



สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล THE DIGITAL ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEM

ธันยนันท์ สมบุรณ์รัตนโชค, วิสันต์ ลมไธสง*

Thunyanan Sombunrattanachoke, Wison Lomthaisong*

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารและการจัดการสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี,

e-Mail: khaimuk.tunyanun@gmail.com (Corresponding Author)

Lecturer, Department of Management, Faculty of Business Administration, Sripatum

University-Chonburi Campus, e-Mail: khaimuk.tunyanun@gmail.com (Corresponding Author)

(Received: 2021, January 15; Revised: 2021, July 21; Accepted: 2021, July 31)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการสมัยใหม่ในยุคธุรกิจบนแพลตฟอร์มดิจิทัลออนไลน์ในปัจจุบัน โดยศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุนให้เกิดการสร้างธุรกิจสมัยใหม่ผ่านผลการศึกษาวิจัยของนักวิชาการด้านผู้ประกอบการสมัยใหม่ในปัจจุบัน ในขณะเดียวกันจะทบทวนแนวคิดและบทความวิชาการด้านสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการสมัยใหม่จากนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ รวมถึงนำเสนอกรณีศึกษาที่เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เกิดขึ้นแล้วในโลกปัจจุบันด้วย เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงบทบาทและความสำคัญของสภาพแวดล้อมสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัล ที่มีผลต่อการกำเนิดใหม่ของธุรกิจในยุคที่โลกกำลังมีการเปลี่ยนแปลงอย่างสูงนี้ ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล ประกอบด้วย 1) การสนับสนุนทางการเงิน 2) นโยบายของภาครัฐ 3) มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ 4) ด้านการศึกษาองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ 5) การถ่ายทอดความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา 6) การบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ 7) การเปิดกว้างของตลาด 8) ระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ และ 9) ความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม ส่วนกลยุทธ์การสร้างสภาพแวดล้อมผู้ประกอบการดิจิทัลที่ยั่งยืน ประกอบด้วย 1) ความเป็นพลเมืองของผู้ใช้ดิจิทัล 2) แพลตฟอร์มดิจิทัลหลายด้าน 3) การกำกับดูแลโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และ 4) การเป็นผู้ประกอบการเทคโนโลยีดิจิทัล ทั้งนี้การจัดการ

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการค้าระหว่างประเทศ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาเขตอีอีซี, e-Mail: wison_lom@hotmail.com

Lecturer, International Trade Management Program, Panyapiwat Institute of Management-EEC Campus, e-Mail: wison_lom@hotmail.com



สภาพแวดล้อมสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัลเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ สามารถทำได้ ดังนี้
 1) เลือกประเภทของสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม 2) กำหนด บทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบ
 อย่างชัดเจน 3) มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วมกัน 4) แยกสภาพแวดล้อมใหม่จากธุรกิจดั้งเดิม
 5) สร้างความไว้วางใจในหมู่ผู้ค้า 6) พัฒนากลยุทธ์สร้างรายได้ 7) สร้างพันธมิตรที่มีมูลค่าสูง
 เป็นอันดับแรก 8) สร้างความสัมพันธ์ในชุมชนระหว่างพันธมิตร 9) รักษาความคล่องตัวสิ้นไหล
 และ 10) กำหนดตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อการติดตาม

คำสำคัญ: ปัจจัยสภาพแวดล้อม, ผู้ประกอบการดิจิทัล, เทคโนโลยีสารสนเทศ, แพลตฟอร์ม

ABSTRACT

This article aims to study the appropriate ecosystem for modern entrepreneurs in present digital online business. The ecosystem factors supporting the creation of a modern business through the research results of the current modern entrepreneur scholars were studied. At the same time, it also reviewed ideas and academic articles on a suitable ecosystem for modern entrepreneurs from academics with specific expertise. It also presented empirical case studies that have already occurred in the other countries. To understand the role and importance of the ecosystem for digital entrepreneurs in the regeneration of business in this rapidly changing world, the study found that the ecosystem factors supporting the creation of a digital entrepreneurship society included: 1) financial support, 2) government policies, 3) government support measures, 4) education, knowledge in entrepreneurship, 5) knowledge transfer for research and development, 6) professional services for businesses, 7) market openness, 8) domestic infrastructure, and 9) social and cultural equality. The keys to creating a sustainable digital entrepreneurship environment included: 1) digital users' citizenship, 2) multi-faceted digital platforms, 3) governance of digital infrastructure, and 4) digital technology entrepreneurship. Ecosystem management for digital entrepreneurs to increase business opportunities could be done as follows: 1) select the appropriate type of environment, 2) clear roles and responsibilities, 3) focus on creating shared value,



4) separate new ecosystem from traditional business, 5) build trust among trade partners, 6) develop a strategy to generate income, 7) build high-value alliances first, 8) build community relationships among partners, 9) maintain agility, and 10) set clear metrics and target values for tracking.

Keywords: ecosystem factors, digital entrepreneurs, information technology, platforms.

บทนำ

ในช่วงไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมาธุรกิจในรูปแบบใหม่ ๆ ที่ใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบปฏิบัติการบนอินเทอร์เน็ตต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะสตาร์ทอัพที่อาจจะกลายเป็นผู้นำตลาดใหม่บนแอปพลิเคชันยอดนิยม อาทิ Facebook, Amazon, Apple, Netflix และ Google เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจ Matchmaker ที่มีความสามารถหลักในการจับคู่ผู้ใช้กลุ่มหนึ่งกับอีกกลุ่มหนึ่ง โดยลดต้นทุนการทำธุรกรรม และเป็นช่องทางในการสร้างมูลค่าทางการตลาดผ่านนวัตกรรมที่เรียกว่า Platformization เป็นรูปแบบธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับทั้งเทคโนโลยีและกระบวนการทางสังคม โดยแพลตฟอร์มเหล่านี้จะช่วยให้เกิดการเข้าถึงตลาด การทำธุรกรรม และเกิดการลดต้นทุนที่ส่งผลกระทบต่อวิธีการสร้างธุรกิจใหม่ ๆ จากการใช้ประโยชน์และศักยภาพของเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและยั่งยืนทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการเป็นผู้ประกอบการแบบดิจิทัลจะมีความทันสมัยและรวดเร็ว แต่ก็มีผลกระทบที่แท้จริงของเทคโนโลยีดิจิทัลและการทำงานร่วมกันในกระบวนการดำเนินการ และมีความจำเป็นต้องศึกษาเพิ่มเติมเพื่ออธิบายลักษณะของสภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการทั้งในทางเทคนิคและทางสังคมสมัยใหม่ และจากการศึกษาของผู้เขียนที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถให้คำจำกัดความของสภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการดิจิทัล โดยมุ่งเน้นมุมมองด้านผลผลิตดิจิทัลและสิ่งแวดล้อมดิจิทัลแบบบูรณาการ (Gianluca, Alessandro & Giuseppina, Online, 2020) เพื่อให้ผู้อ่านได้เข้าใจว่าสภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการดิจิทัลจำเป็นต้องเกิดจากความร่วมมือของหลายภาคส่วนผนวกเข้ากับระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้เกิดการพัฒนาไปสู่ระบบเศรษฐกิจยุคใหม่ที่ไร้ขอบเขตและมีประสิทธิภาพสูงสุด

ผลกระทบจากเทคโนโลยีในระบบเศรษฐกิจยุคใหม่ที่สำคัญคือ การเคลื่อนไหวที่รวดเร็วของสินค้า โดยสะท้อนผ่านสินค้าดิจิทัลในด้านต้นทุนการขนส่งและต้นทุนการเก็บรักษาที่ต่ำมากหรือแทบจะไม่มีเลย จึงอาจทำให้สินค้าสามารถเคลื่อนไหวได้เร็วขึ้น



ในขณะที่ผลกระทบของเครือข่ายก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ โดยมูลค่าของผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับจำนวนผู้คนที่ใช้ กล่าวคือ ยิ่งใช้มากเท่าไรยิ่งทำให้มูลค่าของผลิตภัณฑ์มากขึ้นเท่านั้น หากแพลตฟอร์มสามารถดึงดูดคนเข้ามาได้มากเท่าไรก็จะทำให้มูลค่าแพลตฟอร์มดังกล่าวเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น แต่สิ่งที่สำคัญมากของผลกระทบเครือข่ายคือการก่อให้เกิดสภาพความได้เปรียบจากการเริ่มก่อน มีการกำหนดความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น ในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น ละเอียดยิ่งขึ้น และต้นทุนในการประมวลข้อมูลลดลงจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้ให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น จึงอาจทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการทำการตลาดและพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มได้ดียิ่งขึ้นมากกว่าแต่ก่อน (โพสต์ทูเดย์, ออนไลน์, 2562)

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการสมัยใหม่ในยุคธุรกิจบนแพลตฟอร์มดิจิทัลออนไลน์ในปัจจุบัน

ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล

วิลเลศ ภูริวัชร, สุชาติ ไตรภพสกุล และชาคริต พิษญางกูร (2559) ได้ศึกษาแนวคิดแบบจำลองโครงการสำรวจสังคมความเป็นผู้ประกอบการระดับโลก (global entrepreneurship monitor: GEM) โดยมุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุน (EFCs) ที่ถือเป็นสิ่งสำคัญของสภาพแวดล้อมของการเกิดผู้ประกอบการ (entrepreneurship ecosystem) ซึ่งเกี่ยวข้องกับทรัพยากรที่จำเป็น รวมถึงองค์กรภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ ซึ่งส่งเสริมสนับสนุนประชาชนในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ (Bosma et al., 2008) ซึ่งผลการศึกษาศึกษาสามารถสรุปปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการได้ 9 ปัจจัย ได้แก่ 1) การสนับสนุนทางการเงิน 2) นโยบายของภาครัฐ 3) มาตรการสนับสนุนของภาครัฐ 4) ด้านการศึกษาองค์ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ 5) การถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา 6) การบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ 7) การเปิดกว้างของตลาด 8) ระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ และ 9) ความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการไทยในยุคดิจิทัลให้มีความยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องมีปัจจัยสภาพแวดล้อมที่คอยเกื้อหนุนให้ประชาชนไทยสามารถเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลที่มีคุณภาพ แต่จากรายงาน GEM Global Report 2015/2016 (Kelly, Singer & Herrington, 2016)



แสดงให้เห็นว่า อุปสรรคด้านนโยบายของภาครัฐและการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา ถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ต้องพึ่งพานโยบายการขับเคลื่อนด้านเทคโนโลยีในประเทศเป็นหลัก ในขณะที่ข้อมูลจาก สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (ออนไลน์, 2563) แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยเกื้อหนุนที่จำเป็นต่อเศรษฐกิจดิจิทัล สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของประเทศไทยนั้นมีความเข้มแข็ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคการลงทุนและการเงิน สำหรับจุดอ่อนนั้น ประเทศไทยยังคงมีปัญหาในเรื่องการปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ กติกา รวมถึงมาตรฐานด้านดิจิทัลที่พร้อมสำหรับระบบเศรษฐกิจดิจิทัล เช่น ปัจจุบันกฎหมายไทย กฎระเบียบไทย ยังไม่มีพื้นที่สำหรับเทคโนโลยีหรือโมเดลธุรกิจที่คิดนอกกรอบกฎหมายเดิม ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีใหม่ หรือการทำธุรกิจวิสาหกิจเริ่มต้นแบบ Sharing Economy และยังขาดกฎหมาย กฎระเบียบ มาตรการ หรือแนวปฏิบัติในบางเรื่องที่จำเป็นสำหรับเศรษฐกิจดิจิทัล เช่น กฎหมายคุ้มครองข้อมูล เป็นต้น

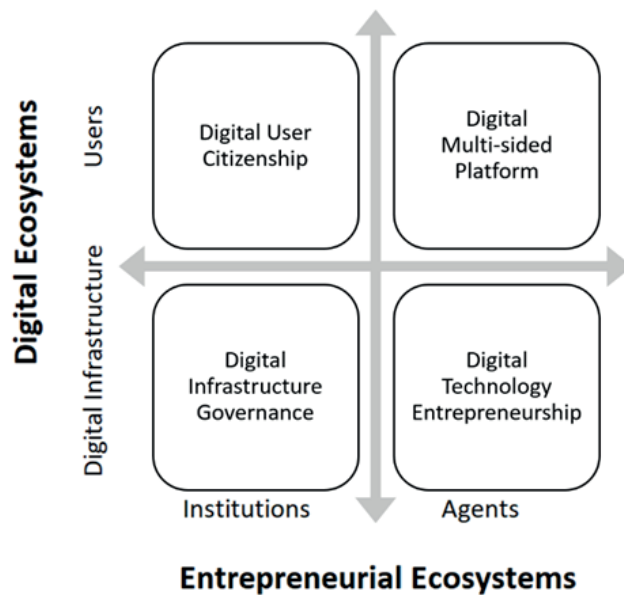
และเมื่อวิเคราะห์ขีดความสามารถด้านดิจิทัลของประเทศไทยในปัจจุบัน (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, ออนไลน์, 2563) จะพบว่า ภาคธุรกิจบางส่วนเริ่มปรับตัวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล โดยเริ่มปรับตัวเข้ากับการทำธุรกิจผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เช่น การค้าขายออนไลน์หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังจะเห็นได้ว่า มูลค่า e-Commerce ไทย ในปี พ.ศ. 2559 มีมูลค่าถึง 2.52 ล้านล้านบาท อย่างไรก็ตาม ในมุมมองจากต่างประเทศ ดัชนีด้านดิจิทัลของโลกมองว่า หากเปรียบเทียบทั้งโลก ธุรกิจไทยมีศักยภาพในการปรับตัวใช้เทคโนโลยีอยู่ในระดับกลาง โดยที่ Networked Readiness Index โดย WEF จัดอันดับความสามารถในการรับเทคโนโลยีของธุรกิจไทยไว้ในอันดับที่ 53 จาก 139 ประเทศ และความสามารถเชิงนวัตกรรมในอันดับที่ 54 และ Digital Competitiveness Ranking จัดอันดับการใช้ Big Data ของไทย และความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้ ไว้ อันดับที่ 33 จาก 63 ประเทศ โดยในส่วนของวิสาหกิจเริ่มต้นมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ในลักษณะใช้นวัตกรรมสูง เติบโตอย่างรวดเร็ว และอัตราความเสี่ยงสูง อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจเริ่มต้นของไทยที่ประสบความสำเร็จเติบโตไปสู่กลุ่มที่มีมูลค่าการลงทุนสูงจากนักลงทุนประเภท Venture Capital และ Angel Investor นั้น ยังมีน้อยมาก ในส่วนภาครัฐนั้น จากนโยบายส่งเสริมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้มุ่งเน้นที่จะพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโครงข่ายที่จำเป็นต่อการสื่อสารและการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตให้กับประชาชนในทุกพื้นที่ของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและสามารถสื่อสารกันได้อย่างสะดวก



สบายมากขึ้น ดังนั้น ชีตความสามารถและศักยภาพด้านดิจิทัลของไทยจึงมีส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการดิจิทัลในรูปแบบต่าง ๆ สามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านช่องทางออนไลน์ในทุกแพลตฟอร์มได้

กุญแจสู่การสร้างสภาพแวดล้อมผู้ประกอบการดิจิทัลที่ยั่งยืน

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การสร้างสภาพแวดล้อมผู้ประกอบการดิจิทัลที่ยั่งยืน จะมาจากกุญแจสำคัญ 4 ด้าน (The Global Entrepreneurship and Development Institute, Online, 2020; Fiona & Zoltan, 2015) ดังนี้



ภาพที่ 1 สภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการดิจิทัลที่ยั่งยืน

(The Global Entrepreneurship and Development Institute, Online, 2020)

1. ความเป็นพลเมืองของผู้ใช้ดิจิทัล (digital user citizenship) ข้อกำหนดเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ควรวางไว้อย่างชัดเจนและยึดถือตามสัญญาทางสังคม เนื่องจากความไว้วางใจจากสาธารณะเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ระบบดิจิทัล ดังนั้น ความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้จึงเป็นกุญแจสำคัญในประเด็นนี้

2. แพลตฟอร์มดิจิทัลหลายด้าน (digital user citizenship) แพลตฟอร์มดิจิทัลควรได้รับการตรวจสอบไม่ให้เกิดพฤติกรรมผูกขาดที่ขัดขวางการแข่งขันทางการตลาด นวัตกรรม และกิจกรรมของผู้ประกอบการ ดังนั้นการแข่งขันได้อย่างเสรีจึงเป็นกุญแจสำคัญในประเด็นนี้



3. การกำกับดูแลโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล (digital multi-sided platform) รัฐบาลมีหน้าที่รับผิดชอบในการออกกฎหมายและบังคับใช้กฎและข้อบังคับที่กีดกันกิจกรรมที่ทำลายความปลอดภัยของข้อมูล และส่งเสริมกิจกรรมที่มีประสิทธิภาพอย่างจริงจัง ดังนั้นความปลอดภัยจึงเป็นกุญแจสำคัญในประเด็นนี้

4. การเป็นผู้ประกอบการเทคโนโลยีดิจิทัล (digital infrastructure governance) บุคคลที่สามมีส่วนร่วมในนวัตกรรมของผู้ประกอบการ และการแลกเปลี่ยนความรู้ที่เปิดช่องว่างระหว่างโอกาสในการจัดหาและความต้องการภายใต้แพลตฟอร์มที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นประสิทธิภาพจึงเป็นกุญแจสำคัญในประเด็นนี้

จะเห็นได้ว่าการจะสร้างสภาพแวดล้อมผู้ประกอบการดิจิทัลที่ยั่งยืนได้นั้น จะต้องให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวทางสังคมของผู้ใช้งานบนแพลตฟอร์มเทคโนโลยีสมัยใหม่ทุกรูปแบบ ในขณะที่เดียวกันจะต้องเปิดให้มีการแข่งขันกันอย่างเสรี ปราศจากการผูกขาดทางการค้าในรูปแบบต่าง ๆ โดยรัฐบาลคือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในข้อบังคับที่กีดกันกิจกรรมที่ทำลายความปลอดภัยของข้อมูลและส่งเสริมการมีส่วนร่วมในนวัตกรรมของผู้ประกอบการ และการแลกเปลี่ยนความรู้ภายใต้แพลตฟอร์มที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการดิจิทัลในปัจจุบัน โดยปัจจุบัน สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (ออนไลน์, 2563) ได้เห็นความสำคัญในการสร้างความเข้าใจให้กับธุรกิจดิจิทัลในกลุ่มคนรุ่นใหม่และบุคคลทั่วไปมากขึ้น และพร้อมให้การสนับสนุนและพัฒนาศักยภาพเพื่อเตรียมความพร้อมให้บุคลากรเพื่อป้อนสู่อุตสาหกรรม ทำให้เกิด Digital Entrepreneurship ตามนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยเติบโตและประสบความสำเร็จในธุรกิจได้ โดยมาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการดิจิทัล มีดังนี้

1. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SME และ OTOP ใช้แพลตฟอร์ม CMS (channel management system) เป็นแพลตฟอร์มที่สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลสร้างขึ้นเพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP รวมถึงวิสาหกิจชุมชน มีความเข้าใจในการพัฒนาศักยภาพในการขายของ รวมถึงการเพิ่มช่องทางการค้าขายออนไลน์ สามารถกระจายสินค้าของตนเองไปยัง e-Market Place ต่าง ๆ ได้ภายในคลิกเดียว รวมถึงการบริหารจัดการข้อมูลของสินค้าก็ทำได้ง่ายขึ้นผ่านระบบ Channel Management System หรือ CMS

2. มาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการจัดแจ้งลิขสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญา สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลได้สร้างความตระหนักและความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาให้กับกลุ่มประชาชน กลุ่มผู้ประกอบการ ตลอดจนผู้ที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรม โดยได้ร่วมมือกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาจัดอบรม สัมมนา ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สิน



ทางปัญญาที่เกี่ยวข้อง รวมถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแปลงทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นทุน ซึ่งถือเป็นเรื่องสำคัญต่อการพัฒนาประเทศเพื่อเข้าสู่ยุค Thailand 4.0

3. มาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลสร้างความร่วมมือกับบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ที่มีการอนุมัติโครงการค้ำประกันผู้ประกอบการในวงเงิน 10,000 ล้านบาท เพื่อช่วยเหลือ Digital Startup และกลุ่มผู้ประกอบการนวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับสถาบันการเงินทั้งภาครัฐและเอกชนในการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรมสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนอัตราดอกเบี้ยต่ำ

4. การขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการซอฟต์แวร์และดิจิทัลคอนเทนต์ เป็นอีกหนึ่งมาตรการสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ โดยการขึ้นทะเบียนเพื่อรับรองความมีตัวตน สร้างความน่าเชื่อถือ อีกทั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลยังสามารถอัปเดตข้อมูลของผู้ประกอบการเพื่อนำมาขยายผลและวิเคราะห์หาแนวทางการส่งเสริมแก่กลุ่มผู้ประกอบการในอนาคตได้อีกด้วย

5. การผลักดันส่งเสริมให้เกิดดิจิทัลสตาร์ทอัปผ่านการสร้างนักคิด นักพัฒนาสินค้าและบริการดิจิทัล ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และการดำเนินธุรกิจร่วมกันระหว่างผู้พัฒนาเทคโนโลยี ผู้ประกอบการในแต่ละอุตสาหกรรม และนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการปฏิรูปการดำเนินธุรกิจแบบดั้งเดิมสู่การดำเนินธุรกิจในรูปแบบดิจิทัล

การจัดการสภาพแวดล้อมสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัลเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

นวัตกรรมดิจิทัลเป็นการผสมผสานทรัพยากรดิจิทัลและไม่ใช้ดิจิทัลใหม่ ๆ เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่และกระบวนการต่าง ๆ เนื่องจากทรัพยากรและความรู้ที่มีอยู่อย่างจำกัด บริษัทหลายบริษัทพยายามที่จะใช้ประโยชน์จากทรัพยากรภายนอกเพื่อสร้างนวัตกรรมดิจิทัล ในขณะเดียวกันเครือข่ายความร่วมมือของบริษัทระหว่างกันและแนวปฏิบัติที่ครอบคลุมในหลายมิติมีผลกระทบสำคัญต่อนวัตกรรม ดังนั้นโดยทั่วไปแล้วนวัตกรรมดิจิทัลจะเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ สภาพแวดล้อมที่มีทรัพยากรต่าง ๆ และข้อมูลมีความสำคัญต่อนวัตกรรมดิจิทัล และการเป็นผู้ประกอบการมักจะเกี่ยวพันกันเนื่องจากมีผู้ประกอบการดิจิทัลจำนวนมาก (Li, Du & Yin, 2017) ในขณะเดียวกันรูปแบบการทำงานร่วมกันของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ กับผู้ประกอบการในสภาพแวดล้อมยุคดิจิทัลจะแตกต่างไปจากยุคเดิมโดยสิ้นเชิง เทคโนโลยีดิจิทัลได้สร้างผู้เล่นเพิ่มขึ้นมากมายพร้อม ๆ กัน



รูปแบบความสัมพันธ์ก็หลากหลายมากขึ้น เมื่อโลกเปลี่ยนไป วิธีการดำเนินธุรกิจก็เปลี่ยนไป ผู้ประกอบการดิจิทัลก็มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน กล่าวคือ ความร่วมมือของผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลก้าวข้ามข้อจำกัดในเรื่องสถานที่ ซึ่งหมายถึงการทำงานร่วมกันมักเกิดขึ้นจากระยะไกล ไม่มีอุปสรรคด้านภูมิศาสตร์ ภาษาและวัฒนธรรม ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการในสภาพแวดล้อมดิจิทัลต้องใช้การแบ่งปันความเชี่ยวชาญ ข้อมูลเทคโนโลยี และทรัพย์สินทางปัญญา โดยมีแนวโน้มใช้โครงสร้างการจัดการที่ยืดหยุ่นมากขึ้นเพื่อให้สภาพแวดล้อมสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่ผู้ประกอบการในสภาพแวดล้อมดิจิทัลจะมีการสร้างมูลค่าที่เชื่อมต่อกันเป็นทอด ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดประสบการณ์ใหม่ต่อลูกค้าอยู่เสมอ (วิภาธร เณลิ้มไทย, 2562)

การจัดการสภาพแวดล้อมสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัลเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจสามารถทำได้ในหลายรูปแบบ โดยประเด็นหลักที่สามารถทำได้ มีดังนี้ 1) เลือกประเภทของสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม 2) กำหนดรูปแบบการกำกับดูแล บทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบของผู้เข้าร่วมอย่างชัดเจน 3) มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วมกัน และมุ่งเน้นแบ่งปันคุณค่าที่เกิดขึ้นระหว่างกัน 4) แยกสภาพแวดล้อมใหม่จากธุรกิจดั้งเดิมเพื่อความคล่องตัว 5) สร้างความไว้วางใจในหมู่ลูกค้า 6) พัฒนากลยุทธ์สร้างรายได้ 7) สร้างพันธมิตรที่มีมูลค่าสูงเป็นอันดับแรก 8) สร้างความสัมพันธ์ในชุมชนระหว่างพันธมิตร 9) รักษาความคล่องตัวสินค้าไหลยืดหยุ่นระหว่างกัน สามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว 10) กำหนดตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อการติดตาม (Lang, von Szczepanski & Wurzer, Online, 2019) ในขณะเดียวกัน รชฏ ขำบุญ (ออนไลน์, 2564) กล่าวว่า ความรู้และทักษะ 6 ด้าน ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัลที่จะช่วยให้ก้าวข้ามไปสู่การทำธุรกิจที่มีศักยภาพอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย นวัตกรรมธุรกิจที่ยืดความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก แล้วปรับโมเดลธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการ มีความรู้ด้านดิจิทัลที่กว้างขวาง เข้าใจหลักการของเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อมองเห็นแนวทางการนำไปใช้ ในขณะเดียวกันก็ต้องมีทักษะการเขียนแผนธุรกิจ รู้จักการใช้กลยุทธ์และเทคโนโลยีการตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างการรับรู้ของลูกค้า รวมถึงการวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าเพื่อประโยชน์ในการวางแผนธุรกิจ และมากกว่านั้น จำเป็นต้องมีความรู้ด้านการจัดการทางการเงินและการระดมทุน เพื่อให้องค์กรขับเคลื่อนได้อย่างต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพ มีสภาพคล่อง และเติบโตได้ในระยะยาว



สรุป

จะเห็นได้ว่าประเทศไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การกำเนิดธุรกิจในรูปแบบใหม่ ๆ ส่วนใหญ่มีความเกี่ยวข้องกับระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบปฏิบัติการบนอินเทอร์เน็ตต่าง ๆ โดยเฉพาะสตาร์ทอัพที่อาจจะกลายเป็นผู้นำตลาดใหม่บนแอปพลิเคชันยอดนิยมรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อผู้ประกอบการดิจิทัลอยู่ในระดับปานกลาง แต่กำลังได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจังจากภาครัฐตามนโยบายส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการเป็นประเทศไทย 4.0 และช่วยให้ผู้ประกอบการดิจิทัลในรูปแบบต่าง ๆ สามารถดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านช่องทางออนไลน์ในทุกแพลตฟอร์ม โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล มีทั้งด้านการเงิน นโยบายและมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ องค์กรความรู้และการถ่ายโอนความรู้เพื่อการวิจัยและพัฒนา การบริการวิชาชีพสำหรับธุรกิจ การเปิดกว้างของตลาด รวมถึงระบบโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ และความเท่าเทียมทางสังคมและวัฒนธรรม ในขณะที่กฎเกณฑ์การสร้างสภาพแวดล้อมผู้ประกอบการดิจิทัลที่ยั่งยืนจะมุ่งเน้นในเรื่องความเป็นพลเมืองของผู้ใช้ดิจิทัล การมีแพลตฟอร์มดิจิทัลหลายด้าน การกำกับดูแลโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล และการเป็นผู้ประกอบการเทคโนโลยีดิจิทัล ทั้งนี้การจัดการสภาพแวดล้อมสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัลเพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจจะขึ้นอยู่กับทางเลือกประเภทของสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม การกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วมกัน จำเป็นต้องแยกสภาพแวดล้อมใหม่จากธุรกิจดั้งเดิม มีการสร้างความไว้วางใจในหมู่คู่ค้า พัฒนากลยุทธ์สร้างรายได้ สร้างพันธมิตรที่มีมูลค่าสูงและความสัมพันธ์ระหว่างพันธมิตร ในขณะเดียวกันก็ต้องรักษาความคล่องตัวสลับไหล กำหนดตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อการติดตามได้ ดังนั้น หากมีการจัดการสภาพแวดล้อมสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัลที่เหมาะสมได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว การกำเนิดใหม่ของผู้ประกอบการดิจิทัลของไทยจะไม่ใช่ว่างเปล่าและวุ่นวายอีกต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ผู้เขียนไม่ได้นำเสนอสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 เข้ามาพิจารณาด้วย เพราะเป็นสถานการณ์ที่อาจจะควบคุมได้ในไม่ช้า หากสามารถผลิตวัคซีนป้องกันได้ในอนาคตอันใกล้ จึงทำให้บริบทของบทความไม่ได้นำเสนอสถานการณ์ที่มีความเปราะบางนี้เข้ามาพิจารณาร่วมด้วย ดังนั้น หากมีผู้สนใจนำไปประยุกต์ใช้หรือนำไปปรับปรุง อาจมีความจำเป็นต้องนำ



สถานการณ์การระบาดของ COVID-19 และวิถีชีวิตแบบ New Normal เข้ามาพิจารณา ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงบริบททั่วไป เพราะเมื่อธุรกิจไม่สามารถดำเนินไปในแบบปกติได้แล้ว การบริหารจัดการธุรกิจในสภาวะพิเศษก็จำเป็นต้องนำมาประยุกต์ใช้ เพื่อให้ธุรกิจยังคงอยู่ได้และไม่ทำให้องค์กรต้องเผชิญกับความเสี่ยงมากจนเกินไป ดังนั้นสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการดิจิทัลอาจจะเปลี่ยนไปในบางมิติ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับสถานการณ์ ณ เวลานั้น ๆ จึงมีความจำเป็น ทั้งนี้เพราะรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในปัจจุบันได้เปลี่ยนไปแล้ว และยังไม่สามารถคาดเดาได้ว่าจะกลับมาสู่สถานการณ์ปกติได้อีกครั้งเมื่อใด

บรรณานุกรม

- โพสต์ทูเดย์. (2562). *สภาพแวดล้อมใหม่ภายใต้เศรษฐกิจดิจิทัล* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.posttoday.com/aec/column/598351> [2563, 18 ตุลาคม].
- วิภาธร เฉลิมไทย. (2562). *การจัดการสภาพแวดล้อมธุรกิจในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- วิเลิศ ภูริวัชร, สุชาติ ไตรภพสกุล และชาคริต พิษณุางกูร. (2559). การศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการ: กรณีศึกษา ประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 30(95), หน้า 89-102.
- รชฏ ขำบุญ. (2564). *ผู้ประกอบการดิจิทัล พลิกวิกฤตโควิด-19 สร้างโอกาสทางธุรกิจ รายได้จากเทคโนโลยี* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.thailandplus.tv/archives/151718> [2563, 21 ตุลาคม].
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2563). *บทวิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจดิจิทัล ประเทศไทย* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.depa.or.th/th/article-view/thailand-digital-economy-glance> [2563, 2 ตุลาคม].
- Bosma, Niels, et al. (2008). *Global entrepreneurship monitor 2007*. London, UK: London Business School.
- Gianluca, Elia, Alessandro Margherita, & Giuseppina, Passiante. (2020). *Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process* (Online). Available: https://e-tarjome.com/storage/panel/fileuploads/2019-11-23/1574516033_gh2.pdf [2020, October 30].



- Fiona, Susan, & Zoltan, J. Acs. (2015). *The digital entrepreneurial ecosystem*. Fairfax, VA: George Mason University.
- Kelly, Donna, Singer, Slavica, & Herrington, Mike. (2016). *Global entrepreneurship monitor 2015/16 global report*. London, UK: Global Entrepreneurship Research Association.
- Lang, Nikolaus, von Szczepanski, Konrad, & Wurzer, Charline. (2019). *The emerging art of ecosystem management* (Online). Available: <https://www.bcg.com/publications/2019/emerging-art-ecosystem-management> [2020, October 25].
- Li, Wenjie, Du, Wenyu, & Yin, Jiamin. (2017). Digital entrepreneurship ecosystem as a new form of organizing: The case of Zhongguancun. *Frontiers of Business Research in China*, 11(5), pp. 1-21.
- The Global Entrepreneurship and Development Institute. (2020). *The digital entrepreneurial ecosystem* (Online). Available: <https://thegedi.org/the-digital-entrepreneurial-ecosystem/> [2020, October 20].