้มีให้บริการใน 20 เมืองทั่วยุโรปและมีโครงการนำร่อง 10 แห่งในงานในสหรัฐอเมริกา

Daan Weddepohl เป็นผู้ก่อตั้ง Peerby ในปี 2012 ความคิดก่อตั้งบริษัทนี้เกิดขึ้นหลังจากที่เกิดไฟลุกไหม้ทรัพย์สินของเขาเกือบทั้งหมดของ เมื่อเขาได้รับความเมตตาจากเพื่อนฝูงและเพื่อนบ้านที่ให้ยืมและมอบสิ่งต่างๆ เพื่อช่วยเหลือเขา เขาต้องจึงต้องการสร้างสิ่งที่จะช่วยให้คนอื่น ๆ มีโอกาสเหมือนกัน

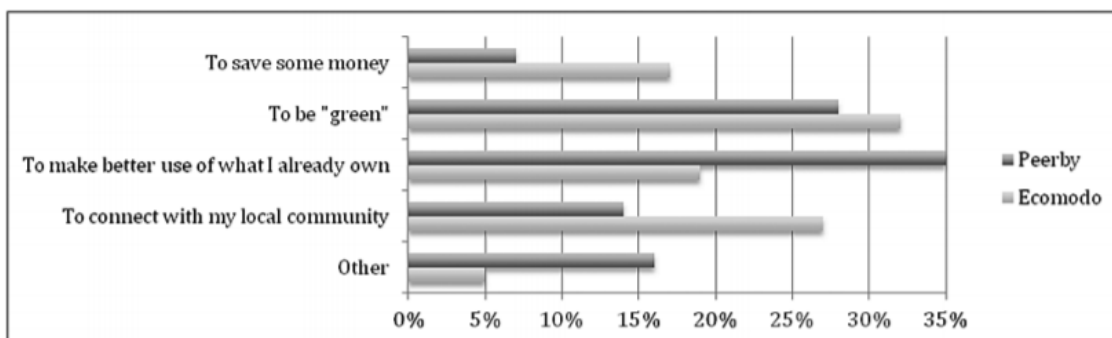
ผู้ที่ต้องการยืมรายการต้องสมัครใช้บัญชีบนเว็บไซต์ Peerby หรือบนแอปในมือถือของตน จากนั้นพวกเขาสามารถเรียกดูรายการที่ใกล้เคียงในประเภทต่างๆ เช่นสวน, เต้นท์, โต๊ะ, หนังสือ และชุดคราตรี เป็นต้น



ภาพที่ 4 Ecomodo.com (Tracy Curren, 2013)

Ecomodo ช่วยให้ผู้คนยืมวัตถุ, ทักษะและพื้นที่ กับเพื่อนบ้าน, เพื่อนและเพื่อนร่วมงาน Ecomodo ช่วยให้คุณสามารถแสดงรายการสิ่งของคุณเพื่อให้ยืมและดูว่าคนอื่นมีอะไรบ้าง รายการสามารถยืมได้ฟรีหรือในฐานะผู้ให้ยืมคุณสามารถเรียกเก็บเงินสำหรับรายการและเลือกว่าคุณต้องการเก็บค่าธรรมเนียมหรือบริจาคเพื่อการกุศล ทุกคนสามารถใช้ Ecomodo ได้ฟรี มีอิสระที่จะเข้าร่วมและให้บริการกับทุกคนในสหราชอาณาจักร

ชุมชนของคุณสามารถใช้ Ecomodo เพื่อสร้างและประหยัดเงิน หายไปได้จากการยืมวัตถุ, ทักษะและห้องว่าง ประหยัดเงินด้วยการยืมสิ่งต่าง ๆ แทนการซื้อ เลือกที่จะใช้เงินให้กับสิ่งที่ชอบหรือช่วยชุมชน โดยการแบ่งปันสินทรัพย์ Ecomodo ช่วยให้ผู้ใช้ยืมมากกว่าซื้อ และเปิดประตูสู่ประสบการณ์ใหม่ ในราคาต่ำหรือไม่มีค่าใช้จ่าย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน สามารถป้องกันการเกิดขยะและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยรวม (Laura Piscicelli, Geke D.S. Ludden, & Tim Cooper, 2018)



ภาพที่ 5 แรงจูงใจในการใช้แพลตฟอร์มระหว่าง Peerby และ Ecomodo

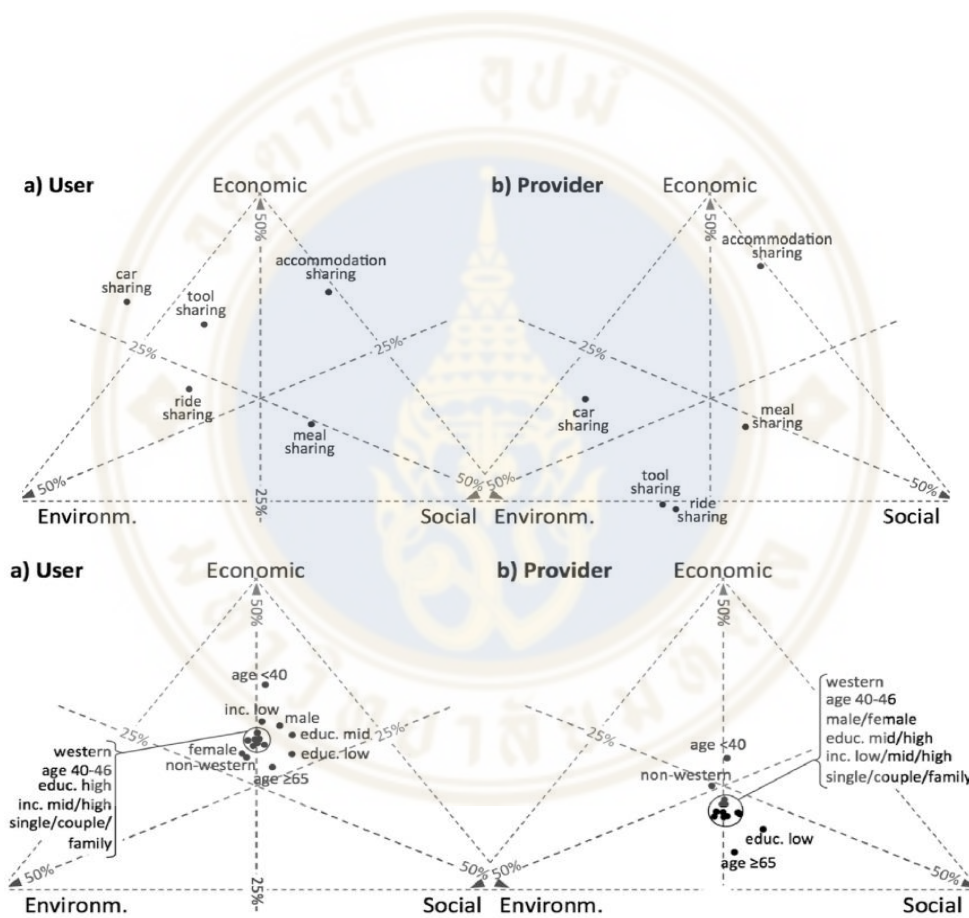
จากการศึกษารูปแบบของธุรกิจบนพื้นฐานของการแบ่งปันทรัพย์สินผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จคือ Peerby และธุรกิจที่ไม่ประสบความสำเร็จคือ Ecomodo พบว่าแรงจูงใจในการใช้งานของ แพลตฟอร์มมีความต่างกัน โดยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความสำเร็จคือ การต้องการสร้างมูลค่าจากสินค้าที่ตนเองมีอยู่ (Laura Piscicelli, Geke D.S. Ludden, & Tim Cooper, 2018)

### 2.2.3 การศึกษาแรงจูงใจของผู้ให้และผู้ได้รับการแบ่งปันทรัพยากรของแพลตฟอร์ม Peerby ในอัมสเตอร์ดัม

เมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์ เป็นเมืองแถวหน้าในการสนับสนุนการแบ่งปันทรัพยากร (Sharing economy) นักการเมืองท้องถิ่นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของเมืองเป็นผู้สนับสนุนให้อัมสเตอร์ดัม เป็นเมืองแห่งการแบ่งปัน หรือ Amsterdam Sharing City จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,330 คน ที่ประกอบด้วย ความหลากหลายทางฐานะ, อายุ, เชื้อชาติ และความหลากหลายทางสังคมในอัมสเตอร์ดัมพบว่าทั้งผู้ให้และผู้รับการแบ่งปันทรัพยากรผ่านแพลตฟอร์ม Peerby ต่างต้องการแบ่งปันส่วนและยานพาหนะแก่กันและกัน ในขณะที่ผู้รับต้องการแบ่งปันที่พักอาศัย แต่ผู้ให้กลับไม่ต้องการแบ่งปันที่พักอาศัยด้วย (Lars Böckera, & Toon Meelenb, 2017)

a) User		b) Provider	
61%	Drill	63%	
55%	Ride	66%	
58%	Accommodation	13%	
38%	Car	25%	
26%	Meal	17%	

ภาพที่ 6 ความต้องการในการแบ่งปันทรัพยากรระหว่างผู้ให้และผู้รับ



ภาพที่ 7 แรงจูงใจในการแบ่งปันทรัพยากร (Lars Böckera, & Toon Meelenb, 2017)

แรงจูงใจของผู้รับในการแบ่งปันยานพาหนะ, เครื่องมือ, ที่อยู่อาศัย คือภาวะเศรษฐกิจ แรงจูงใจในการเดินทางร่วมกันและการแบ่งปันมื้ออาหารคือเหตุผลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมตามลำดับ

ส่วนผู้ให้มีความสนใจในการแบ่งปันที่อยู่อาศัยคือภาวะเศรษฐกิจ, แรงงใจในการแบ่งปันยานพาหนะ, เครื่องมือ และการเดินทางร่วมกัน คือสิ่งแวดลอม, แรงงใจในการแบ่งปันมืออาหารคือด้านสังคม

แรงงใจของผู้รับส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับภาวะเศรษฐกิจ ส่วนแรงงใจของผู้ให้จะเกี่ยวข้องกับสังคมและสิ่งแวดลอม (Lars Böckera, & Toon Meelenb, 2017)

#### 2.2.4 กรณีศึกษาในประเทศไทย: สมาคมหน่วยบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ไทย (Thai Business Incubators and Science Parks Association, Thai-BISPA)



ภาพที่ 8 สมาคมหน่วยบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ไทย, 2019: ออนไลน์

ประเทศไทยมีนโยบายจะก้าวสู่เศรษฐกิจฐานความรู้และอุตสาหกรรมฐานความรู้ จึงมีความจำเป็นต้องยกระดับวิสาหกิจไทยในด้านความสามารถทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจประเภทธุรกิจเทคโนโลยีซึ่งเป็นทิศทางเศรษฐกิจทั่วโลกในช่วงนี้ โดยมีอุทยานวิทยาศาสตร์และศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยีทำหน้าที่เป็นกลไกหลักสองชนิดที่มีประสิทธิภาพในการผลักดันประเทศสู่เศรษฐกิจฐานความรู้

อุทยานวิทยาศาสตร์ (Science Park) นิคมวิจัย มีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับบริษัทในการดำเนินงานวิจัยและพัฒนาโดยสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ(สวทช.) ได้จัดตั้งอุทยานวิทยาศาสตร์แห่งแรกในประเทศไทย เปิดดำเนินงานในปี พ.ศ. 2545 ซึ่งปัจจุบันมีมากกว่า 60 บริษัททั้งที่เป็นบริษัทสัญชาติไทยและบริษัทจากต่างประเทศ ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ที่ดำเนินการวิจัยและพัฒนาภายในอุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย

หน่วยบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี (Technology Business Incubator) เป็นแหล่งอนุบาลบริษัทที่ดั่งใหม่ (Start-up) ซึ่งโดยทั่วไปจะอนุบาลไม่เกิน 3 ปี โดยเน้นที่การบ่มเพาะผู้ประกอบการที่ดำเนินการพัฒนาสินค้าด้านเทคโนโลยี

สำหรับประเทศไทยนั้น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานแรกที่เริ่มดำเนินงานโครงการเกี่ยวกับการบ่มเพาะธุรกิจในปี 2545 โดยต่อมาได้มีหน่วยงานหลักที่ให้การส่งเสริมกิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจเพิ่มขึ้น ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ให้การสนับสนุนแก่มหาวิทยาลัยดำเนินงานจัดตั้งหน่วยบ่มเพาะธุรกิจขึ้นเพื่อส่งเสริมให้นักศึกษา อาจารย์ และนักวิจัยให้เป็นผู้ประกอบการรายใหม่อย่างเป็นระบบ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ให้การสนับสนุนทั้งมหาวิทยาลัยและภาคเอกชนในการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ และ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ส่งเสริมกิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี ภายใต้อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย เขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ประเทศไทย และการประสานเป็นที่เล็งการจัดตั้งอุทยานวิทยาศาสตร์ในภูมิภาคภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ด้วยการจัดตั้งหน่วยบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยีขึ้นเพื่อเป็นการสร้างธุรกิจเทคโนโลยี และวางรากฐานงานบริการแก่เอกชนแล้วขยายผลเป็นอุทยานวิทยาศาสตร์ในภูมิภาคต่อไปในอนาคต

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีอุทยานวิทยาศาสตร์ (รวมที่อยู่ระหว่างจัดตั้ง) และศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี รวมกันมากกว่า 60 แห่ง จึงได้มีการร่วมมือกันระหว่าง 3 หน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วยสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จัดตั้ง สมาคมหน่วยบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ไทย (Thai Business Incubators and Science Parks Association, Thai-BISPA) ขึ้น ทั้ง 3 หน่วยงานได้ลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือเพื่อจัดตั้งสมาคม เมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2548 ได้ยื่นจดทะเบียนตามกฎหมายเมื่อเดือนธันวาคม 2551 และได้รับการขึ้นทะเบียนอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 16 มกราคม 2552 เพื่อเป็นศูนย์กลางในการประสานงาน และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แหล่งพัฒนาความรู้และทักษะในการบริหารจัดการ เสนอแนะแนวทางในการยกระดับกิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ เชื่อมโยงเครือข่ายทั้งในและต่างประเทศ เชื่อมโยงทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรม โดยได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกก่อตั้ง และสมาชิกกิตติมศักดิ์ คือ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด

ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงเทพ และธนาคารไทยพาณิชย์ ในการดำเนินงานต่าง ๆ ของสมาคม (Thai-BISPA, 2017)

บทบาทและวัตถุประสงค์ของสมาคม (Thai-BISPA's Roles and Objectives)

1. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการประสานงานและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจ กิจกรรมอุทยานวิทยาศาสตร์ และกิจกรรมสนับสนุนธุรกิจ
2. เพื่อเป็นแหล่งพัฒนาความรู้และทักษะในการบริหารจัดการ เสนอแนะแนวทางในการยกระดับกิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจ กิจกรรมอุทยานวิทยาศาสตร์ และกิจกรรมสนับสนุน
3. เพื่อศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ในกิจการบ่มเพาะธุรกิจ กิจกรรมอุทยานวิทยาศาสตร์ และกิจกรรมสนับสนุนธุรกิจ
4. เพื่อเป็นแหล่งเชื่อมโยงทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจ กิจกรรมอุทยานวิทยาศาสตร์ และกิจกรรมสนับสนุนธุรกิจ
5. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการประสานงานกับเครือข่ายหน่วยบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ตลอดจนเครือข่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกันภายในประเทศและเป็นศูนย์กลางในการติดต่อกับเครือข่ายในลักษณะเดียวกันในระดับนานาชาติ
6. เพื่อสร้างความตระหนักและส่งเสริมความเข้าใจอันดีแก่สาธารณชนในเรื่องของ หน่วยบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ตลอดจนสนับสนุนข้อมูลแก่ภาครัฐในการจัดทำนโยบายซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมของหน่วยบ่มเพาะธุรกิจ และอุทยานวิทยาศาสตร์
7. เพื่อให้หน่วยงานอื่น ๆ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจทั่วไปได้มีโอกาสมีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ของประเทศไทยให้ก้าวหน้าสามารถสร้างความเจริญให้แก่เศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยได้ดียิ่งขึ้น (Thai-BISPA, 2017)



## 2.2.5 กรณีศึกษาในประเทศไทย: Startup Thailand



ภาพที่ 9 Startup Thailand, 2019: ออนไลน์

Startup Thailand เป็นหน่วยงานระดับประเทศที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) และระบบนิเวศของวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup Ecosystem) ตามนโยบายของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ (National Startup Committee: NSC) โดยมีกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก ร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้นให้ใช้ทรัพยากรของประเทศในการผลิตสินค้าและบริการ มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม การจ้างงานในท้องถิ่น และการกระจายรายได้สู่ภูมิภาค รวมทั้งก่อให้เกิดอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนประเทศ

คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติเกิดขึ้นจากวิสัยทัศน์ของท่านนายกรัฐมนตรี พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่ต้องการปรับโครงสร้างระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วยการพัฒนา “วิสาหกิจเริ่มต้น” ให้เป็นนักรบทางเศรษฐกิจใหม่ (New Economic Warrior: NEW) และกำหนดให้ประเทศไทยเป็นพื้นที่เปิดสำหรับการเติบโตของอาเซียน โดยได้กำหนดแนวทางส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นของไทย ดังนี้

1. พื้นที่เปิดสำหรับผู้ที่มีทักษะสูงจากทั่วโลก (Open for Talent) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจเริ่มต้นของไทยให้สามารถเติบโตสู่ตลาดโลกได้ ประเทศไทยจำเป็นต้องดึงดูดและพัฒนาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ความสามารถ และเข้าใจการพัฒนาธุรกิจในระดับโลก

2. พื้นที่เปิดสำหรับการเร่งการเติบโตของวิสาหกิจเริ่มต้น (Open for Business Growth) การพัฒนาธุรกิจของวิสาหกิจเริ่มต้นเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการควบคู่กับการพัฒนารูปแบบธุรกิจนวัตกรรม ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial) ตั้งแต่ระดับมหาวิทยาลัยและวิสาหกิจเริ่มต้นทั่วไป

ตลอดจนดำเนินการเร่งสร้างและวิสาหกิจเริ่มต้น (Acceleration Program) อย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจเริ่มต้นให้พร้อมก้าวสู่เวทีการระดมทุนจากนานาชาติ สามารถขยายฐานกิจการไปยังต่างประเทศได้

3. พื้นที่เปิดสำหรับการลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้น (Open for Investment) ทุกช่วงระยะเวลาการเติบโตของวิสาหกิจเริ่มต้นจำเป็นต้องระดมทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการนวัตกรรมตลอดจนขยายตลาดสู่ต่างประเทศ ซึ่งแต่ละช่วงมีความต้องการเงินทุนแตกต่างกัน ดังนั้นประเทศไทยต้องพัฒนาสิทธิประโยชน์ต่างๆ เพื่อนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ นักลงทุนบุคคล บริษัทลงทุนร่วมเสี่ยงทั้งในลักษณะกองทุน และองค์กรตลอดจนการระดมทุนสาธารณะ อีกทั้งพัฒนานวัตกรรมการเงิน (Financing Innovation) เพื่อสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจเริ่มต้นของประเทศไทยสู่ตลาดโลก

4. พื้นที่เปิดสำหรับการพัฒนาระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของวิสาหกิจเริ่มต้น (Open for Ecosystem) เพื่อการพัฒนาระบบนิเวศวิสาหกิจเริ่มต้นอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ประเทศไทยต้องดำเนินยุทธศาสตร์ การพัฒนา “เศรษฐกิจนวัตกรรมเชิงพื้นที่” โดยมีการวางแผนและออกแบบพื้นที่และสังคมเมืองเพื่อพัฒนาเมืองหรือย่านให้เป็นกลุ่มคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นหรือเรียกว่าย่านนวัตกรรม (Innovation District) โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เครื่องมือ และกลไกที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้พักอาศัยและผู้ดำเนินกิจกรรมในย่าน เพื่อเชื่อมต่อประชาคมรวมถึงมีกลไกที่ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม สร้างสรรค์สิ่งใหม่ร่วมกัน มีกิจกรรมแบ่งปันความรู้แก่กันของวิสาหกิจเริ่มต้น ชุมชน ธุรกิจ และหน่วยงานในพื้นที่ เร่งดำเนินการให้มีสิทธิประโยชน์เพื่อสนับสนุนภาคส่วนต่าง ๆ ในระบบนิเวศของวิสาหกิจเริ่มต้น

วิสาหกิจเริ่มต้นนั้นเป็นการประกอบธุรกิจรูปแบบใหม่ที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมเนื่องจากการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ซึ่งทำให้กิจการเติบโตแบบก้าวกระโดดและรวดเร็วรวมทั้งยังเปลี่ยนวิธีการดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิม ๆ อีกด้วย สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นผลดีต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อย่างไรก็ตามวิสาหกิจเริ่มต้นจะประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพจะต้องอยู่ในระบบนิเวศวิสาหกิจที่ดีหรืออีกนัยหนึ่งก็จะต้องมีระบบ โครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจโดยเริ่มตั้งแต่ระบบที่เอื้อต่อการเริ่มต้นธุรกิจการ วิจัยทดลอง การพัฒนา การลงทุนทั้งจากในและต่างประเทศการตลาด และพัฒนาบุคลากรและสิ่งหนึ่งที่สำคัญ ที่สุดคือการสนับสนุนจากภาครัฐที่ชัดเจนไม่ว่า จะเป็นการสนับสนุนในการกำหนดนโยบายแก้ไข

กฎหมายและข้อบังคับในประเทศ การสนับสนุนในการสร้างระบบ โครงสร้างที่จำเป็น รวมถึงการลงทุนหรือให้ความช่วยเหลือทางการเงินโดยภาครัฐ

### 2.2.6 กรณีศึกษาในประเทศไทย: Launchpad and Investment Vehicle for Enterprises (LIVE)



ภาพที่ 10 Launchpad and Investment Vehicle for Enterprises, 2019: ออนไลน์

“LIVE” คือ ระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการระดมทุน (Funding Portal) และการซื้อขายหลักทรัพย์ (Electronics Trading Platform) ทำหน้าที่เป็น Market place สำหรับธุรกิจประเภท SME และ Startup ช่วยลดข้อจำกัดในการระดมทุนเพื่อนำเงินทุนไปใช้ในการขยายธุรกิจ เข้าถึงกลุ่มนักลงทุนที่แสวงหาธุรกิจที่มีนวัตกรรมและการเติบโตสูง อีกทั้งช่วยให้เกิดสภาพคล่องในการลงทุน มีทางเลือกในการบริหารจัดการเงินลงทุน ทำให้เกิดการซื้อขายเปลี่ยนมือสำหรับนักลงทุนได้สะดวก รวดเร็ว “LIVE” ดำเนินงานโดย บริษัท ไลฟ์ ฟินคอร์ป จำกัด โดยมีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นผู้ถือหุ้นร้อยละ 99.99 ของทุนจดทะเบียน มีวัตถุประสงค์เพื่อทำหน้าที่ให้บริการระดมทุนในรูปแบบ Equity Crowdfunding และซื้อขายหลักทรัพย์ในลักษณะการซื้อขายกันเองโดยตรง

ความแตกต่างระหว่าง LIVE กับ SET ได้แก่

1. LIVE คือแพลตฟอร์มสำหรับการระดมทุนและการซื้อขายแลกเปลี่ยน
2. ไม่กำหนดคุณสมบัติในการเข้าจดทะเบียน (Listing Requirement)
3. การซื้อขายเป็นแบบเจรจาต่อรองนอกตลาด (OTC) ไม่มีการจับคู่ซื้อขายอัตโนมัติ
4. ไม่มีการกระจายหุ้นวงกว้างในลักษณะที่เป็นบริษัทมหาชน

5. เป็นเพียงการระดมทุนจากนักลงทุนเฉพาะกลุ่มที่มีความรู้ ความเข้าใจความ  
เสี่ยงในการลงทุนของธุรกิจ Startup และ SME

6. ไม่ได้รับการยกเว้นภาษีจากกำไรส่วนเกิน (Capital Gain Tax)

ธุรกิจที่ต้องการระดมทุนจาก LIVE ต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. บริษัทจำกัดที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์
2. ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องทุนจดทะเบียนขั้นต่ำ
3. ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องผลประกอบการที่ต้องมีกำไร
4. เป็นธุรกิจที่ไม่ทำผิดกฎหมายหรือศีลธรรมอันดีงาม
5. มีงบการเงินที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชี
6. ผู้ก่อตั้งและผู้บริหารไม่มีประวัติกระทำความผิดทางกฎหมายและ Bad Credit

กับสถาบันการเงิน

7. เป็นธุรกิจหรือ ไอเดียที่น่าสนใจมีความคิดสร้างสรรค์ในเชิงนวัตกรรมที่  
สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ

8. เป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง
9. เป็นธุรกิจที่สามารถพิสูจน์ให้นักลงทุนเชื่อมั่นในการเติบโต

ประโยชน์ที่ธุรกิจได้รับจาก LIVE ได้แก่

1. สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น เพื่อนำเงินทุนไปขยายกิจการ
2. มีตลาดรองรับการซื้อขายสำหรับ Startup และ SME ที่มีศักยภาพ ช่วยลด  
ต้นทุนในการระดมทุนได้
3. นักลงทุนสามารถทำการเปลี่ยนมือหลักทรัพย์ผ่านตลาดรองได้ช่วยให้มี  
ผู้สนใจลงทุนในธุรกิจนั้นได้มากขึ้นและช่วยให้มูลค่าของธุรกิจเพิ่มขึ้นได้
4. เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์บริษัทให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นต่อกลุ่มผู้ลงทุน  
ตรงเป้าหมาย
5. สามารถทำการซื้อขายหลักทรัพย์ ตลอดจนชำระราคาและส่งมอบหลักทรัพย์  
ผ่านระบบที่ปลอดภัยและมีความโปร่งใส

### 2.2.7 กรณีศึกษาในประเทศไทย: ประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0)

นโยบายนี้มีเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจชุดใหม่ให้ประเทศไทยมีโอกาสกลายเป็นกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูงด้วยการทำน้อยแต่ได้มาก ลดการพึ่งพาต่างชาติ ลดความเหลื่อมล้ำต่างๆ สร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจและสังคม โดยอาศัยการเปลี่ยนสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้านวัตกรรมแทน ฉะนั้นทุกรูปแบบทักษะอาชีพที่เราถนัดรวมถึงความหลากหลายเชิงชีวภาพและความหลากหลายเชิงวัฒนธรรม จะถูกเพิ่มคุณค่าและมูลค่า โดยการเติมเต็มด้วยวิทยาการ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนาแล้วต่อยอดความได้เปรียบเพื่อให้กลายมาเป็น “ความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน” แบ่งเป็น “5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย” ประกอบด้วย

1. กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ (Food, Agriculture & Bio-Tech)
2. กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ (Health, Wellness & Bio-Med)
3. กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม (Smart Devices, Robotics & Mechatronics)
4. กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อและอุปกรณ์ต่าง ๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว (Digital, IoT, Artificial Intelligence & Embedded Technology)
5. กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture & High Value Services) (Matana, 2018)

ทั้ง 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย จะเป็นแพลตฟอร์มในการสร้าง “New Startups” ขึ้น อาทิเช่น เทคโนโลยีการเกษตร (Agritech) เทคโนโลยีอาหาร (Foodtech) ในกลุ่มที่ 1

เทคโนโลยีสุขภาพ (Healthtech) เทคโนโลยีการแพทย์ (Meditech) สปา ในกลุ่มที่ 2 เทคโนโลยีหุ่นยนต์ (Robotech) ในกลุ่มที่ 3

เทคโนโลยีด้านการเงิน (Fintech) อุปกรณ์เชื่อมต่อออนไลน์โดยไม่ต้องใช้คน (IoT) เทคโนโลยีการศึกษา (Edtech) อี-มาร์เก็ตเพลส (E-Marketplace) อี-คอมเมิร์ซ (E-Commerce) ในกลุ่มที่ 4 เทคโนโลยีการออกแบบ (Designtech) ธุรกิจไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Business) เทคโนโลยีการท่องเที่ยว (Traveltech) การเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ (Service Enhancing) ในกลุ่มที่ 5 (ศศิมา, 2018)

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาคูณลักษณะปัจจัยความสำเร็จและอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์การแบ่งปัน เศรษฐกิจ (Sharing Economy) ในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลที่ผู้ประกอบการเริ่มต้นใหม่ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาคูณลักษณะ ปัจจัยความสำเร็จ และอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์การแบ่งปันเศรษฐกิจ (Sharing Economy) ในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลที่ผู้ประกอบการเริ่มต้นใหม่ในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของรูปแบบกลยุทธ์การแบ่งปันเศรษฐกิจ (Sharing Economy) ในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลที่ผู้ประกอบการเริ่มต้นใหม่ในประเทศไทย

3. เพื่อศึกษาปัจจัยอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์การแบ่งปันเศรษฐกิจ (Sharing Economy) ในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลที่ผู้ประกอบการเริ่มต้นใหม่ในประเทศไทย

#### 3.1 รูปแบบการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการวิธีการศึกษาค้นคว้าที่เกิดจากเหตุการณ์และสภาพแวดล้อม โดยอธิบายตามความเป็นจริง เป็นข้อมูลเชิงคุณลักษณะ ใช้การแสดงความคิดเห็น วิพากษ์ และวิเคราะห์ข้อมูล (พิพิธน์ สิทธิศักดิ์, 2554)

#### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้คือผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมในประเทศไทย หน่วยงานภาครัฐบาล และมหาวิทยาลัยในประเทศไทยที่ส่งเสริมและให้การสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม

โดยมีวิธีการเชิญชวนผู้เข้าร่วมวิจัย (Recruitment process) โดยอาศัยการแนะนำของคนรู้จักจากของทั้งผู้วิจัยและถูกถูกวิจัย โดยใช้วิธีติดต่อโดยการโทรติดต่อขอเข้าไปสัมภาษณ์และเชิญให้มาร่วมการสนทนากลุ่ม

การเก็บข้อมูลจากตัวอย่างในงานวิจัยนี้ อ้างอิงกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sample) ด้วยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) (ธีระดา ภิญโญ, 2552)

มีกลุ่มตัวอย่างคือธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลในประเทศไทยจำนวน 7 ตัวอย่างที่มีเกณฑ์คุณสมบัติ ดังนี้

- i. เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการมุ่งเน้นนวัตกรรมดิจิทัลในการประกอบกิจการ
- ii. เป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงและมีความทะเยอทะยานมากกว่า โดยต้องการตอบสนองต่อ ตลาดใหญ่กว่าตลาดในท้องถิ่น
- iii. เป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการคาดหวังว่าจะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปทั่วโลกหรืออย่างน้อยก็ใน ระดับภูมิภาค

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้การศึกษาของงานวิจัยครั้งนี้มีสองเครื่องมือหลัก ดังนี้

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบโครงสร้าง (Structure Interview) โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 7 ตัวอย่าง โดยมีผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลในประเทศไทย 7 ตัวอย่าง โดยจะใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณ 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง

โดยในเครื่องมือนี้มีแนวคำถามในการสัมภาษณ์เกี่ยวข้องกับมุมมองต่อธุรกิจนวัตกรรม ได้แก่ ประสบการณ์ในฐานะผู้แบ่งปัน หรือช่วยเหลือหรือสนับสนุนทรัพยากรให้แก่ธุรกิจนวัตกรรมอื่น, ประสบการณ์ ในฐานะผู้รับการแบ่งปัน ผู้ได้รับความช่วยเหลือหรือการสนับสนุนทรัพยากรจากธุรกิจ นวัตกรรมอื่น, ปัจจัยผลักดันที่ช่วยกระตุ้น หรือสนับสนุนให้เกิดการแบ่งปันทรัพยากร (Sharing economy), อุปสรรคต่อการลดแรงจูงใจหรือลดแรงกระตุ้น หรือลดแรงสนับสนุนให้เกิดการแบ่งปันทรัพยากร (Sharing economy)

### 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้มีข้อมูล 2 ส่วนคือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform) ในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม โดยค้นคว้าจากบทความ นิตยสาร วารสาร สิ่งตีพิมพ์ รายงานประจำปี รายงานการประชุม รวมถึงข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง และ นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพมากที่สุด

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องบันทึกเสียงและการจดบันทึกและนำข้อมูล ที่ได้จากการศึกษา ไปวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพมากที่สุด

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยชิ้นนี้ได้ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Directed Content Analysis) คือการจัดข้อมูลให้เป็นระบบโดยใช้วิธีบรรยาย เชื่อมโยงกับสิ่งที่ศึกษา ทำการจัดประเภทข้อมูลสังเคราะห์ ค้นหาแบบแผนและ ตีความข้อมูลที่ผู้วิจัยได้รวบรวมมา เพื่อให้เข้าใจในความหมายถึงสิ่งที่กำลังศึกษา โดยขั้นตอนในการวิเคราะห์ ข้อมูลนั้นมีลักษณะไม่ตายตัว ซึ่งเมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องบันทึกเสียงและการจดบันทึกเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยก็จะทำการถอดความและบันทึกให้อยู่ในรูปแบบเอกสาร เพื่อทำการวิเคราะห์และอ่านข้อมูลต่างๆ อย่างละเอียด จากนั้นจัดกลุ่มคำตอบที่มีทิศทางคำตอบในทางเดียวกัน และทำการกำหนดรหัส หรือ coding ให้กับข้อมูลเพื่อสื่อถึงคำตอบต่างๆ ที่เป็นกลุ่มเดียวกัน ส่วนคำตอบที่ไม่เกี่ยวข้องนั้นจะนำมาพิจารณาภายหลัง เพื่อเพิ่มความถูกต้องของข้อมูล โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาประกอบและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Hsiu-Fang Hsieh, 2005)



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในบทนี้ จะอธิบายถึงผลการศึกษาจากการที่ได้เก็บข้อมูลมาด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) และการสนทนากลุ่ม (Focus group) ซึ่งรายละเอียดจะแยกตามแต่ละแนวทางดังต่อไปนี้

#### 4.1. ผลการศึกษาแนวทางที่ 5: Ecosystem and Sharing Economy

##### 4.1.1 ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews)

###### 4.1.1.1 Refinn (รีฟินน์)



ภาพที่ 11: โลโก้ธุรกิจ Refinn

#### A. การสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการ

I. มีการให้การสนับสนุนกันระหว่างกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลที่เป็นผู้เริ่มต้นขึ้นน้อย เนื่องจากความรู้ในการทำธุรกิจของภาคเอกชนยังมีไม่มาก และยังขาดแคลนทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจอยู่ ทำให้ต้องมุ่งเป้าหมายไปที่การอยู่รอดในการประกอบกิจการมากกว่า

II. การสนับสนุนส่วนใหญ่มาจากบริษัทที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีความสามารถในการสนับสนุนธุรกิจนวัตกรรมเริ่มต้น

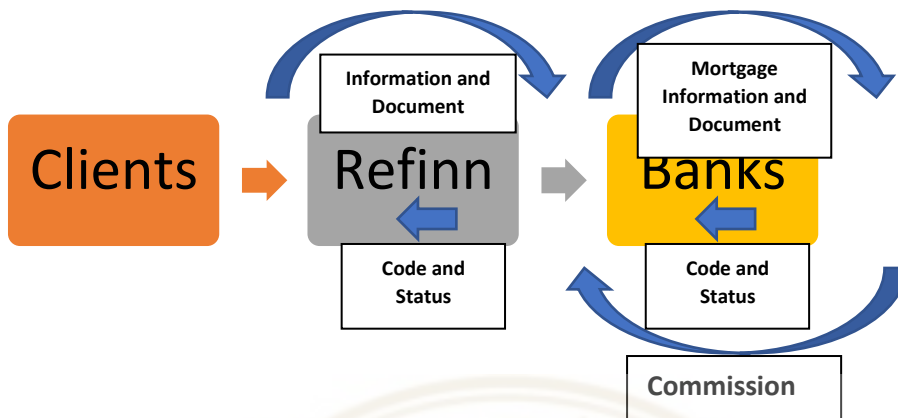
III. มีการแลกเปลี่ยนความรู้และให้คำปรึกษาในการดำเนินธุรกิจแก่รุ่นน้องที่ต้องการประกอบธุรกิจ

### B. ลักษณะของการดำเนินงานในปัจจุบัน

แพลตฟอร์มที่ช่วยในการทำ Refinance หรือการขอสินเชื่อบ้านใหม่เพื่อลดดอกเบี้ย ให้กับผู้ใช้ โดยเป็นตัวกลางประสานงานระหว่างธนาคารกับผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน ให้ผู้ใช้งานสามารถรับทราบข้อมูลจากแต่ละธนาคารและเปรียบเทียบ โปรโมชันเพื่อเลือกสินเชื่อที่พอใจที่สุด นอกจากนี้ Refinn ยังช่วยในการเตรียมเอกสารให้ง่ายขึ้น ลดขั้นตอนการดำเนินงาน และลดระยะเวลาในการขอสินเชื่อกับธนาคาร (จากเดิมเฉลี่ยใช้เวลาในการขอสินเชื่อ 118 วัน เมื่อใช้ Refinn เหลือ 31 วันโดยประมาณ) โดย Refinn เป็นคู่ค้ากับธนาคาร 15 แห่งภายในประเทศไทย และยังมีการใช้ระบบ AI รวมถึง Big data มาช่วยในการประเมินความเสี่ยงและเสนอ โปรแกรมที่เหมาะสมที่สุดให้กับผู้ใช้งานแต่ละคน

### C. ขั้นตอนในการดำเนินการ / การดำเนินงาน

ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น รีฟินน์ เป็นระบบบริการยื่นกู้รีไฟแนนซ์แบบออนไลน์ โดยมีบริษัทรีฟินน์ อินเทอร์เน็ต เนชั่นแนล คอทคอม จำกัด หรือ “รีฟินน์” ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการยื่นขอสินเชื่อระหว่างผู้ใช้บริการกับธนาคาร โดยรีฟินน์จะทำหน้าที่ตรงกลางโดยรับข้อมูลและความต้องการจากผู้ใช้บริการ จากนั้นทำการจับคู่กับข้อเสนอจากธนาคารโดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการกู้และความคุ้มค่าที่สุดแก่ผู้ใช้ รวมถึงคำนึงถึงความเสี่ยงที่ธนาคารจะต้องแบกรับและอัตราการกู้ผ่านของแต่ละธนาคารเพื่อตอบโจทย์ทั้งผู้ใช้บริการและธนาคารในคราวเดียว โดยสิ่งที่รีฟินน์จะได้คือค่าคอมมิชชั่นจากธนาคาร



ภาพที่ 12 : แผนภาพการดำเนินงานฝั่งบริษัทรีฟินน์ : [www.refinn.com](http://www.refinn.com): ออนไลน์

ขั้นตอนการดำเนินงานจากฝั่งผู้ใช้งาน (User Interface)

- ค้นหาโปรโมชั่นรีไฟแนนซ์ที่คุ้มค่าที่สุดจาก 15 ธนาคารชั้นนำ
- กรอกข้อมูลสมัครรีไฟแนนซ์ออนไลน์
- เตรียมเอกสารและลงลายมือชื่อ
- ส่งเอกสารให้รีฟินน์ดำเนินการ



ขั้นตอนการรีไฟแนนซ์กับ Refinn



1. ค้นหาโปรโมชั่นรีไฟแนนซ์ที่ดอกเบี้ยต่ำที่สุดจาก 15 ธนาคารชั้นนำ



2. กรอกข้อมูลสมัครรีไฟแนนซ์ออนไลน์



3. เตรียมเอกสารและลงลายมือชื่อ



4. ส่งเอกสารให้ Refinn ดำเนินการ

ภาพที่ 13: แผนภาพขั้นตอนการดำเนินงานฝั่งผู้ใช้งาน (User Interface): [www.refinn.com](http://www.refinn.com): ออนไลน์

#### D. ผลประโยชน์ / ข้อได้เปรียบที่ได้รับจากการดำเนินงาน

รีฟินน์ เป็นตัวกลางที่สามารถช่วยประมวลผลความคุ้มค่าและความเป็นไปได้ในการรีไฟแนนซ์ของผู้กู้ จากธนาคารทั้งหมด 15 ธนาคารชั้นนำในประเทศไทย โดยไม่คิดค่าบริการผู้กู้เงินแต่อย่างใด ซึ่งทำให้ผู้กู้ไม่จำเป็นต้องเสียเวลาในการเดินทางไปตามธนาคารต่างๆ เพื่อไล่ถามโปรโมชั่นในการรีไฟแนนซ์ รวมถึงไม่ต้องยื่นเอกสารโดยที่ไม่รู้ว่าจะมีโอกาสรีไฟแนนซ์สำเร็จหรือไม่ โดยรีฟินน์สามารถตอบโจทย์ต่างๆเหล่านี้ได้ทั้งหมด ทั้งการที่เป็นตัวกลางในการประมวลผลโปรโมชั่นจากธนาคารต่างๆและการประเมินความเป็นไปได้ในการกู้ผ่าน ทำให้เกิดความสะดวกและรวดเร็วต่อผู้กู้ เนื่องจากประหยัดเวลาในการค้นหาโปรโมชั่นและรู้ว่า รีไฟแนนซ์ที่ใดจึงจะมีความเสี่ยงในการรีไฟแนนซ์ไม่ผ่านน้อยที่สุด อีกทั้งยังช่วยประหยัดเวลาในเรื่องของขั้นตอนการดำเนินงานอีกด้วย เนื่องจากรีฟินน์จะช่วยเป็นตัวกลางคอยประสานงานให้กับธนาคารทำให้จากปกติการรีไฟแนนซ์ที่ใช้เวลานานเฉลี่ยถึง 118 วัน โดยรีฟินน์สามารถลดขั้นตอนให้เหลือเพียงเฉลี่ย 39 วันเท่านั้น โดยสิ่งทีรีฟินน์จะได้รับคือ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแพลตฟอร์มและค่าคอมมิชชั่นที่ได้จากธนาคารที่รับการรีไฟแนนซ์จากผู้กู้ ซึ่งตัวธนาคารเองก็ได้รับลูกค้าเพิ่มขึ้นอีกด้วย

#### E. ข้อจำกัด/อุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างธุรกิจ

I. ธนาคารบางครั้งไม่ปรับข้อมูลสินเชื่อให้เป็นปัจจุบันที่สุด หรือมีการปรับแต่เช้า ทำให้ข้อมูลสินเชื่อในแพลตฟอร์มของ Refinn และข้อมูลสินเชื่อปัจจุบันไม่ตรงกัน

II. ธนาคารขนาดเล็กและขนาดกลาง จะชอบที่เป็นคู่ค้ากับ Refinn แต่ ธนาคารขนาดใหญ่อาจไม่ชอบเป็นคู่ค้านักเนื่องจากประโยชน์ที่ธนาคารขนาดใหญ่ได้รับจาก Refinn น้อยกว่า

#### 4.1.1.2 SHIPPOP



ภาพที่ 14 : โลโก้ SHIPPOP , : ออนไลน์

#### A. การสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการ

- I. เป็น Partner กับ Logistic Start Up หลายเจ้า เช่น Lalamove, Skootar
- II. เป็น Partner กับ บริษัทประกัน(ไม่เอาชื่อบริษัท)

#### B. ลักษณะของการดำเนินงานในปัจจุบัน

SHIPPOP ก่อตั้งและบริหารงาน โดยคุณ โมชิ-สุทธิเกียรติ จันทรัชย์โรจน์ เป็นดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ให้บริการในรูปแบบของระบบบริการจองขนส่งออนไลน์ ให้ผู้ใช้งานสามารถใช้บริการขนส่งได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว สามารถเลือกจองขนส่งได้ตามที่ต้องการ อีกทั้งสามารถเปรียบเทียบราคาค่าจัดส่งสินค้า ชำระเงินออนไลน์ได้สะดวกผ่านบัตรเครดิตและบัตรเดบิต สามารถออกหมายเลขพัสดุ และพิมพ์ใบปะหน้าพัสดุได้จากระบบทันที รวมถึงการติดตามสถานะพัสดุได้ผ่านระบบอีกด้วย ทำให้สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายและวางแผนค่าขนส่งล่วงหน้าได้อย่างง่ายดาย นอกจากนี้ยังมีบริการรับของถึงบ้าน หรือไม่ต้องรับคิวเข้าแถว ส่งผลดีในการบริหารจัดการเวลาและช่วยลดต้นทุนในการเดินทาง

#### C. ขั้นตอนในการดำเนินการ / การดำเนินงาน

SHIPPOP ติดต่อกับ Partner กับธุรกิจให้บริการขนส่งต่างๆถึง 12 เจ้าด้วยกัน นำราคาค่าส่งของของแต่ละเจ้ามาทำเป็นตารางเปรียบเทียบให้ลูกค้าเลือก และเมื่อตัดสินใจเลือกได้ว่าจะส่งสินค้ากับผู้ให้บริการส่งของเจ้าไหน ก็เข้า Application หรือ Website ของ Shippop ทำการ Log In เข้าสู่ระบบ (ต้องทำการสมัครในครั้งแรก ซึ่งสามารถทำการเชื่อมต่อ

ข้อมูลจาก Facebook ได้) หลังจากนั้น กคของการส่ง พิมพ์น้ำหนักของที่จะส่ง ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทร ผู้ส่งและผู้รับ แล้วกด Print ใบที่ได้รับหลังจากกรอกข้อมูลมาและระบบได้สร้าง Bar Code ไว้ นำไปแปะด้านบนของกล่องพัสดุ ต่อจากนั้นนำกล่องนี้ไปส่งที่ไปรษณีย์ไทย หรือร้านของผู้ให้บริการขนส่งที่ร่วมรายการ หรือ เรียกให้คนส่งสินค้ามารับสินค้าไปก็ได้เช่นกัน เป็นอันจบขั้นตอนส่งสินค้า สามารถติดตามสถานะของพัสดุได้ว่าอยู่ในขั้นตอนไหนผ่านทาง Website ของ Shippop

#### D. ผลประโยชน์ / ข้อได้เปรียบที่ได้รับจากการดำเนินงาน

Shippop ใช้การติดต่อเป็น Partner กับธุรกิจขนส่งสินค้าขนาดเล็ก-กลาง และใช้เทคโนโลยี Online Application มาช่วยในการจัดการการขนส่งให้ผู้ให้บริการสามารถทำการส่งของได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ลดขั้นตอนเช่นการรอคิวที่ไปรษณีย์หรือการเขียนจ่าหน้ากล่อง นอกจากนี้ราคาเมื่อใช้บริการผ่าน Shippop ยังถูกกว่าใช้บริการไปรษณีย์โดยตรง สามารถติดตามสถานะการขนส่งปัจจุบันของ พัสดุได้ตลอดเวลา และสามารถเปรียบเทียบราคาของบริการขนส่งแต่ละเจ้าได้ ทำให้มีผู้ใช้บริการ Shippop เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ ผู้ดำเนินธุรกิจขายของออนไลน์ที่ต้องมีการส่งของอยู่เป็นประจำก็จะมีอัตราการใช้งานที่สูง

#### E. ข้อจำกัด/อุปสรรคในการดำเนินงานระหว่างผู้ประกอบการ

I. การบริหารจัดการ Partner เนื่องจากผลประโยชน์ที่ทับซ้อน หรือมีการได้เปรียบเสียเปรียบไม่เท่า

#### F. ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

- I. ต้องการให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ต้องสร้างสรรค์ กล้าที่จะทำสิ่งใหม่
- II. Fail Fast, Fail Cheap, Fail Forward ล้มให้เร็ว ล้มอย่างถูกที่สุด และมองไปข้างหน้า
- III. เข้าร่วมเวทีต่างๆ ให้มากที่สุด เพื่อเป็นการพัฒนาธุรกิจ และพบเจอสังคมนักประกอบการด้วยกัน
- IV. ต้องเข้าใจลูกค้า ศึกษาลูกค้าให้รู้จริงว่าเขาต้องการอะไร

#### 4.1.1.3 QueQ



ภาพที่ 15: โลโก้ QueQ: ออนไลน์

#### A. การสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการ

- I. เป็น partner กับธุรกิจร้านอาหารที่ต้องมีการรอคิวเพื่อเข้าร้าน
- II. ยังไม่มีการช่วยเหลือกันระหว่างผู้ประกอบการ

#### B. ลักษณะของการดำเนินงานในปัจจุบัน

QueQ คือ Application ที่ช่วยจัดการระบบรอคิวของธุรกิจต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ธนาคาร โรงพยาบาล และสถานบริการอื่นๆอีกมากมาย โดยสามารถจองคิวได้ตั้งแต่ยังอยู่บนรถ หรือ ระหว่างเดินทางไปที่ร้านนั้น ๆ ในรัศมี 1 กิโลเมตร เจอร้านถูกใจเมื่อไร จองคิวได้ทันที นอกจากนี้ยังเช็คได้ว่ามีกี่คิวก่อนหน้าก็คิว และต้องรอประมาณกี่นาที ระหว่างรอก็ไม่ต้องเสียเวลาไปนั่งรอคิวตัวเองอยู่หน้าร้าน ใกล้เคียงคิวตัวเองเมื่อไร แอปพลิเคชันจะแจ้งเตือนให้ผู้ใช้บริการไปรับคิวเอง ก่อตั้งขึ้นโดย คุณรังสรรค์ พรหมประสิทธิ์ หรือคุณโจ

#### C. ขั้นตอนในการดำเนินการ / การดำเนินงาน

การพัฒนา Application ให้ตอบโจทย์การใช้งาน โดย QueQ เป็นธุรกิจประเภท B2B2C หรือการติดต่อทำธุรกิจกับภาคธุรกิจด้วยกัน แต่ตอบโจทย์ช่วยเหลืออำนวยความสะดวกสบายให้ลูกค้าของธุรกิจนั้นๆอีกที ดังนั้นจึงต้องมีการติดต่อหาลูกค้าที่เป็นภาคธุรกิจ

ต่างๆเป็นหลัก ช่องทางรายได้หลักของ QueQ เป็นรูปแบบ Monthly Fee ซึ่งได้จากธุรกิจต่างๆ เช่น ร้านอาหาร โรงพยาบาล ฯลฯ ในอนาคตมีแผนที่จะเพิ่มในส่วนของ Advertising QueQ มีแผนการขยายตลาด ไปสู่ลูกค้าที่เป็นกลุ่มธุรกิจบริการอื่นๆ มากขึ้น ปัจจุบัน QueQ เป็น Application ที่ให้บริการ Queing Solution มาช่วยแก้ปัญหาการรอต่อคิวของลูกค้า เป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย มีแผนที่จะขยายธุรกิจออกไปในหลายๆประเทศ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้าน CLMV ด้วย

#### D. ผลประโยชน์ / ข้อได้เปรียบที่ได้รับจากการดำเนินงาน

คุณโจกล่าวไว้ว่า ข้อได้เปรียบที่ชัดเจนที่สุดของ QueQ คือ การตั้งโจทย์ได้ถูกต้องก่อนคนอื่น และยึดตลาดนั้นๆไปแล้ว เพราะเอกลักษณ์ของธุรกิจประเภท Start Up คือการขยายฐานตลาดและสร้างความคุ้นเคยกับลูกค้า ถ้าลูกค้าเคยชิน คุ้นเคยกับบริการตัวไหน ก็มีแนวโน้มที่จะใช้บริการกับ platform ที่ตนคุ้นเคยก่อน QueQ จึงได้เปรียบในแง่ที่ทำก่อนและทำได้ดี ติดตลาดไปแล้ว

#### E. ข้อจำกัด/อุปสรรคในการดำเนินงานระหว่างผู้ประกอบการ

I. Start Up ในประเทศไทยมีหลายเจ้า แต่แต่ละเจ้ายังขาดความแข็งแกร่ง ยังไม่สามารถเลี้ยงดูตนเองได้อย่างสมบูรณ์ทำให้การช่วยเหลือกันไม่มากเท่าที่ควร

II. จากสถิติปัจจุบัน มีธุรกิจที่เกิดขึ้นแล้วหลุดมาเป็น Start Up ที่ทำเงินได้จริงเพียง 3% ซึ่งถือว่าเป็นอัตราส่วนที่น้อยมาก

#### F. ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

I. นักธุรกิจของไทยมักจะมีเป้าหมายเพียงตลาดในประเทศไทย ซึ่งในปัจจุบันเรียกได้ว่า ตลาด Online Application นั้นอิ่มตัวไปแล้ว คนมี Application ใช้งานเพียงพอที่จำเป็นเท่านั้น จึงควรขยายวิสัยทัศน์ให้ออกไปต่างประเทศ หรือการคิดแบบ Global Mindset ตั้งแต่ก่อตั้งธุรกิจ

II. ควรมีสถานที่สำหรับเชื่อมโยงผู้ประกอบการให้ได้พบเจอ พูดคุย ทำงานร่วมกันเพื่อแลกเปลี่ยนทรัพยากรกันให้มากขึ้น



#### 4.1.1.4. LILUNA



ภาพที่ 16: โลโก้ LILUNA: ออนไลน์

##### A. การสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการ

- I. มีการสนับสนุนจากองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่โดยการเข้ามาลงทุนในบริษัท
- II. มีการสนับสนุนเล็กน้อยจากทางผู้ประกอบการเริ่มต้นด้วยกัน เช่น ข้อมูลในการขอทุนสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน
- III. มีการใช้ทรัพยากรร่วมกันกับธุรกิจอื่นเช่น สถานที่ทำงาน เซิร์ฟเวอร์

##### B. ลักษณะของการดำเนินงานในปัจจุบัน

Liluna เป็นแอปพลิเคชัน platformที่เป็นตัวกลางของการสื่อสารระหว่างคนขับและคนโดยสารที่อยากแชร์รถร่วมกัน โดยที่ Liluna จะเป็นสื่อกลางในการประสานงานระหว่าง ผู้ที่ต้องการใช้รถและผู้ที่ขับชี้รถให้มาเจอกัน

##### C. ขั้นตอนในการดำเนินการ / การดำเนินงาน

ทีมงานของ Liluna พัฒนาแอปพลิเคชันอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ยังพยายามติดต่อกับบริษัทต่างๆ หรือ Event ต่างๆเพื่อเอาธุรกิจไปนำเสนอ เช่นงาน วัง คอนเสิร์ต เป็นต้น โดยเน้นจุดขายว่า ทางเดียวกัน ไปด้วยกัน โดยมีขั้นตอนดังนี้

### ฝั่งคนโดยสาร

- ผู้ใช้งานโหลดแอปพลิเคชัน Liluna
- ล็อกอินผ่าน Facebook หรือลงทะเบียน
- เริ่มต้นใช้งานโดยการค้นหาเส้นทาง ปลายทาง และวันเวลาที่ต้องการ
- เลือกเส้นทางและขอร่วมเดินทาง
- รอการตอบรับจากเจ้าของรถ
- เมื่อเจ้าของรถตอบรับ สามารถแชท หรือโทรสอบถามเพิ่มเติมได้
- มีการให้คะแนนผู้ขับขี่ได้

### ฝั่งผู้ขับรถ

- เพิ่มเส้นทาง กรอกรายละเอียดต่างๆ
- ระบุจำนวนที่นั่งที่รับได้ กำหนดราคา แล้วกดรับคน
- รอให้มีการติดต่อขอเดินทางด้วย
- ติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม
- เดินทางตามวันเวลาที่ระบุไว้
- รับเงินจากการเดินทาง

### **D. ผลประโยชน์ / ข้อได้เปรียบที่ได้รับจากการดำเนินงาน**

ในปัจจุบัน Liluna ยังไม่ได้คิดในเรื่องของ Revenue Model เนื่องจากตอนนี้ เป็นแอปพลิเคชันที่สามารถให้บริการได้ฟรี แต่ในอนาคตเมื่อแอปเป็นที่นิยมมากขึ้น จะใช้ โมเดลรายได้ที่มาจาก การโฆษณา หรือการทำ CSR กับองค์กรต่างๆ ที่อยากใช้ Carpool โดยที่คนใช้งานจะต้องไม่ได้รับผลกระทบ จุดแตกต่างจากบริการรถอื่นๆ เช่น Grab Get หรือ Uber คือ ราคาที่ลูกค้าจ่าย เกิดจากคนขับเป็นผู้ประเมินด้วยตัวเอง ไม่มีค่าธรรมเนียมหรือ ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ถ้าผู้โดยสารเห็นว่าราคาสมเหตุสมผลก็สามารถยอมรับและนั่งไปด้วยกันได้ โดยที่ราคาประหยัดลง มีประโยชน์กับทั้งผู้โดยสารและเจ้าของรถ

### **E. ข้อจำกัด/อุปสรรคในการดำเนินงานระหว่างผู้ประกอบการ**

I. การช่วยเหลือกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลยังจำกัดอยู่ในวงจำกัด

II. ขาดคนที่คอยติดต่อประสานงานระหว่างองค์กรเพื่อให้เกิดความร่วมมือกัน

III. ไม่กล้าที่จะพูดคุยเรื่อง idea ใหม่ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม ดิจิทัลด้วยกันเนื่องจากกลัวการ โคนกัลดอก idea นั้น

#### F. ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

I. ควรสร้างแนวคิดที่จะมีการช่วยเหลือกันระหว่างภาคเอกชนมากขึ้นเพื่อที่จะ พัฒนาองค์ความรู้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมให้มากขึ้น

II. ควรมีการสร้าง Network ที่เชื่อมโยงให้ธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลได้พบเจอ พูดคุย ทำงานร่วมกัน แบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน

#### 4.1.1.5. OOCA



ภาพที่ 17: โลโก้ OOCA: ออนไลน์

#### A. การสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการ

I. มีการสนับสนุนเล็กน้อยในเรื่องของข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ อาทิเช่น การหาทุนในการทำธุรกิจ มีการช่วยประสานงานเพื่อให้ได้เข้าถึงแหล่งเงินทุน แต่จะมีการสนับสนุนก็ต่อเมื่อมีความสัมพันธ์กัน โดยที่ยังไม่มีการช่วยเหลือเป็นวงกว้าง

II. ยังไม่มีการได้รับการสนับสนุนด้านทรัพยากรจากผู้ประกอบการธุรกิจ นวัตกรรมดิจิทัล

## B. ลักษณะของการดำเนินงานในปัจจุบัน

OOCA คือ ธุรกิจดิจิทัลเกี่ยวกับสุขภาพ โดยมีความแตกต่างจากธุรกิจสุขภาพจิตอื่นที่ต้องเข้าพบหมอในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ แต่ที่ OOCA จะมีการสร้างแพลตฟอร์ม เพื่อให้หมอและผู้ที่ต้องการปรึกษาคิดต่อกันผ่านระบบออนไลน์ได้ทุกที่ทุกเวลา

## C. ขั้นตอนในการดำเนินการ / การดำเนินงาน

OOCAมีการดำเนินธุรกิจผ่านทางระบบออนไลน์โดยมีรายได้จากการที่มีคนเข้ามาใช้ระบบโดยเก็บเงินจากค่าให้คำปรึกษา โดยมี 2 รูปแบบคือ แบบ business to business และ business to customer โดยจะแยกวิธีการเก็บเงินโดย business to business จะเก็บเงินตามจำนวนผู้ใช้ของระบบ และ business to customer จะเก็บเงินเป็นรายชั่วโมงที่ให้คำปรึกษา

## D. ผลประโยชน์ / ข้อได้เปรียบที่ได้รับจากการดำเนินงาน

เป็นดิจิทัลแพลตฟอร์มที่สามารถให้คำปรึกษาด้านจิตวิทยาได้ทุกที่ผ่านระบบออนไลน์ทำให้ไม่จำเป็นต้องที่สถานที่เพื่อดำเนินงาน เหมือนบริษัทให้บริการด้านสุขภาพจิตอื่น และในตลาดยังไม่มีธุรกิจประเภทนี้มากนักที่ใช้ระบบดิจิทัลเข้ามาช่วย

## E. ข้อจำกัด/อุปสรรคในการดำเนินงานระหว่างผู้ประกอบการ

I. มีการลอกเลียนแบบความคิด ทำให้ไม่สามารถแลกเปลี่ยนแนวทางในการดำเนินธุรกิจได้

II. ข้อมูลด้านช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนยังมีน้อย

## F. ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

I. ควรมีการร่วมตัวกันและต้องมีผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น การรวมตัวกันเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองกับหน่วยงานอื่น

#### 4.1.1.6. DO IN THAI



ภาพที่ 17: โลโก้ DO IN THAI , 2019: ออนไลน์

##### A. การสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการ

- I. มีการสนับสนุนในเรื่องของการร่วมมือกันวิจัยนวัตกรรมเชิงลึก
- II. มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ประกอบการเฉพาะกลุ่ม
- III. มีการลงทุนในธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลรายอื่น

##### B. ลักษณะของการดำเนินงานในปัจจุบัน

DO IN THAI เป็นธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสังคมที่มีจุดมุ่งหมายในการแก้ไขปัญหาสังคมต่าง ๆ แต่มีวิธีหารายได้ สร้างกำไร และทำการตลาดต่างจากธุรกิจทั่วไป เป็นธุรกิจที่รวมข้อดีของภาคธุรกิจและภาคสังคมเข้ารวมกัน

##### C. ขั้นตอนในการดำเนินการ / การดำเนินงาน

DO IN THAI มีการดำเนินธุรกิจผ่านการลงพื้นที่ศึกษาหาปัญหาจากแหล่งสังคมในประเทศไทย นำปัญหาเหล่านั้นมาคัดกรองคัดแยกจัดกลุ่ม เพื่อทำการวิจัยเพื่อแก้ปัญหาสังคมนั้นโดยการใช้เทคโนโลยี และนำเทคโนโลยีนั้นไปใช้เพื่อแก้ปัญหาที่พบ

#### D. ผลประโยชน์ / ข้อได้เปรียบที่ได้รับจากการดำเนินงาน

DO IN THAI มีวัฒนธรรมองค์กรที่มีความรวดเร็วมีการช่วยเหลือกัน มีเทคโนโลยีเชิงลึก ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ และมีผู้เชี่ยวชาญที่หลากหลายภายในบริษัท

#### E. ข้อจำกัด/อุปสรรคในการดำเนินงานระหว่างผู้ประกอบการ

I. ความไม่ไว้วางใจกันทำให้กลัวที่จะเกิดการลอกเลียนแบบงานกัน

II. ไม่มีสถานที่ที่ทำให้ผู้ประกอบการมาพบกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกัน

และกัน

#### F. ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ

I. ควรมีจุดศูนย์รวมที่ไม่ใช่จากภาครัฐบาล เพื่อรวมสนับสนุนกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลให้เข้ามารวมกัน เพื่อเป็นที่รวบรวมปัญหาเพื่อทำการจับคู่ธุรกิจนวัตกรรมที่สามารถแก้ปัญหาเหล่านั้นได้ หรือทำการร่วมมือกันวิจัยเพื่อแก้ปัญหานั้น

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบโครงสร้าง (Structure Interview) และวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสามคือ

1. ธุรกิจนวัตกรรมในประเทศไทยจำนวน 16 ตัวอย่าง
2. หน่วยงานภาครัฐบาลไทย 3 ตัวอย่าง
3. มหาวิทยาลัยในไทยที่สนับสนุนธุรกิจนวัตกรรมจำนวนอย่างละ 7 ตัวอย่าง

จากนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Directed Content Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และนำเสนอข้อมูลออกมาในรูปแบบตารางเปรียบเทียบ ประกอบคำบรรยาย เพื่อนำผลวิจัยมาอ้างอิงแผนสำหรับการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมต่อไป

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ตารางที่ 5.1 ลักษณะของธุรกิจ สิ่งที่ทำหายและลักษณะการแบ่งปันในการดำเนินธุรกิจ

ตัวอย่าง	ลักษณะของธุรกิจ	สิ่งที่ทำหาย	ลักษณะการแบ่งปัน
บริษัท REFINN	คนกลางเพื่อช่วยรีไฟแนน โดยใช้ platform เป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจ	- การประสานงานระหว่างบริษัทกับธนาคาร - การปรับปรุงข้อมูลของสินเชื่อบริษัทให้ตรงกับปัจจุบัน	Gift-Giving

ตารางที่ 5.1 ลักษณะของธุรกิจ สิ่งที่ทำขายและลักษณะการแบ่งปันในการดำเนินธุรกิจ (ต่อ)

ตัวอย่าง	ลักษณะของธุรกิจ	สิ่งที่ทำขาย	ลักษณะการแบ่งปัน
บริษัท SHIPPOP	ธุรกิจการขนส่งสินค้าโดยใช้ platform เป็นตัวกลางในการให้บริการ	- การบริหารจัดการ คู่ค้าที่มีหลากหลาย เพื่อให้บริการมี คุณภาพดี	Professional Sharing
บริษัท QueQ	ธุรกิจจองคิวของธุรกิจที่มีการต่อคิวโดยใช้ platform เป็นตัวกลางในการติดต่อระหว่างลูกค้ากับธุรกิจที่ต้องต่อคิว	- การสร้าง platform ให้ลูกค้าใช้งานง่าย - การประสานงาน เพื่อเป็นคู่ค้าของ ธุรกิจที่มีการต่อคิว	Commercial Sharing
บริษัท LILUNA	ธุรกิจการแบ่งปันการใช้รถร่วมกันเพื่อไปในสถานที่เดียวกันโดยใช้ระบบ platform เป็นตัวกลางในการให้บริการ	- การประสานงาน ระหว่างองค์กร เพื่อให้เกิดความ ร่วมมือกัน	Non-Comercial Sharing
บริษัท OOCA	ธุรกิจให้คำปรึกษาด้านจิตวิทยาที่ใช้ platform เป็นตัวกลางในการให้บริการระหว่างหมอกับผู้ต้องการคำปรึกษา	- การหาแหล่ง ทรัพยากรเงินทุนใน การดำเนินธุรกิจ - การรักษาคุณภาพ การให้บริการให้ เป็นไปตาม มาตรฐาน	Professional Sharing



**ตารางที่ 5.1 ลักษณะของธุรกิจ สิ่งที่ทำทนายและลักษณะการแบ่งปันในการดำเนินธุรกิจ (ต่อ)**

ตัวอย่าง	ลักษณะของธุรกิจ	สิ่งที่ทำทนาย	ลักษณะการแบ่งปัน
บริษัท DO IN THAI	ธุรกิจพัฒนาแหล่งชุมชน โดยใช้ application เพื่อช่วยในการดำเนินงาน	- การประสานงานกับหน่วยงานรัฐเพื่อเข้าไปช่วยเหลือแหล่งชุมชน - การสร้างความเชื่อใจกับคนในชุมชน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างเรียบร้อย	Public-sharing Service

**5.1.2 ปัจจัยความสำเร็จของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform)**

จากการศึกษาทั้งจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิพบว่ารูปแบบการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จดังตารางที่ 5.1

**ตารางที่ 5.2 สรุปปัจจัยความสำเร็จของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ**

ปัจจัยความสำเร็จ	คำอธิบาย
ลดค่าใช้จ่าย	เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลที่เป็นผู้ประกอบการเริ่มต้นใหม่นั้นยังไม่รายได้ที่มั่นคงทำให้การลดค่าใช้จ่ายเป็นการรักษาความมั่นคงของบริษัทได้
ต้องการแบ่งปัน	ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมมีการให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการรายอื่นตามความรู้ความสามารถที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญ
แลกเปลี่ยนองค์ความรู้	เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ในด้านการทำธุรกิจและทำให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างภาคธุรกิจ

## ตารางที่ 5.2 สรุปปัจจัยความสำเร็จของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (ต่อ)

ปัจจัยความสำเร็จ	คำอธิบาย
ได้ประโยชน์จากความร่วมมือ	ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมมีการทำธุรกิจร่วมกันกับธุรกิจนวัตกรรมอื่นที่มีสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการซึ่งกันและกันได้ เช่น บริการแชร์รถอาจจะทำการร่วมมือกับบริการจองคิวทำให้เกิดการกำหนดแผนการเดินทางร่วมกัน

### 5.1.3 อุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform)

จากการศึกษาทั้งจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิพบว่ารูปแบบการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่เป็นอุปสรรคดังตารางที่ 5.3

## ตารางที่ 5.3 สรุปอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ

อุปสรรค	คำอธิบาย
กลัวเสียผลประโยชน์	ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมกลัวว่าหากมีการร่วมมือหรือแบ่งปันกันจะทำให้เสียประโยชน์มากกว่าได้ประโยชน์กลัวว่าจะเสียส่วนแบ่งการตลาดไปและธุรกิจบางอย่างที่มีความคล้ายกัน จึงมองเป็นคู่แข่งมากกว่าพันธมิตร
โอกาสพบผู้ประกอบการรายอื่นน้อย	โอกาสที่ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมจะได้พบปะคนที่ตรงความต้องการของกันและกันมีน้อย และในบางครั้งไม่รู้ว่าจะไปหาคนที่ต้องการได้อย่างไร
การลอกเลียนแบบสินค้า	การร่วมมือกันนำไปสู่การลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์และบริการขาดกระบวนการในการป้องกันการลอกเลียนแบบ
ไม่มีกระบวนการที่ทำให้เกิดความร่วมมือ	ไม่มีคนกลางที่คอยดูแล เชื่อมต่อและจับคู่ความต้องการ
การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง	มีการแบ่งปันข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมในวงแคบเฉพาะในกลุ่มของคนที่ยู้อักกัน

### ตารางที่ 5.3 สรุปอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (ต่อ)

ขาดการแบ่งปันแหล่งทรัพยากร	ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมเข้าไม่ถึงแหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์  ต่อการวางแผนธุรกิจ ได้แก่ข้อมูลด้านการตลาด, งานวิจัย, ข้อมูลภาคอุตสาหกรรม, แหล่งทุน และข้อมูลมีความล้ำหลัง
----------------------------	--

#### 5.1.4 การสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม (Innovation driven enterprise, IDE)

จากการศึกษาทั้งจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิพบว่ารูปแบบการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดังตารางที่ 5.1

#### ตารางที่ 5.4 สรุปการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม

	ใช้ทรัพยากรร่วมกัน	ให้คำปรึกษา	ทำธุรกิจร่วมกัน	แลกเปลี่ยนความรู้	แนะนำสินค้าและบริการ
บริษัท REFINN		✓		✓	
บริษัท SHIPPOP			✓	✓	✓
บริษัท QueQ				✓	
บริษัท LILUNA	✓	✓		✓	✓
บริษัท OOCA				✓	
บริษัท DO IN THAI		✓	✓	✓	

จากตารางที่ 5.1 สรุปการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม ดิจิทัลมี 5 รูปแบบคือ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลมีการร่วมแบ่งปันทรัพยากรและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรนั้นร่วมกัน
2. ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลที่มีความรู้เฉพาะด้านเป็นที่ปรึกษาให้ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมอื่น ๆ ตามความรู้ความสามารถที่ตัวเองเชี่ยวชาญ
3. เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ในด้านการทำธุรกิจ และทำให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม
4. มีการทำธุรกิจร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม โดยทั้งคู่มีที่ลี้ภัยตอบสนองความต้องการซึ่งกันและกัน และได้ประโยชน์กันทั้งคู่
5. ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมรายอื่น โดยการช่วยแนะนำสินค้าของผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมรายนั้นให้ลูกค้าของตน

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

### 5.2.1 การสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม

จากผลการวิจัยในเรื่องการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมจะเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมของประเทศไทยมีการสนับสนุนระหว่างกันที่สอดคล้องกับประเภทของการแบ่งปันโดยทั่วไป (Categorization of Sharing Practices) อยู่ 3 รูปแบบคือ

1. การแบ่งปันที่หวังผลทางการค้า (Commercial Sharing) โดยใช้เงินทุนหรือทรัพยากรที่มีเข้าไปลงทุนหรือช่วยเหลือบริษัทอื่น ที่มองเห็นศักยภาพ มีโอกาสเติบโตสูง และสามารถสร้างผลประโยชน์ทางธุรกิจให้กับตนเองได้ในอนาคต ได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมรายใหญ่เข้าไปลงทุนในรายเล็ก โดยเลือกธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับตนเอง การให้การสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมรายอื่น โดยการช่วยแนะนำหรือขายสินค้าและบริการพ่วงไปกับสินค้าและบริการของตนเอง นำสินค้ามาฝากขายที่เว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์ของตน เพื่อให้เว็บไซต์มีสินค้าหลากหลายดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อของผ่านเว็บไซต์นี้ แนะนำสินค้าของผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมราย

นั้นๆ ให้ลูกค้าของตน โดยคาดหวังให้ผู้ประกอบการรายอื่นแนะนำสินค้าตัวเองให้กับลูกค้าของเขาเช่นกัน

2. การให้เปล่า (Gift-Giving) เป็นการแบ่งปันด้วยความเต็มใจ ไม่หวังผลประโยชน์ทางการค้า แต่ได้ความสุขในการแบ่งปันได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่มีความรู้เฉพาะด้านเป็นที่ปรึกษาให้ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมอื่น ๆ ตามความรู้ความสามารถที่ตัวเองเชี่ยวชาญ หรือผู้ประกอบการรุ่นพี่ในศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ ที่มีประสบการณ์มากกว่า ก็มาช่วยเหลือ ให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการรุ่นน้องด้วยความเต็มใจ

3. การแบ่งปันเพื่อส่วนรวม (Public Sharing Service) เป็นการแบ่งปันที่หวังผลประโยชน์แก่ส่วนรวมเป็นหลักได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมทำตัวเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ในด้านการทำธุรกิจ และทำให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรม

### 5.2.2 ปัจจัยความสำเร็จของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform)

จากผลการวิจัยปัจจัยความสำเร็จของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจทั้งจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมิมีความใกล้เคียงกัน ปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจได้แก่ มีผลประโยชน์ร่วมกัน ความคาดหวังประโยชน์กับตัวเองในอนาคต ต้องการแบ่งปัน แลกเปลี่ยน และร่วมมือกับผู้ประกอบการรายอื่น เมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่าปัจจัยที่แท้จริงคือผลประโยชน์ที่ตนจะได้รับในรูปแบบของเงิน ความร่วมมือ การแลกเปลี่ยนข้อมูล และความสุขที่ได้รับ สอดคล้องกับแรงจูงใจในการใช้แพลตฟอร์มของ Peerby ซึ่งเป็นการแบ่งปันทรัพย์สินผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ประสบความสำเร็จคือการสร้างประโยชน์จากสิ่งที่มี ได้แก่การสร้างประโยชน์จากเงินทุน ความรู้ ข้อมูล หรือทรัพยากรที่ตนมี

### 5.2.3 อุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform)

จากผลวิจัยอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจทั้งจากข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมิมีความแตกต่างกันในบางเรื่อง อุปสรรคของรูปแบบกล

ยูทซ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจที่พบจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการอภิปรายกลุ่มได้พูดถึงประเด็นการกลัวเสียผลประโยชน์ การลอกเลียนแบบสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับการใช้แพลตฟอร์มของ Ecomodo ที่ไม่ประสบความสำเร็จ เพราะแรงจูงใจในการใช้แพลตฟอร์มของ Ecomodo ไม่ได้ทำให้ผู้ใช้ได้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่ จึงเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้แพลตฟอร์ม Ecomodo ต้องปิดตัวลงในที่สุด

นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกยังได้พูดถึงอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจได้แก่ โอกาสพบผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมรายอื่นน้อยหรืออยู่ในกลุ่มเฉพาะ การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ไม่มีกระบวนการที่ทำให้เกิดความร่วมมือ และขาดการแบ่งปันแหล่งทรัพยากร ซึ่งขัดแย้งกับข้อมูลทฤษฎีที่พบว่าในประเทศไทยมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางให้ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมได้มาพบกันเพื่อให้เกิดความร่วมมือ และการสนับสนุนซึ่งกันและกัน อีกทั้งหน่วยงานเหล่านี้เป็นหน่วยงานที่มีชื่อเสียงและมีการประชาสัมพันธ์ตามช่องทางและกิจกรรมต่าง ๆ ให้ทราบโดยทั่วไป

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากผลการวิจัยในเรื่องการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลจะเห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมในไทยยังไม่มี การสนับสนุนระหว่างกันมากเท่ากับต่างประเทศ แต่ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลจะได้รับการช่วยเหลือจากบริษัทเงินทุนและภาครัฐมากกว่า จะเป็นการดีหากมีการสร้างแรงจูงใจที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมมีการสนับสนุนกันมากขึ้น นอกจากผลประโยชน์ที่ตนจะได้รับจากการสนับสนุนผู้ประกอบการรายอื่นแล้ว อาจมีผลประโยชน์เพิ่มเติมจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้แก่ สิทธิประโยชน์ทางภาษี การเข้าถึงข้อมูล การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและทรัพยากร เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมมีความต้องการที่จะสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลด้วยกันเองเพื่อพัฒนาและผลักดันอุตสาหกรรมนวัตกรรมดิจิทัลของไทย

นอกจากนี้ในไทยมีเครือข่ายของผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมกระจายกันอยู่เป็นกลุ่มย่อยที่รู้จักกันเองภายในกลุ่มเท่านั้นซึ่งแต่ละกลุ่มก็มีการสนับสนุนและช่วยเหลือกันในเครือข่ายของตัวเอง หากมีหน่วยงานกลางหรือแพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform) ที่เกิดจากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคการศึกษา และผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่เข้ามาช่วยกำหนดนโยบาย วางโครงสร้าง และบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ รวบรวมเครือข่ายที่กระจายตัวให้เป็นหนึ่งเดียวกัน และทำให้การเข้าถึงหน่วยงานกลางหรือแพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform) มีความสะดวกสบายต่อผู้ใช้บริการ ก็จะทำให้การสนับสนุนและช่วยเหลือกันของผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมเข้มแข็งขึ้น เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล การไหลเวียนของแหล่งเงินทุน การเชื่อมโยงทรัพยากรในด้านต่าง ๆ ให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึง แบ่งปัน และใช้ร่วมกันได้

เมื่อมีแพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform) แล้วก็ต้องประชาสัมพันธ์ถึงบทบาทหน้าที่และประโยชน์ ที่จะได้รับหากผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมเข้ามาอยู่ในแพลตฟอร์มนี้ เพื่อให้เกิดเป็นเครือข่ายที่ใหญ่และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ดึงผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้อยู่แพลตฟอร์มที่ต้องการความช่วยเหลือให้เข้ามาใช้บริการ ดึงผู้ที่ต้องการประกอบกิจการธุรกิจดิจิทัลสายใหม่ให้สามารถเริ่มต้นธุรกิจได้ง่ายขึ้น และดึงผู้ประกอบการที่มีศักยภาพที่พร้อมจะสนับสนุนผู้ประกอบการรายอื่นให้เข้ามาในแพลตฟอร์มนี้ด้วย

### 5.3.2 ข้อจำกัดในการทำวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมายครอบคลุมผู้ประกอบการ, หน่วยงานภาครัฐ และภาคการศึกษาในกรุงเทพฯ และบางจังหวัดเท่านั้น
2. กลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลที่เป็นธุรกิจเริ่มต้นใหม่ เท่านั้น

### 5.3.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เพิ่มกลุ่มเป้าหมายให้กระจายตัวอย่างทั่วถึงในประเทศไทย

## บรรณานุกรม

- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 1 Laura Piscicelli, Geke D.S. Ludden, & Tim Cooper. (2018). What makes a sustainable business model successful? An empirical comparison of two peer-to-peer goods-sharing platforms. *Journal of Cleaner Production* 172, (2018), 4580-4591.
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 2 Lars Böckera, & Toon Meelenb. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions* 23, (2017), 28–39.
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 3 Manuel Trenz, Alexander Frey, & Daniel Veit. (2018). Disentangling the facets of sharing: A categorization of what we know and don't know about the Sharing Economy. *Internet Research*, Vol.28 Issue: 4, 888-925.
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 4 Zach W.Y. Lee, Tommy K.H. Chan, M.S. Balaji, & Alain Yee-Loong Chong. (2018). Why people participate in the sharing economy: an empirical investigation of Uber. *Internet Research*, Vol. 28 Issue: 3, 829-850.
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 5 Jing Zhang, & Eleanor Hamilton. (2009). A process model of small business owner-managers' learning in peer networks. *Education + Training*, Vol. 51 Issue: 8/9, 607-623.
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 6 Emanuela Scarmozzino, Vincenzo Corvello, & Michele Grimaldi. (2017). Entrepreneurial learning through online social networking in high-tech startups. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 23 Issue: 3, 406-425.
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 7 Ge Zhu, Kevin Kam Fung So, & Simon Hudson. (2017). Inside the sharing economy: Understanding consumer motivations behind the adoption of mobile applications. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 29 Issue: 9, 2218-2239.
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 8 Stephen Denning. (2014). An economy of access is opening for business: five strategies for success. *Strategy & Leadership*, Vol. 42 Issue: 4, 14-21.



## บรรณานุกรม (ต่อ)

- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 9 Yu-Shan Su, Zong-Xi Zheng, & Jin Chen. (2018). A multi-platform collaboration innovation ecosystem: the case of China. *Management Decision*, Vol. 56 Issue: 1, 125-142.
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 10 Chris J. Martin, Paul Upham, & Leslie Budd. (2015). Commercial orientation in grassroots social innovation: Insights from the sharing economy. *Ecological Economics* 118, (2015), 240–251.
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 11 กลุ่มประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ สำนักโฆษก. (2018). ศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนอย่างยั่งยืน วันศุกร์ที่ 28 กันยายน 2018, 13 มกราคม 2019.  
<http://www.thaigov.go.th/news/contents/details/15748>
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 12 เรวัต ต้นตยานนท์. (2018). เศรษฐกิจชีวภาพ กับประเทศไทย, 12 มกราคม 2019. <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/644993>
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 13 ไทยรัฐฉบับพิมพ์. (2017). "ประเทศไทย 4.0" สร้างเศรษฐกิจใหม่ ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง โมเดลเศรษฐกิจใหม่, 2 พ.ค. 2559  
<https://www.thairath.co.th/content/613903>
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 14 ศศิมา สุขสว่าง. (2018). ประเทศไทย 4.0 Thailand 4.0 คืออะไร , 20 ธันวาคม 2018. [sasimasuk.com/16901930/ประเทศไทย-40-thailand-40-คืออะไร](http://sasimasuk.com/16901930/ประเทศไทย-40-thailand-40-คืออะไร)
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 15 กรมยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ. (2018). แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ของสหภาพยุโรป, 15 มกราคม 2019.  
[http://www.mfa.go.th/europetouch/th/articles/8332/90642-แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจหมุนเวียน-\(Circular-Economy\).html](http://www.mfa.go.th/europetouch/th/articles/8332/90642-แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจหมุนเวียน-(Circular-Economy).html)
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 16 เพชร มโนปวิตร. (2018). Circular Economy ไม่ใช่ทางเลือกแต่คือทางรอด, 16 มกราคม 2019. <https://www.the101.world/circular-economy/>
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 17 ภัทรพร แยมละออ. (2018). เศรษฐกิจหมุนเวียน – โอกาสใหม่ของธุรกิจเพื่อความยั่งยืน, 15 มกราคม 2019. [http://www.salforest.com/blog/circular\\_economy](http://www.salforest.com/blog/circular_economy)
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 18 ดร.ทศ.ปฐพร ทวิธาประกิต. (2016). ทฤษฎีฐานความรู้ขององค์การ, 01 มกราคม 2019. <https://www.gotoknow.org/posts/600507>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 19 ธนาคารกรุงเทพ. (2016). รู้จักกับ Thailand 4.0 แบบเข้าใจง่าย อ่านรอบเดียว  
 ได้เป็นช่องเป็นฉาก!!!!, 16 ธันวาคม 2018.  
<https://www.bangkokbanksme.com/article/10053>
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 20 ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2016). Thailand 4.0: สร้างความเข้มแข็งจากภายใน  
 เชื่อมโยงเศรษฐกิจไทยสู่โลก, 03 มกราคม 2019.  
[https://web.facebook.com/drsuvitpage/posts/1396306724009387?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/drsuvitpage/posts/1396306724009387?_rdc=1&_rdr)
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 21 พิพิษณ์ สิทธิศักดิ์. (2011). หน่วยที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับงานวิจัย, 12  
 มกราคม 2019. <https://rforvcd.wordpress.com/ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับงานวิจัย/>
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 22 ชีระดา ภิญโญ. (2009). การเลือกกลุ่มตัวอย่าง, 12 มกราคม 2019.  
<http://teacher.ssr.u.ac.th/terada>
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 23 ธนาคารกรุงเทพ. (2016). รู้จักกับ Thailand 4.0 แบบเข้าใจง่าย อ่านรอบเดียว  
 ได้เป็นช่องเป็นฉาก!!!!, 16 มกราคม 2019.  
<https://www.bangkokbanksme.com/article/10053>
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 24 Matana Wiboonyasake. (2018). ความเหมือนและความแตกต่างระหว่าง  
 Industry 4.0 VS Thailand 4.0, 20 กุมภาพันธ์ 2019.  
<https://www.aware.co.th/thailand4-0/>
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 25 สมาคมหน่วยบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ไทย. About Us, 8 กุมภาพันธ์  
 2019. <http://www.thaibispa.or.th/th/about-us/>
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 26 Startup Thailand. About Us, 8 กุมภาพันธ์ 2019.  
<https://www.startupthailand.org/about-th/>
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 27 Launchpad and Investment Vehicle for Enterprises. แนะนำ LIVE  
 แพลตฟอร์มเพื่อการลงทุนในธุรกิจ Startup, 8 กุมภาพันธ์ 2019. [https://www.live-mkt.com/assets/pdf/Introduction\\_to\\_LIVE2.pdf](https://www.live-mkt.com/assets/pdf/Introduction_to_LIVE2.pdf)
- เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 28. Except Integrated Sustainability, 2015. Why Peerby Matters, 12 กุมภาพันธ์  
 2019.  
<https://filepicker.oneplanetcrowd.com/api/file/D2EG5i3SE6MWS9McN7pQ>.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 29 Tracy Curren, 2013. local libraries: a hub for sharing resources, 5 มีนาคม 2019. <https://player.slideplayer.com/14/4229477/>

เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 30 Mongkol Sarakham, 2015. ทฤษฎีนวัตกรรมแนวเครือข่ายเทคโนโลยี (the technology network theory of innovation), 6 มีนาคม 2019. <http://smongkol01.blogspot.com/2015/01/technology-network-theory-of-innovation.html>

เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 31 Hsieh, H.-F., & Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277–1288.

เอกสารอ้างอิงชิ้นที่ 32 Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, *Journal of Management* 17, 99-120.



## แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

เพื่อการวิจัยเรื่องการศึกษาคุณลักษณะปัจจัยความสำเร็จและอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform) ในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่มีผู้ประกอบการเริ่มต้นใหม่ในประเทศไทย

## คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีจุดประสงค์ของงานวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะปัจจัยความสำเร็จและอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform)

ในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่มีผู้ประกอบการเริ่มต้นใหม่ในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษา ปัจจัยความสำเร็จของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform) ในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่มีผู้ประกอบการเริ่มต้นใหม่ในประเทศไทย

3. เพื่อศึกษา ปัจจัยอุปสรรคของรูปแบบกลยุทธ์แพลตฟอร์มการแบ่งปันเชิงเศรษฐกิจ (Sharing Economy Platform) ในมิติของการสนับสนุนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมที่มีผู้ประกอบการเริ่มต้นใหม่ในประเทศไทย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้การสัมภาษณ์ทุกท่านที่ได้สละเวลาในการสัมภาษณ์และตอบคำถามจนครบทุกข้อ

ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลและความเห็นของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับอย่างเคร่งครัด ผลวิจัยที่ได้จากการศึกษาจะถูกนำมาใช้เชิงวิชาการเท่านั้น

## นิยามคำศัพท์

วิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprise - IDE) – ธุรกิจที่ผู้ประกอบการมุ่งเน้นนวัตกรรม เป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงและมีความทะเยอทะยานมากกว่า โดยต้องการตอบสนองต่อตลาดใหญ่กว่าตลาดในท้องถิ่นพวกเขาจะคาดหวังว่าจะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปทั่วโลกหรืออย่างน้อยก็ในระดับภูมิภาค

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้รับสารสัมภาษณ์

(กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ด้วยการอธิบาย)

#### 1. Refinn (รีฟินน์)

##### 1.1 ประวัติเบื้องต้น

###### 1.1.1 ชื่อ - นามสกุล

พงศธร ธนบดีภัทร

###### 1.1.2 การศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี บางมด คณะวิศวกรรมศาสตร์

###### 1.1.3 ที่ทำงานปัจจุบัน

Co-founder ของ Refinn

##### 1.2 ประวัติของธุรกิจ

###### 1.2.1 ธุรกิจของท่านเป็นธุรกิจประเภทใด

อยู่ในอุตสาหกรรมอะไร มีสินค้าหรือบริการอะไรบ้าง

คำตอบ : ธุรกิจฟินเทคด้านบริการรีไฟแนนซ์สินเชื่อบ้านอยู่ในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีการบริการ คือ ขอสินเชื่อบ้านใหม่ เพื่อลดดอกเบี้ยให้กับผู้ใช้โดยเป็นตัวกลางประสานงานระหว่างธนาคารกับผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน

1.2.2 ธุรกิจท่านมีจุดเริ่มต้นและประวัติความเป็นมาอย่างไร  
 คำตอบ : เริ่มต้นมาจากการประกวดและคว้ารางวัลชนะเลิศ  
 โครงการ Krungsri Uni Start up 2015 ในตอนนั้นผลงานที่คว้า  
 รางวัลชนะเลิศคือ การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ช่วยวางแผนการ  
 ลงทุนและตัวแทนการซื้อขายหน่วยลงทุนเพื่อวางแผนการเงิน  
 ก่อนเกษียณ หลังจากพัฒนาแอปพลิเคชัน ได้สักระยะและมี  
 ผู้ใช้งานจำนวนหนึ่ง พงศธรพบว่ามันยังไม่ตอบโจทย์ จนวันหนึ่ง  
 คุณพ่อซึ่งทำงานในธนาคารแห่งประเทศไทยได้กล่าวกับเขาว่า  
 “คนไทยที่ลงทุนมีแค่ 5-7% แต่คนไทยที่เป็นหนี้มีมากกว่า 90 %  
 นั่นคือที่มาที่ทำให้พงศธรกลับมาคิดว่าน่าจะหันมาทำอะไรที่ช่วย  
 ให้คนไทยได้ปลดหนี้ จึงเป็นจุดกำเนิดของ refinn

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอุปสรรคของธุรกิจ (กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ด้วยการอธิบาย)

2.1 อะไรที่ทำให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ

คำตอบ : เป็นแพลตฟอร์มที่ไม่มีใครทำมาก่อน และใช้เทคโนโลยี AI  
 และ Big Data เข้ามาช่วยในการประมวลผล

2.2 อุปสรรคที่ท่านพบมีอะไรบ้าง

คำตอบ : ธนาคารบางครั้งไม่ปรับข้อมูลสินเชื่อให้เป็นปัจจุบันที่สุด  
 หรือมีการปรับแต่ช้า ทำให้ข้อมูลสินเชื่อในแพลตฟอร์มของ Refinn  
 และข้อมูลสินเชื่อปัจจุบันไม่ตรงกัน

2.3

ท่านคิดว่าอะไรที่เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจของท่านมีความยั่งยืน  
 คำตอบ : ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อแพลตฟอร์มและความสัมพันธ์  
 กับทางธนาคาร เพราะเราสามารถหาลูกค้าให้กับทางธนาคาร และ  
 ธนาคารมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น

## 2. SHIPPOP

### 2.1 ประวัติเบื้องต้น

#### 2.1.1 ชื่อ - นามสกุล

สุทธิเกียรติ จันทรัชย์โรจน์

#### 2.1.2 ที่ทำงานปัจจุบัน

CEO ของ Shippop

### 2.2 ประวัติของธุรกิจ

#### 2.2.1 ธุรกิจของท่านเป็นธุรกิจประเภทใด

อยู่ในอุตสาหกรรมอะไร มีสินค้าหรือบริการอะไรบ้าง

คำตอบ : ธุรกิจเกี่ยวกับการขนส่ง บริการจองขนส่งออนไลน์

ให้ผู้ใช้งานสามารถใช้บริการขนส่งได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

#### 2.2.2 ธุรกิจท่านมีจุดเริ่มต้นและประวัติความเป็นมาอย่างไร

คำตอบ : เราเห็นปัญหาของธุรกิจโลจิสติกส์บ้านเราล้วนมีระบบ

COD ของตนเองอยู่แล้ว แต่เป็นแบบของใครของมัน ไม่สามารถ

ใช้งานร่วมกันได้ Pain Point ที่ตามมาจึงมีทั้งปัญหาที่ผู้ใช้บริการ

ไม่รู้เจ้าไหนถูกที่สุด ไม่ทราบพื้นที่การให้บริการ ไม่ทราบจุด

รับส่งสินค้า รูปแบบการติดตามสถานะจัดส่งที่แตกต่างกันของแต่ละ

เจ้า Shippop จึงเข้ามาสร้างระบบกลาง ดึงทุกแพลตฟอร์มเข้ามา

อยู่ด้วยกัน ให้ลูกค้าเป็นคนเลือกว่าจะใช้บริการของใคร โดยเราจะ

มีบริการเปรียบเทียบราคาให้



**ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอุปสรรคของธุรกิจ**  
(กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ด้วยการอธิบาย)

2.1 อะไรที่ทำให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ

คำตอบ : ผู้ใช้งานสามารถใช้บริการขนส่งได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว สามารถเลือกจองขนส่งได้ตามที่ต้องการ อีกทั้งสามารถเปรียบเทียบราคาค่าจัดส่งสินค้า ชำระเงินออนไลน์ได้สะดวกผ่านบัตรเครดิตและบัตรเดบิต สามารถออกหมายเลขพัสดุ และพิมพ์ใบปะหน้าพัสดุได้จากระบบทันที รวมถึงการติดตามสถานะพัสดุได้ผ่านระบบอีกด้วย

2.2 อุปสรรคที่ท่านพบมีอะไรบ้าง

คำตอบ : การบริหารจัดการ Partner เนื่องจากผลประโยชน์ที่ทับซ้อน หรือมีการได้เปรียบเสียเปรียบไม่เท่า

2.3

ท่านคิดว่าอะไรที่เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจของท่านมีความยั่งยืน

คำตอบ : มีผู้ใช้บริการ Shippop เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ

ผู้ดำเนินธุรกิจขายของออนไลน์ที่ต้องมีการส่งของอยู่เป็นประจำจะมีอัตราการใช้งานที่สูง

### 3. QueQ

3.1 ประวัติเบื้องต้น

3.1.1 ชื่อ - นามสกุล

รังสรรค์ พรหมประสิทธิ์

3.1.2 การศึกษา

จบปริญญาโท สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ (Computer Science) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA)

### 3.1.3 ที่ทำงานปัจจุบัน

CEO & Co-Founder บริษัท คิวคิว (ประเทศไทย) จำกัด – QueQ  
และ บริษัท วาย เอ็ม เอ็ม วาย จำกัด – YMMY

## 3.2 ประวัติของธุรกิจ

### 3.2.1 ธุรกิจของท่านเป็นธุรกิจประเภทใด

อยู่ในอุตสาหกรรมอะไร มีสินค้าหรือบริการอะไรบ้าง

คำตอบ : ธุรกิจเกี่ยวกับการจองคิวในอุตสาหกรรมด้านการบริการ

### 3.2.2 ธุรกิจท่านมีจุดเริ่มต้นและประวัติความเป็นมาอย่างไร

คำตอบ : เราเห็นปัญหาใช้เวลารอคิวที่ร้านอาหารอดอึดนานซะกว่าเวลารับประทานอาหารด้วยซ้ำไป หลายคนอาจมองเป็นเพียงปัญหาที่เดี๋ยวก็ก็นผ่านไป แต่สำหรับผมมองว่าปัญหานั้นต้องได้รับการแก้ไข นั่นคือที่มาของแอปฯ QueQ เพื่อแก้ไขปัญหาในเรื่องของการรอคิวร้านอาหาร ซึ่งร้านอาหารใหญ่เจ้าดังต่างเลือกนำไปให้บริการกับลูกค้า

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอุปสรรคของธุรกิจ (กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ด้วยการอธิบาย)

### 2.1 อะไรที่ทำให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ

คำตอบ : การตั้งโจทย์ได้ถูกก่อนคนอื่น และยึดตลาดนั้นๆ ไปแล้ว เพราะเอกลักษณ์ของธุรกิจประเภท Start Up คือการขยายฐานตลาดและสร้างความคุ้นเคยกับลูกค้า ถ้าลูกค้าเคยชิน คุ้นเคยกับบริการตัวไหน ก็มีแนวโน้มที่จะใช้บริการกับ platform ที่ตนคุ้นเคยก่อน QueQ จึงได้เปรียบในแง่ที่ทำก่อน และทำได้ดี คิดตลาดไปแล้ว

## 2.2 อุปสรรคที่ท่านพบมีอะไรบ้าง

คำตอบ : Start Up ในประเทศไทยมีหลายเจ้า แต่ว่า แต่ละเจ้ายังขาดความแข็งแรง ยังไม่สามารถเลี้ยงดูตนเองได้อย่างสมบูรณ์ทำให้การช่วยเหลือกันไม่มากเท่าที่ควร จากสถิติปัจจุบัน มีธุรกิจที่เกิดขึ้นแล้วหลุดมาเป็น Start Up ที่ทำเงินได้จริงเพียง 3% ซึ่งถือว่าเป็นอัตราส่วนที่น้อยมาก

## 2.3

ท่านคิดว่าอะไรที่เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจของท่านมีความยั่งยืน

คำตอบ : การพัฒนา Application ให้ตอบโจทย์การใช้งาน โดย QueQ เป็นธุรกิจประเภท B2B2C หรือการติดต่อทำธุรกิจกับภาคธุรกิจด้วยกัน แต่ตอบโจทย์ช่วยเหลืออำนวยความสะดวกสบายให้ลูกค้าของธุรกิจนั้นๆ อีกที ดังนั้นจึงต้องมีการติดต่อหาลูกค้าที่เป็นภาคธุรกิจต่างๆเป็นหลัก ช่องทางรายได้หลักของ QueQ เป็นรูปแบบ Monthly Fee ซึ่งได้จากธุรกิจต่างๆ เช่น ร้านอาหาร โรงพยาบาล ฯลฯ ในอนาคตมีแผนที่จะเพิ่มในส่วน of Advertising

## 4. LILUNA

### 4.1 ประวัติเบื้องต้น

#### 4.1.1 ชื่อ - นามสกุล

นัฐพงษ์ จารวิจิต

#### 4.1.2 ที่ทำงานปัจจุบัน

นักพัฒนาแอปพลิเคชัน เจ้าของแอป “ลิลูน่า”

### 4.2 ประวัติของธุรกิจ

#### 4.2.1 ธุรกิจของท่านเป็นธุรกิจประเภทใด

อยู่ในอุตสาหกรรมอะไร มีสินค้าหรือบริการอะไรบ้าง

คำตอบ : ธุรกิจเกี่ยวกับการบริการขนส่ง

#### 4.2.2 ธุรกิจของท่านมีจุดเริ่มต้นและประวัติความเป็นมาอย่างไร

คำตอบ : เอาโอเดีย มาจากการที่ตัวเองอยู่คอนโด เข้ามาขับรถไปทำงานทุกวัน แล้วเห็นเพื่อนบ้านออกมารอรถเพื่อไปทำงาน ส่วนรถตนมีที่ว่างอีก 3 ที่นั่ง ทั้งที่หลาย ๆ คนในคอนโดไปทำงานทางเดียวกับเรา จึงตัดสินใจสร้างแอปพลิเคชันนี้ขึ้นมา ประกอบกับตนไปทำงานอยู่ที่ประเทศเยอรมัน มา 10 ปี ซึ่งมีบริการลักษณะนี้อยู่แล้ว ทำให้ยังรู้สึกว่ ทางเดียวกันไปด้วยกันไม่ใช่เรื่องใหม่ ที่สำคัญโอเดียนี้ในประเทศมีมานานมากแล้ว เพียงแต่ไม่ประสบความสำเร็จ เพราะไม่มีเทคโนโลยีเข้ามาช่วย

### ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอุปสรรคของธุรกิจ (กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ด้วยการอธิบาย)

#### 2.1 อะไรที่ทำให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ

คำตอบ : ในปัจจุบัน Liluna ยังไม่ได้คิดในเรื่องของ Revenue Model เนื่องจากตอนนี้ เป็นแอปพลิเคชันที่สามารถใช้บริการได้ฟรี

#### 2.2 อุปสรรคที่ท่านพบมีอะไรบ้าง

คำตอบ : การช่วยเหลือกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัล ยังจำกัดอยู่ในวงจำกัด ขาดคนที่คอยติดต่อประสานงานระหว่างองค์กร เพื่อให้เกิดความร่วมมือกัน ไม่กล้าที่จะพูดคุยเรื่อง idea ใหม่ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมดิจิทัลด้วยกันเนื่องจากกลัวการโดนคัดลอก idea นั้น

#### 2.3

ท่านคิดว่าอะไรที่เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจของท่านมีความยั่งยืน

คำตอบ : มีการสนับสนุนจากองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่โดยการเข้ามาลงทุนในบริษัท มีการสนับสนุนเล็กน้อยจากทางผู้ประกอบการเริ่มต้นด้วยกัน เช่น ข้อมูลในการขอทุนสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน มีการใช้ทรัพยากรร่วมกันกับธุรกิจอื่นเช่น สถานที่ทำงาน เซิร์ฟเวอร์

## 5. OOCA

### 5.1 ประวัติเบื้องต้น

#### 5.1.1 ชื่อ - นามสกุล

กัญจน์ภัสสร สุริยาแสงเพ็ชร

#### 5.1.2 ที่ทำงานปัจจุบัน

ทันตแพทย์และผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยี และเป็นผู้ก่อตั้ง  
แอปพลิเคชัน Ooca

### 5.2 ประวัติของธุรกิจ

#### 5.2.1 ธุรกิจของท่านเป็นธุรกิจประเภทใด

อยู่ในอุตสาหกรรมอะไร มีสินค้าหรือบริการอะไรบ้าง

คำตอบ : ธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพ

#### 5.2.2 ธุรกิจท่านมีจุดเริ่มต้นและประวัติความเป็นมาอย่างไร

คำตอบ : เอาใจเดียวมาจากหลายปีที่ผ่านมา ‘โรคจิตเวช’ ได้รับการ  
พูดถึงในวงกว้าง หากใครอยู่ในภาวะอารมณ์หม่นเศร้าจนกระทบ  
ชีวิตประจำวัน ไม่ใช่เรื่องแปลกแล้ว หากจะไปตรวจรักษาที่  
โรงพยาบาล แม้ว่าการหาหมอไม่ใช่เรื่องน่าอาย แต่การต้องผ่าน  
ขั้นตอนต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะกับโรงพยาบาลรัฐบาลแล้ว ทั้ง  
ทำบัตร นัดหมาย ชักประวัติ ตรวจเบื้องต้น ฯลฯ บ้างนานเป็น  
เดือน บ้างนานหลายเดือน หลายคนเลยล้มเลิกความคิดในการ  
รักษาไปด้วยเห็นถึงข้อจำกัดดังกล่าวผ่านประสบการณ์ตรง

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอุปสรรคของธุรกิจ

(กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ด้วยการอธิบาย)

### 2.1 อะไรที่ทำให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ

คำตอบ : เป็นดิจิทัลแพลตฟอร์มที่สามารถให้คำปรึกษาด้านจิตวิทยาได้  
ทุกที่ผ่านระบบออนไลน์ทำให้ไม่จำเป็นต้องที่สถานที่เพื่อดำเนินงาน

เหมือนบริษัทให้บริการด้านสุขภาพจิตอื่น และในตลาดยังไม่มีธุรกิจประเภทนี้มากนักที่ใช้ระบบดิจิทัลเข้ามาช่วย

## 2.2 อุปสรรคที่ท่านพบมีอะไรบ้าง

คำตอบ มีการลอกเลียนแบบความคิด ทำให้ไม่สามารถแลกเปลี่ยนแนวทางในการดำเนินธุรกิจได้ ข้อมูลด้านช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุนยังมีน้อย

## 2.3

ท่านคิดว่าอะไรที่เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจของท่านมีความยั่งยืน  
คำตอบ : มีการสนับสนุนเล็กน้อยในเรื่องของข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ อาทิเช่น การหาทุนในการทำธุรกิจ มีการช่วยประสานงานเพื่อให้ได้เข้าถึงแหล่งเงินทุน แต่จะมีการสนับสนุนก็ต่อเมื่อมีความสัมพันธ์กัน โดยที่ยังไม่มีการช่วยเหลือเป็นวงกว้าง

## 6. DO IN THAI

### 6.1 ประวัติเบื้องต้น

#### 6.1.1 ชื่อ - นามสกุล

ทรงกลด แสงวรทิพย์

#### 6.1.2 ที่ทำงานปัจจุบัน

นักพัฒนาแอปพลิเคชัน DO IN THAI

### 6.2 ประวัติของธุรกิจ

#### 6.2.1 ธุรกิจของท่านเป็นธุรกิจประเภทใด

อยู่ในอุตสาหกรรมอะไร มีสินค้าหรือบริการอะไรบ้าง

คำตอบ : ธุรกิจด้านการพัฒนาชุมชน

6.2.2 ธุรกิจท่านมีจุดเริ่มต้นและประวัติความเป็นมาอย่างไร

คำตอบ : เริ่มด้วยการมองหา ติดตาม และวิเคราะห์ความต้องการ จากนั้นก็เข้าสู่กระบวนการพัฒนาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเพื่อนำมาแก้ไขปัญหา เพิ่มพูนคุณภาพชีวิต หรือตอบสนองความต้องการ และนำโครงการและแอปพลิเคชันที่สร้างขึ้นออกสู่สังคม ซึ่งทำให้เกิดโครงการและแอปพลิเคชันที่สามารถสร้างคุณค่าได้ตั้งแต่จากต้นน้ำ หรือการริเริ่ม ถึงปลายน้ำ หรือการนำไปใช้ เพราะในทุก ๆ ขั้นตอน ทุก ๆ เรื่องราวที่จะเกิดขึ้น ล้วนเกิดจากการนำสังคมเข้ามาเป็นที่ตั้ง

**ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอุปสรรคของธุรกิจ**

**(กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ด้วยการอธิบาย)**

2.1 อะไรที่ทำให้ธุรกิจของท่านประสบความสำเร็จ

คำตอบ : DO IN THAI มีวัฒนธรรมองค์กรที่มีความรวดเร็วมีการช่วยเหลือกัน มีเทคโนโลยีเชิงลึก ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ และมีผู้เชี่ยวชาญที่หลากหลายภายในบริษัท

2.2 อุปสรรคที่ท่านพบมีอะไรบ้าง

คำตอบ : ความไม่ไวใจกันทำให้กลัวที่จะเกิดการลอกเลียนแบบงานกัน และไม่มีสถานที่ที่ทำให้ผู้ประกอบการมาพบกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน

2.3

ท่านคิดว่าอะไรที่เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจของท่านมีความยั่งยืน

คำตอบ : Social, Design และ Innovation คือ สังคมเป็นตัวตั้ง ด้วยการออกแบบซึ่งไม่ใช่การออกแบบกราฟิก แต่เป็นการออกแบบสังคม ออกแบบกระบวนการ ออกแบบทุกสิ่งทุกอย่าง และนวัตกรรม ซึ่งแปลว่าใหม่ หมายถึงการลงมือทำอะไรใหม่ ๆ เพื่อเปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่าง และนำไปสู่ผลผลิตหรือการทำงานที่ดีขึ้น

เอกสารประกอบ - Collaborative Institutional Training Initiative Program (CITI Program)





## เอกสารประกอบ – Certificate of Ethical Approval



IPSR-Institutional Review Board (IPSR-IRB)

Established 1985

COA. No. 2019/07-241

## Certificate of Ethical Approval

Title of Project: *A Study of the Success Factors and Obstacles of Sharing Economy that Affect the Sustainable Growth of Thailand's Digital Innovation Driven Enterprise*

Duration of Project: *4 months (September - December 2019)*

Principal Investigator (PI): *Mr. Kittidet Sotiamkitsada*

PI's Institutional Affiliation: *College of Management, Mahidol University*

Approval includes:

- 1) *Submission form*
- 2) *Research proposal*
- 3) *Interview guideline*
- 4) *Participant information sheet*
- 5) *Informed consent document*

IPSR-Institutional Review Board (IPSR-IRB) met on 25<sup>th</sup> July 2019 and decided to issue the COA to the above project.



Signature

(Professor Emeritus Pramote Prasartkul)  
Chairman, IPSR-IRB

Valid from September 2, 2019 to September 1, 2020

## Remarks

- 1) Upon the completion of this project, the PI should inform the IPSR-IRB of such progress.
- 2) The PI is obliged to notify any modification of the research project to the IPSR-IRB.
- 3) For verifying this document, please use QR code above.

IORG Number: IORG0002101; FWA Number: FWA00002882; IRB Number: IRB0001007

Office of the IPSR-IRB, Institute for Population and Social Research, Mahidol University, Phuttamonthon 4 Rd., Salaya, Phuttamonthon district, Nakhon Pathom 73170. Tel (662)441-0201-4 ext 223