

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ

KEY SUCCESS FACTOR OF SOFTWARE STARTUP

ไกรวิทย์ โพธิ์ดม¹

ขวัญฤดี พรชัยวิวัฒน์^{2*}

Received 8 November 2019

Revised 24 December 2019

Accepted 27 December 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพในประเทศไทยที่ประสบผลสำเร็จและค้นหาและจัดกลุ่มปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพในประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้คือกิจการซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ จำนวน 197 กิจการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ และสถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่ออธิบาย (Exploratory Factor Analysis) ซึ่งผลการวิจัยพบว่าจัดกลุ่มปัจจัยได้จำนวน 8 ปัจจัย ได้แก่ ทักษะพื้นฐานของการประกอบธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ ความสามารถในการสร้างผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็ว ผลิตภัณฑ์ดึงดูดและจูงใจให้ลูกค้าใช้งาน ติดตามเทคโนโลยีและเทรนของผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมและสนับสนุนการทำสตาร์ทอัพจากรัฐบาลและเอกชน คุณภาพขององค์กรและผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการบริหารของผู้ก่อตั้ง พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้า ผลของการวิจัยมีองค์ความรู้ใหม่เกิดขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพยุคใหม่ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกิดขึ้นใหม่ แต่ไม่ควรละเลยปัจจัยเก่าที่เป็นพื้นฐานเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพด้วยเช่นกัน และผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพรายเก่าควรคำนึงถึงความสามารถในการสร้างผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็วที่เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จใหม่จากการวิจัยเพื่อให้ธุรกิจก้าวทันความสำเร็จในยุคใหม่

คำสำคัญ: ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ การสร้างคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

E-mail: kaiwit.pho@kkumail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

E-mail: Ponchitawat@gmail.com

* Corresponding Author e-mail: Ponchitawat@gmail.com



Abstract

The purpose of this research was to study the characteristics of successful startup software businesses in Thailand and to determine and group their success factors. The sample consisted of 197 startups. The Exploratory Factor Analysis was used to analyze data from the interview and questionnaire about the success factors of the startup software business. Results revealed eight factors, namely basic skills of business software startup, ability to create products quickly, products attract and motivate customers to use, track technology and product trends, promoting and supporting startup from the government and private sectors, quality of organization and products, managerial ability of the founder, and product development to meet customer needs. These are new findings; therefore, new startup software businesses should attend to the new factors, but not neglect previous factors that are the foundations that strengthen startup software businesses. In addition, old business software startups should consider the ability to create products quickly based on the new success factor from this study that should help them stay competitive in the new era of success.

Keyword: Key Success Factor, Software Startup Business, Product Value Creation

บทนำ

ในอดีตที่ผ่านมา พ.ศ. 2500 - 2536 ประเทศไทยมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจไทยแลนด์ 3.0 ที่ช่วยเพิ่มผลผลิตมวลรวมของประเทศ (GDP) ของไทยให้สูงขึ้นที่ 7-8% ต่อปี ซึ่งขณะนั้นอยู่ในยุคของอุตสาหกรรมหนักและการส่งออก แต่หลังจาก พ.ศ. 2537 ประเทศไทยอยู่ในจุดอ้อมตัวของธุรกิจอุตสาหกรรมหนัก ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทย เติบโตขึ้นเพียง 3-4% ต่อปีเท่านั้น (ธนาคารกรุงเทพ, 2559) แนวโน้มของผลผลิตมวลรวมของประเทศลดลงอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากรายได้ของธุรกิจส่วนใหญ่ของประเทศนั้นอยู่ที่ธุรกิจอุตสาหกรรมหนักเพียงกลุ่มเดียวนั้นทำกำไรลดลง ประกอบกับธุรกิจประเภทอื่น เช่น ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธุรกิจการเกษตร ที่เป็นกิจการส่วนมากของประชาชนในประเทศนั้น ไม่สามารถเพิ่มรายได้และกำไรจากการประกอบการได้ จึงส่งผลกระทบให้ประเทศไทยประสบปัญหาที่เรียกว่ากับดักรายได้ปานกลาง ภาครัฐจึงหันมาใช้นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศด้วยการสนับสนุนการก่อตั้งธุรกิจโมเดลใหม่ที่เรียกว่าสตาร์ทอัพ (Startup) ที่สามารถทำกำไรอย่างก้าวกระโดดในเวลาทีน้อย และใช้ทุนในเริ่มต้นกิจการที่น้อยกว่าทุนเริ่มต้นกิจการของธุรกิจอุตสาหกรรมหนัก (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559) ธุรกิจสตาร์ทอัพหลายประเภทล้วนแต่เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะสตาร์ทอัพประเภทซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ (Software Startup) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) กูเกิล (Google) เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้สามารถทำรายได้จากทุกคนบนโลก โดยซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพที่ได้รับความนิยมอย่างสูงคือซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพที่ให้บริการด้วยแอปพลิเคชันทางโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน โดยเฉพาะแอปพลิเคชันที่แก้ปัญหาในชีวิตประจำวันหรือถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเติมเต็มช่องว่างของการใช้ชีวิตประจำวันของคนทั่วไป ทำให้การใช้ชีวิตประจำวันสะดวกและดีขึ้น เช่น อุเบอร์ (Uber) ที่แก้ปัญหาเรื่องการเดินทางหรือเอมซอน (Amazon) ที่แก้ปัญหาเรื่องการซื้อของที่ไม่สะดวก เป็นต้น

ในประเทศไทยก็เช่นเดียวกัน สตาร์ทอัพมีอัตราการเติบโตที่สูง และเป็นความหวังของการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทยให้สูงขึ้น ทำให้ภาครัฐได้ออกนโยบายต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนธุรกิจสตาร์ทอัพหรือสนับสนุนการนำนวัตกรรมที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจต่าง ๆ เพื่อช่วยสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้น สร้างธุรกิจใหม่ สร้างงานและสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ เช่น แผนนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของรัฐบาลที่สนับสนุนให้นำนวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้ในธุรกิจในกลุ่ม 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายที่เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอนาคต และยังมีสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมที่สนับสนุนรากฐานของอุตสาหกรรมที่จะเติบโตขึ้นเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ นอกจากนี้ยังพบแผนสนับสนุนสตาร์ทอัพของ สวทช. ที่ช่วยส่งเสริมการนำความรู้และงานวิจัยสำหรับให้ธุรกิจสตาร์ทอัพนำไปใช้ และยังมีแผนยกเว้นภาษีสำหรับสตาร์ทอัพที่เข้าร่วมโครงการของกรมสรรพากรที่ช่วยเรื่องต้นทุนและเพิ่มแรงจูงใจในการจัดตั้ง การเกิดขึ้นของเวิร์กสเปซ (Working space) ของเอกชนเพื่อเป็นที่ทำงานหรือพบปะกันของกลุ่มนักธุรกิจและเจ้าของไอเดียสตาร์ทอัพ เป็นสิ่งสะท้อนถึงความสำคัญของสตาร์ทอัพเช่นกัน (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2560)

แม้สตาร์ทอัพจะเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ไม่ได้หมายความว่าทุกอย่างจะอยู่อย่างยั่งยืนได้ เนื่องจากมีความเสี่ยงความนิยมที่ลดลง ความเสี่ยงจากการลอกเลียนแบบ รวมทั้งความเสี่ยงจากการไม่เข้าใจการดำเนินธุรกิจ ทำให้สตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จมีเพียงร้อยละ 10 เท่านั้น (ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี, 2560) จากเหตุผลนี้การศึกษาถึงความสำเร็จของสตาร์ทอัพว่าต้องมีวิธีการดำเนินงานอย่างไรจึงจะบรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องศึกษา ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาลักษณะธรรมชาติของประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพตลอดจนปัจจัยที่ทำให้ประสบผลสำเร็จ โดยมุ่งเน้นในกลุ่มซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับสตาร์ทอัพรายใหม่ที่กำลังวางแผนก่อตั้งและสตาร์ทอัพในปัจจุบันได้ตระหนักถึงสิ่งจำเป็นที่ต้องต้องปฏิบัติ เพื่อดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ และข้อมูลที่ได้จากการศึกษายังจะเป็นประโยชน์สำหรับภาครัฐในการนำไปใช้ประกอบการกำหนดนโยบายและช่วยเหลือธุรกิจสตาร์ทอัพให้สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจ และตรงตามความต้องการที่ธุรกิจกำลังขาดอยู่ และต้องการความช่วยเหลือ สุดท้ายผลการศึกษานี้จะนำไปสู่การร่วมมือกันทั้งภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาสตาร์ทอัพในอนาคต บรรลุตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งจะส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยให้ดีขึ้นและประเทศไทยพัฒนาก้าวหน้าขึ้นทัดเทียมกับประเทศแนวหน้าของโลก

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาลักษณะของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยที่ประสบผลสำเร็จ
2. ค้นหา และจัดกลุ่มปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพในประเทศไทยที่ประสบผลสำเร็จ

การทบทวนวรรณกรรม

1. ความหมายและความสำคัญของสตาร์ทอัพ

Blank and Dorf (2012) ได้นิยามสตาร์ทอัพ ไว้ว่า เป็นองค์กรที่มีลักษณะชั่วคราวซึ่งแสวงหารูปแบบ ทางธุรกิจ ปรับเปลี่ยนรูปแบบของธุรกิจ และสามารถทำกำไรจากการดำเนินงาน และมีโครงสร้างไม่ซับซ้อนสามารถทำตาม และปรับขนาดขยายได้ง่าย (repeatable and scalable business model) สตาร์ทอัพจึงเป็นกิจการที่เริ่มต้นธุรกิจจากจุดเล็ก ๆ ออกแบบให้ธุรกิจมีการทำซ้ำได้ง่าย และขยายกิจการ



ได้ง่าย สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด มีการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาใช้เป็นหัวใจหลักในการสร้างธุรกิจ มักเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นจากไอเดียเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันหรือเห็นโอกาสทางธุรกิจที่ยังไม่มีใครเคยคิดหรือทำมาก่อน โดยซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพหรือเทคโนโลยีสตาร์ทอัพ คือ ธุรกิจสตาร์ทอัพที่พัฒนาโปรแกรมหรือแอปพลิเคชัน เป็นสินค้าที่ให้บริการผ่านมือถือหรือผ่านเว็บไซต์ เพื่อสร้างความสะดวกสบายหรือแก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวัน โดยส่วนใหญ่จะให้บริการฟรีในช่วงแรกและมีการเสียค่าใช้จ่ายเมื่อต้องการบริการเพิ่มเติม โดยค่าบริการจะอยู่ในรูปแบบการให้บริการรายเดือนหรือเสียค่าบริการตามการใช้งาน ซึ่งสตาร์ทอัพที่สามารถตอบสนองในการแก้ปัญหาได้ที่สุดหรือสร้างคุณค่าให้กับผู้ใช้บริการได้ จะมีฐานลูกค้าที่มากและเติบโตได้อย่างก้าวกระโดด ด้วยแนวคิดหลักของสตาร์ทอัพที่เป็นการนำเสนอสิ่งใหม่และแตกต่าง เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน โดยใช้เทคโนโลยีเป็นพื้นฐานหรือใช้นวัตกรรมเป็นตัวการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทำให้ผู้ใช้บริการเพิ่มจำนวนมากขึ้นได้ง่ายโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม ทำให้สตาร์ทอัพมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการพัฒนาการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศ เพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติได้อีกด้วย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560)

2. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของสตาร์ทอัพ

Ahmed (2014) ได้นิยามปัจจัยแห่งความสำเร็จไว้ว่า เป็นกิจกรรมหรือขั้นตอนที่เฉพาะที่จำเป็นสำหรับองค์กรเพื่อให้บรรลุภารกิจหลักและเพื่อความยั่งยืนอยู่รอดได้ โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จนั้นแตกต่างกันไปในแต่ละประเภทขององค์กร จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพคือสิ่งสำคัญที่จำเป็นที่สตาร์ทอัพต้องมีและจำเป็นอย่างมากเพื่อให้ประสบผลสำเร็จตามวิสัยทัศน์ที่ได้ตั้งไว้ โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจจากการทบทวนวรรณกรรมทั้งธุรกิจสตาร์ทอัพทั่วไปและธุรกิจ ได้แก่ มีไอเดียที่แปลกใหม่ มีความคิดสร้างสรรค์ และมีความคิดต่าง และสามารถนำไปใช้ได้จริงมีทีมเวิร์คหรือคู่ร่วมประกอบธุรกิจ ที่มีความสามัคคีและช่วยกันส่งเสริมการทำธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ต้องสามารถนำไปใช้ได้จริง แก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวันได้จริง ผลิตภัณฑ์ต้องทันสมัย มีความน่าสนใจ แปลกใหม่ และมีการพัฒนาสินค้าให้ทันสมัยอยู่เสมอ และผลิตภัณฑ์ต้องมีลูกค้าใช้งาน มีเงินทุนเริ่มต้นสำหรับการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ รู้จักและรู้ความต้องการของลูกค้า (กวิน อัครวานันท์, 2560) ประกอบธุรกิจด้วยมั่นคง ทำในสิ่งที่รัก รักในสิ่งที่ทำและความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ ไขว่คว้าทุกโอกาสที่เข้ามา ไม่ว่าโอกาสนั้นจะมากหรือน้อย เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (พยัต วุฒิรงค์, 2560) มีแผนการดำเนินธุรกิจที่ดี มีความรอบครอบของแผนธุรกิจ ผู้ก่อตั้งหัวหน้าทีมมีประสบการณ์ มีทัศนคติในการทำงานตรงกัน (Langen & Groenewegen, 2012) รักการเรียนรู้ มีทักษะการสื่อสารและขอบพุดคุยพบปะ (ณฤทธิ วรพงษ์ดี, 2560) การขอทุนจากนักลงทุน (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมีความผิดพลาดที่น้อย สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ได้ทันตามความต้องการของลูกค้าและทันตามการพัฒนาของเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Cao & Chow, 2008) โครงการการพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2560) พนักงานที่มีประสบการณ์และพนักงานที่มีความสามารถสูง การบริการต้นทุนด้านการแรงงานของพนักงานที่มีทักษะสูง (จิตพิสุทธิ์ ภูสะอาด, 2554) รู้จักและรู้ความต้องการของลูกค้า มีไอเดียที่ดี มั่นใจและลงมือทำ (ชาคริต จันทร์รุ่งสกุล, 2557) ตัวอย่างซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพที่ประสบผลสำเร็จทางด้านรายได้ ชื่อเสียง และเป็นต้นแบบให้แก่ซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ

ทั้งในไทยและต่างประเทศ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) สำหรับในประเทศไทยเช่น วงใน (Wangnai) โฟลว์แอคเคาท์ (Flow account) เป็นต้น จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยสามารถสรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จในเบื้องต้น ได้แก่ การมีไอเดียที่ดี เช่น เลือกสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการของผู้ใช้งาน สร้างโอกาสเพื่อหาสิ่งที่จะเข้ามาสนับสนุนธุรกิจให้เติบโต ทุ่มเทและไม่ย่อท้อ ลองผิดลองถูกและปรับปรุงเรียนรู้และแก้ไขให้ดีขึ้น มีทีมงานที่มีคุณภาพที่พร้อมและเข้าใจที่จะทำงานแบบสตาร์ทอัพ และสิ่งสำคัญ คือ การระดมทุนเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการให้ดีขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้นำปัจจัยที่ได้เหล่านี้เป็นข้อมูลเพื่อใช้สร้างเครื่องมือในการวิจัยทั้งแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามรวมทั้งเปรียบเทียบผลการวิจัยที่เกิดขึ้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อหาคำตอบว่าสิ่งใดที่ธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพในประเทศไทยควรปฏิบัติแล้วจะประสบความสำเร็จ โดยเริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ แล้วพัฒนาเป็นแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพในประเทศไทย

1. การรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูล (Key informant) จำนวน 3 คน จาก 3 บริษัท โดยเลือกแบบอาศัยวิจารณญาณ (Judgment sampling) พิจารณาสตาร์ทอัพที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยม โดยใช้เกณฑ์เลือกแอปพลิเคชันที่มี ยอดการดาวน์โหลดใช้งานของผลิตภัณฑ์ของบริษัทมากกว่า 10,000 ครั้ง และมีคะแนนของแอปพลิเคชันมากกว่า 4 ดาวขึ้นไป ซึ่งถือว่ามีความสำเร็จเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป คุณสมบัตินี้จึงสามารถเป็นตัวแทนที่จะให้ข้อมูลเชิงลึกในประเด็นที่เกี่ยวกับการดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured) คำถามปลายเปิดที่พัฒนามีกรอบการถามในเบื้องต้นจากการทบทวนวรรณกรรม จำนวน 7 ข้อคำถาม ในด้านปัจจัยแห่งความสำเร็จด้านทักษะ และคุณสมบัติของหัวหน้า ด้านทักษะและคุณสมบัติของทีม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกลยุทธ์ ด้านลูกค้า ด้านการส่งเสริมของภาครัฐและเอกชน และอื่น ๆ

2. การรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

ข้อมูลเชิงคุณภาพถูกนำมาพัฒนาเป็นแบบสอบถาม นำไปเก็บรวบรวมกับประชากรซึ่งเป็นธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลประเภท 58202 การจัดทำซอฟต์แวร์สำเร็จรูป จำนวน 197 กิจการ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2561) โดยได้รับการตอบกลับจำนวน 103 ชุด โดยแบบสอบถามที่พัฒนามาจากวรรณกรรมผสมผสานกับข้อมูลที่วิเคราะห์การสัมภาษณ์ประกอบด้วย 2 ส่วนได้แก่ คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกิจการ ลักษณะคำถามปลายปิด และให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว และคำถามเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ จากนั้นน้อยไปมาก (1 หมายถึงเห็นด้วยน้อยที่สุดว่าปัจจัยนี้ส่งผลต่อความสำเร็จต่อกิจการ และ 5 หมายถึงเห็นด้วยมากที่สุดว่าปัจจัยนี้ส่งผลต่อความสำเร็จต่อกิจการ) ทั้งนี้ได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้วยการหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการจัดการธุรกิจจำนวน 2 คน เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและความถูกต้องของภาษา ด้วยการตรวจสอบ การวิเคราะห์รายข้อ (Item analysis) สรุปข้อคำถามได้

ทั้งหมด 56 ข้อ ประกอบด้วยข้อคำถามจากการทบทวนวรรณกรรม 36 ข้อและข้อคำถามจากการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ 20 ข้อ นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 กิจการ เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha) พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.938 ซึ่งแสดงว่ามีระดับความเชื่อมั่นดีมากสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ โดยข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 2 ถูกนำมาวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่ออธิบาย (EFA) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนองค์ประกอบ และเลือกค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ที่สามารถอธิบายความหมาย ที่มีค่ามากกว่า 0.3 ขึ้นไป และหมุนแกนองค์ประกอบด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax) เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยและตั้งชื่อให้แก่กลุ่มปัจจัยที่ได้โดยใช้ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีนัยสำคัญมากเป็นแนวทางการตั้งชื่อ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพในประเทศไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจประเภทบริษัทจำกัด โดยมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายส่วนใหญ่เป็น ผลิตภัณฑ์บริการเกี่ยวกับลูกค้าสัมพันธ์ เกี่ยวกับการทำการตลาดออนไลน์ บริการทำซอฟต์แวร์เพื่อการบริการธุรกิจ และซอฟต์แวร์เพื่อการจัดการการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น จำนวนทุนเริ่มต้นมากที่สุดคือจำนวน 1 - 5 ล้านบาท จำนวนคิดเป็นร้อยละ 69.90 มีระยะเวลาประกอบกิจการน้อยกว่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.25 กำไรต่อปีน้อยกว่าร้อยละ 50 ของเงินลงทุน คิดเป็นร้อยละ 51.46

2. ลักษณะของธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพในประเทศไทยที่ประสบผลสำเร็จ

ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการประสบความสำเร็จในธุรกิจสตาร์ทอัพได้นั้นต้องมีลักษณะทักษะในด้านต่างๆ และการสนับสนุนจากภาครัฐ ประกอบด้วย ด้านทักษะและคุณสมบัติของทีม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านผู้ก่อตั้ง และด้านลูกค้า ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลักษณะของธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพในประเทศไทยที่ประสบผลสำเร็จ

ลักษณะ	ค่าเฉลี่ย	S.D.
ทักษะและคุณสมบัติของผู้ก่อตั้ง	4.430	0.750
ทักษะและคุณสมบัติของทีม	4.551	0.662
ความสำเร็จด้านผลิตภัณฑ์	4.498	0.783
ความสำเร็จด้านกลยุทธ์	4.222	0.895
ความสำเร็จด้านลูกค้า	3.971	0.807
การสนับสนุนจากรัฐและเอกชน	4.138	1.080

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดลำดับหนึ่ง เกี่ยวกับลักษณะแห่งความสำเร็จของสตาร์ทอัพด้านทักษะและคุณสมบัติของทีม โดยมีความเห็นประกอบว่าความรับผิดชอบของทีมสำคัญที่สุด รองลงมา คือ การใฝ่รู้การเรียนรู้และพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ ทีมมีความสามารถด้านการผลิตหรือสร้างผลิตภัณฑ์ที่รวดเร็ว และการที่ทีมมีความเข้าใจการทำงานแบบสตาร์ทอัพทั้งหมดเป็นองค์ประกอบในกลุ่มทักษะและคุณสมบัติของทีมที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีลักษณะในลำดับถัดมา คือความสำเร็จด้านผลิตภัณฑ์

โดยมีความเห็นประกอบว่าผลิตภัณฑ์ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีการออกแบบที่ดี
ง่ายต่อการใช้งาน มีการออกแบบที่ดีสามารถพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว และผลิตภัณฑ์มีรางวัลเพื่อตอบแทน
ลูกค้าเพื่อจูงใจให้ลูกค้าใช้งานต่อเนื่อง

โดยลักษณะที่น้อยที่สุด คือด้านลูกค้า ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นประกอบว่า
ในด้านลูกค้าต้องคำนึงถึงความพร้อม และความต้องการใช้บริการใหม่ของลูกค้า การที่ลูกค้ารู้และเข้าใจ
ความต้องการของตนเอง และความรู้ความสามารถด้านการใช้เทคโนโลยีของลูกค้า

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ

ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของข้อมูลจากค่าสถิติ KMO พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.701 ซึ่งมากกว่า
0.6 และเข้าใกล้ 1 และค่าสถิติไคสแควร์เท่ากับ 6481.129 หมายความว่าข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมและ
มีความสัมพันธ์กันดี ดังนั้นสามารถใช้สถิติวิเคราะห์องค์ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้ได้
นอกจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการสกัดองค์ประกอบโดยวิเคราะห์ค่าไอเกนที่มากกว่า 1 พบว่ามีองค์ประกอบ
(Component) ที่มีค่าไอเกนมากกว่า 1 จำนวน 13 ตัว และมีพิสัยของค่าไอเกนอยู่ที่ 1.263 - 12.610
และมีค่าความแปรปรวนสะสมเท่ากับ 83.138 สามารถจัดกลุ่มปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจซอฟต์แวร์
สตาร์ทอัพได้ 13 องค์ประกอบ แต่เมื่อพิจารณาองค์ประกอบที่ 8 เป็นต้นไป มีตัวแปรไม่ถึง 3 ตัวแปร
ผู้วิจัยจึงเลือกตัดองค์ประกอบที่ 8 - 13 ออก เพราะถือว่าเป็นองค์ประกอบที่ไม่มีความหมายไม่ชัดเจน
(สมบัติ ท้ายเรือคำ, 2547) ดังนั้นปัจจัยแห่งความสำเร็จแห่งธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพสามารถจัดกลุ่มได้
8 องค์ประกอบ และผู้วิจัยกำหนดชื่อเพื่อสื่อความหมายที่สอดคล้องกับตัวแปรของแต่ละองค์ประกอบ
ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบและชื่อองค์ประกอบปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ
ซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ

องค์ประกอบ	จำนวนข้อ	น้ำหนัก องค์ประกอบ	Eigenvalue	ร้อยละของ ปริมาณความ แปรปรวน
1. ทักษะพื้นฐานของการประกอบ ธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ	14	0.437 - 0.858	12.610	22.518
2. ความสามารถในการสร้าง ผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็ว	8	0.520 - 0.786	5.778	32.835
3. ผลิตภัณฑ์ดึงดูดและจูงใจให้ลูกค้า ใช้งาน	6	0.593 - 0.881	5.512	42.679
4. ติดตามเทคโนโลยีและเทรนของ ผลิตภัณฑ์	5	-0.534 - 0.851	3.992	49.808
5. การส่งเสริมและสนับสนุนการทำ สตาร์ทอัพจากรัฐบาลและเอกชน	4	0.388 - 0.771	3.164	55.457
6. คุณภาพขององค์กรและผลิตภัณฑ์	3	0.463 - 0.810	2.822	60.497
7. ความสามารถในการบริหารของ ผู้ก่อตั้ง	4	0.466 - 0.844	2.782	65.466
8. พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องต่อ ความต้องการของลูกค้า	3	0.474 - 0.800	2.457	69.853



ในแต่ละองค์ประกอบ ประกอบด้วยตัวแปรต่างๆ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย 14 ตัวแปร ได้แก่ 1.เป้าหมายที่ชัดเจน 2.วิสัยทัศน์ที่ชัดเจน 3. ไอเดียที่ดี 4. เข้าใจในการระดมทุน 5. ความเข้าใจความหมายสตาร์ทอัพที่ถูกต้อง 6. รักในการทำซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ 7. ประสบการณ์ในการทำงานด้านซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ 8. ทีมมีความรู้ความสามารถด้านการเขียนซอฟต์แวร์ 9. ทีมมีความเข้าใจการทำงานแบบสตาร์ทอัพ 10. ทีมงานรักการเรียนรู้และพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ 11.ผลิตภัณฑ์ปรับปรุง และพัฒนาตามคำแนะนำของลูกค้า 12.ผลิตภัณฑ์มีความทันสมัย มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ 13. ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันอื่น ๆ ในตลาด 14. โครงการไทยแลนด์ 4.0 เมื่อพิจารณาปัจจัยในกลุ่มนี้แล้วส่วนใหญ่จะเน้นไปที่ มีทักษะพื้นฐานของสตาร์ทอัพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ทักษะพื้นฐานของการประกอบธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ

องค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วย 8 ตัวแปร ได้แก่ 1.สามารถเรียนรู้และประยุกต์ใช้ได้อย่างรวดเร็ว 2. สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว 3. มีผู้ร่วมก่อตั้งหรือมีพันธมิตรระหว่างบริษัท 4. ทีมมีความสามารถด้านการผลิตหรือสร้างผลิตภัณฑ์ที่รวดเร็ว 5. ผลิตภัณฑ์สร้างประสบการณ์ในการใช้งานที่ดีต่อลูกค้าตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้ 6. ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบที่ดีสามารถพัฒนาได้อย่างรวดเร็ว 7. ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบที่ง่ายต่อการใช้งาน 8. ตลาดเป้าหมายของผลิตภัณฑ์คือลูกค้าประเภทบริษัท เมื่อพิจารณาปัจจัยในกลุ่มนี้แล้วส่วนใหญ่จะเน้นไปที่ ความเร็ว ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ความสามารถในการสร้างผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็ว

องค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วย 6 ตัวแปร ได้แก่ 1.ผลิตภัณฑ์สามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ให้มาใช้งานได้ 2. ผลิตภัณฑ์มีฟังก์ชันที่ครบถ้วน ต่อการต้องการของลูกค้า 3. ผลิตภัณฑ์มีรางวัลเพื่อตอบแทนลูกค้าเพื่อจูงใจให้ลูกค้าใช้งานต่อเนื่อง 4. ผลิตภัณฑ์รองรับการทำงานทุกระบบปฏิบัติการ เช่น รองรับวินโดวส์และแมคโอเอสหรือแอนดรอยด์และไอโอเอส 5. การลงทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ 6. ตลาดเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ คือลูกค้าผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนทั่วไป เมื่อพิจารณาปัจจัยในกลุ่มนี้แล้วส่วนใหญ่จะเน้นไปที่ ผลิตภัณฑ์ดึงดูดลูกค้า ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ผลิตภัณฑ์ดึงดูดและจูงใจให้ลูกค้าใช้งาน

องค์ประกอบที่ 4 ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ 1. ติดตามข่าวสารและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอยู่เสมอ 2. สร้างผลิตภัณฑ์รุ่นทดลองเพื่อทดสอบการใช้งานลูกค้า 3. สร้างผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองเทรนด์และแนวโน้มการใช้งานของลูกค้า 4. สร้างผลิตภัณฑ์รุ่นทดลองเพื่อทดสอบความต้องการของตลาด 5. ลูกค้ามีความพร้อมและความต้องการใช้บริการใหม่ๆ แต่ปัจจัยข้อ 1. ติดตามข่าวสารและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีอยู่เสมอ มีความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกอื่นในองค์ประกอบในทิศทางตรงข้าม เมื่อพิจารณาปัจจัยในกลุ่มนี้แล้วส่วนใหญ่จะเน้นไปที่ เทคโนโลยีและการทดสอบผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ติดตามเทคโนโลยี และเทรนด์ของผลิตภัณฑ์

องค์ประกอบที่ 5 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ 1.ผลิตภัณฑ์มีการชำระเงินที่ปลอดภัย และได้มาตรฐาน 2. การดึงดูดลูกค้าเพื่อให้ใช้งานผลิตภัณฑ์ครั้งแรก 3. การจัดงานให้สตาร์ทอัพได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อนักลงทุนหรือลูกค้า 4. การละเว้นภาษี 5 ปีสำหรับสตาร์ทอัพ เมื่อพิจารณาปัจจัยในกลุ่มนี้แล้วส่วนใหญ่จะเน้นไปที่การสนับสนุนของรัฐบาลและเอกชน ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า การส่งเสริมและสนับสนุนการทำสตาร์ทอัพจากรัฐบาลและเอกชน

องค์ประกอบที่ 6 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ 1. ความรู้ความสามารถด้านการบริหารงานบุคคล 2. ผลลัพธ์ที่มีคุณภาพที่สูง 3. ลูกค้ารู้และเข้าใจความต้องการของตัวเอง เมื่อพิจารณาปัจจัยในกลุ่มนี้แล้ว ส่วนใหญ่จะเน้นไปที่คุณภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า คุณภาพขององค์กรและผลลัพธ์

องค์ประกอบที่ 7 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ 1. กล้าเสี่ยง 2. ความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจ 3. ความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า 4. การให้บริการช่วยเหลือลูกค้าเมื่อมีปัญหาในการใช้งาน เมื่อพิจารณาปัจจัยในกลุ่มนี้แล้วส่วนใหญ่จะเน้นไปที่ การบริหารธุรกิจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า ความสามารถในการบริหารของผู้ก่อตั้ง

องค์ประกอบที่ 8 ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ 1. ความมั่นใจ 2. การเก็บสถิติการใช้งานฟังก์ชันต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามการใช้งานของลูกค้าได้เหมาะสม 3. การทดสอบผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาปัจจัยในกลุ่มนี้แล้วส่วนใหญ่จะเน้นไปที่ การพัฒนาและทดสอบผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งชื่อองค์ประกอบนี้ว่า พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้า

อภิปรายผลการวิจัย

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยแห่งความสำเร็จจากงานวิจัยนี้ กับปัจจัยแห่งความสำเร็จจากงานวิจัยในอดีตเกี่ยวข้อง พบปัจจัยแห่งความสำเร็จที่เกิดขึ้นใหม่ กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ จำนวน 1 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 2 ความสามารถในการสร้างผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็ว สามารถสรุปความคล้ายคลึงของปัจจัยแห่งความสำเร็จใหม่ที่ได้จากการวิจัยนี้ กับปัจจัยเก่าที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้ดังตารางที่ 3 อธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ 1 คือทักษะพื้นฐานของการประกอบธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ ซึ่งเป็นการเข้าใจพื้นฐานของการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพทั่วไป เช่น ทักษะและความสามารถที่ผู้ก่อตั้งธุรกิจสตาร์ทอัพพึงมี รูปแบบการบริหารธุรกิจแบบสตาร์ทอัพ ซึ่งความรู้พื้นฐานนี้สามารถเรียนรู้ได้จากวรรณกรรมทั่วไป หรือฟังจากการบรรยายเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ ปัจจัยนี้สอดคล้องกับบทความหรือวรรณกรรมในอดีตของ พยัต วุฒิรงค์ (2559) ที่ได้อธิบายถึง ทักษะและความรู้ความสามารถที่สตาร์ทอัพควรมี เช่น การทำในสิ่งที่รักและรักในสิ่งที่ทำ ความกระหายต่อการไปถึงเป้าหมายและเชื่อว่าทุกโอกาสที่เข้ามา

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบการค้นพบปัจจัยแห่งความสำเร็จกับงานวิจัยในอดีต

องค์ประกอบที่	มีความสอดคล้องต่อวรรณกรรมของ												
	กวิณ อ้วนันท์	พยัต วุฒิรงค์	ณฤทธิ วรพงษ์ดี	ชาคริต จันทรรุ่งสกุล	สิทธิพงษ์ ศิริมาศเกษม	สุพนเตร แสนเสนา และ ธิตาทิพย์ บุตรแสง	กระทรวงอุตสาหกรรม	กรมสรรพากร	สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ ดิจิทัล	Langen & Groenewegen	Cao & Chow	จิตพิสุทธิ์ ภูสะอาด	เดโช ธนโชจินดา
1	/	/	/	/	/	/				/	/		/
2													
3				/							/		/
4											/		
5								/	/				
6										/	/	/	/
7				/						/			/
8				/							/		

ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ 2 ความสามารถในการสร้างผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็ว คือการสร้างสินค้าได้อย่างรวดเร็วทันต่อการใช้งานของลูกค้า เทคโนโลยีและเทรนการใช้งาน เนื่องจากการสร้างสินค้าได้อย่างรวดเร็วทันความต้องการของลูกค้านั้น ทำให้สินค้าเข้าถึงลูกค้าได้ก่อนคู่แข่ง ส่งผลให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่มาก และเพิ่มแนวโน้มความสำเร็จให้มากขึ้น ซึ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จนี้เกิดขึ้นใหม่จากงานวิจัย ดังนั้น การสร้างผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพยุคใหม่ควรมีซึ่งSaura, Palos-Sanchez, & Grilo (2019) ได้เสนอว่าลักษณะสำคัญของสตาร์ทอัพ คือการใช้นวัตกรรมในการสร้าง และนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ 3 ผลิตภัณฑ์ดึงดูดและจูงใจให้ลูกค้าใช้งาน คือผลิตภัณฑ์ของซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพที่ผลิตขึ้นสามารถสร้างความต้องการใช้งานของลูกค้าได้หรือลูกค้ามีความสนใจใช้งานสินค้า ซึ่งการสร้างสินค้าที่ลูกค้าต้องการใช้นั้น ประกอบด้วยหลายปัจจัย เช่น การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามเทรนการใช้งานของตลาด การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ามีความจำเป็นต้องใช้งาน เป็นต้น เนื่องจากลูกค้าคือตัวแปรสำคัญของความอยู่รอดของซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ หากมีลูกค้าใช้งานผลิตภัณฑ์จำนวนมากส่งผลให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จได้ง่าย ซึ่งในทางตรงกันข้ามหากไม่มีลูกค้าใช้งานผลิตภัณฑ์จะส่งผลให้ธุรกิจล้มเหลวและปิดกิจการ ปัจจัยนี้สอดคล้องกับบทความหรือวรรณกรรมในอดีตของ Cao & Chow (2008) ที่ศึกษาและพบว่า ควรสร้างผลิตภัณฑ์ให้ทันตามความต้องการของลูกค้าและสร้าง

ผลิตภัณฑ์ได้ทันต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ดังนั้นการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพควรผลิตภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดและจูงใจให้ลูกค้าใช้งานได้เพื่อให้เกิดความสำเร็จต่อการประกอบธุรกิจ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ 4 ติดตามเทคโนโลยีและเทรนของผลิตภัณฑ์ คือการพัฒนาสินค้าตามเทคโนโลยี และเทรนด์การใช้งาน ซึ่งจะช่วยให้ลูกค้ามาใช้งานผลิตภัณฑ์ แต่ผู้ประกอบการควรพิจารณาให้รอบครอบเพราะเทคโนโลยี และเทรนด์การใช้งานนั้นมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ติดตลาด และมีการใช้งานของลูกค้าจำนวนมาก หากเลือกใช้เทคโนโลยีและเทรนด์การใช้งานได้อย่างเหมาะสมจะส่งผลให้มีลูกค้าที่มาก และทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ ปัจจัยนี้สอดคล้องกับบทความหรือวรรณกรรมในอดีตของ พยัต วุฒิรงค์ (2559) ที่ศึกษาพบว่า ควรเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่อยู่กับความเคยชิน มีหลายธุรกิจที่สินค้าเป็นที่นิยม และมีความต้องการสูงในตลาดแล้ว แต่ก็สามารถปิดตัวลงได้ สตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จมีแต่การเปลี่ยนแปลงและนำมาประยุกต์ใช้อยู่เสมอ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ 5 การส่งเสริมและสนับสนุนการทำสตาร์ทอัพจากรัฐบาลและเอกชน คือรัฐบาลหรือเอกชนจัดงานเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ ที่เปิดโอกาสให้สตาร์ทอัพได้นำเสนอสินค้าต่อประชาชนหรือองค์กรเป็นการเพิ่มลูกค้าให้ธุรกิจ หรือเพิ่มโอกาสเชื่อมความสัมพันธ์ของธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพด้วยกันเองเพื่อร่วมกันพัฒนาให้ธุรกิจมั่นคงมากขึ้น การสนับสนุนการทำสตาร์ทอัพได้แก่ รัฐบาลออกนโยบายส่งเสริมและผลักดันให้ธุรกิจสตาร์ทอัพเติบโต เช่น การวางโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจ การส่งเสริมการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ การผลักดันผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพออกสู่ตลาดโลก เป็นต้น การช่วยเหลือเหล่านี้จะส่งผลให้สตาร์ทอัพมีแนวโน้มประสบผลสำเร็จมากขึ้น ปัจจัยนี้สอดคล้องกับบทความหรือวรรณกรรมในอดีตในแผนการพัฒนาเศรษฐกิจของโครงการการพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (2560) ที่อธิบายถึงโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ที่ส่งเสริมการทำธุรกิจสตาร์ทอัพและโครงการไทยแลนด์ 4.0

ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ 6 คุณภาพขององค์กรและผลิตภัณฑ์ คือ มีทีมงานที่มีคุณภาพ เช่น การรับโปรแกรมเมอร์ที่มีความสามารถและทักษะสูงเพื่อใช้ในการผลิตซอฟต์แวร์หรือรับพนักงานที่มีทักษะพร้อมทำงาน เป็นต้น เนื่องจากช่วงเริ่มต้นการก่อตั้งสตาร์ทอัพต้องมีพนักงานที่มีคุณภาพเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์สู่ตลาด เพราะการสร้างซอฟต์แวร์ใช้ความรู้ความสามารถและทักษะขั้นสูง ดังนั้นพนักงานในฝ่ายผลิตควรมีประสบการณ์และความรู้ และผู้ก่อตั้งควรบริหารงานให้มีคุณภาพเพื่อใช้ประสิทธิภาพของพนักงานให้มากที่สุด การแบ่งงานและกระจายงานอย่างมีคุณภาพ เช่น แบ่งงานตามความเชี่ยวชาญของพนักงาน การให้ค่าตอบแทนแก่พนักงานที่เหมาะสม เป็นต้น ดังนั้นองค์กรที่มีคุณภาพจะช่วยสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ปัจจัยนี้สอดคล้องกับบทความหรือวรรณกรรมในอดีตของ จิตพิสุทธิ์ ภูสะอาด (2554) ที่ได้ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ พบว่า ควรบริหารจัดการบุคคลให้มีคุณภาพและการบริการต้นทุนด้านค่าตอบแทนของพนักงานที่มีทักษะสูง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพเนตร แสนเสนา และคณะ (2561) กล่าวถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จของสตาร์ทอัพ ที่ต้องมีปัจจัยสำคัญพื้นฐานคือทีมงานและไอเดียใหม่

ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ 7 ความสามารถในการบริหารของผู้ก่อตั้ง คือการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าและสร้างผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและลดการเกิดปัญหาเพื่อรักษาลูกค้าอย่างต่อเนื่องและให้บริการช่วยเหลือลูกค้าจากการเกิดปัญหาเพราะปัญหาอาจเกิดขึ้นได้เสมอ เมื่อเกิดปัญหาแล้วควรแก้ไขปัญหด้วยความรวดเร็วและตรงจุดและพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อไม่ให้ปัญหานั้นเกิดซ้ำอีกจะช่วยรักษาลูกค้าไว้ได้ แม้แต่สตาร์ทอัพชื่อดังที่ให้บริการโซเชียลมีเดีย (Social media)



ก็เกิดปัญหา เช่น ข้อมูลลูกค้าหลุดออกสู่ภายนอก แต่บริษัทสามารถได้แก้ปัญหาได้และรักษาลูกค้าและความเชื่อมั่นได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดการการประกอบธุรกิจด้วยความรอบคอบและแก้ปัญหาอย่างถูกวิธี ปัจจัยนี้สอดคล้องกับบทความหรือวรรณกรรมในอดีตของ Langen & Groenewegen (2013) ที่ได้ศึกษาการประกอบธุรกิจว่า หัวหน้าที่มีความรู้มีประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจ มีแผนการดำเนินธุรกิจที่ดีและรอบคอบ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ 8 พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้า คือ เข้าใจความต้องการของลูกค้าและนำเสนอสินค้านั้นให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า การเข้าใจความต้องการของลูกค้าผู้ประกอบการต้องมีทักษะในการวิเคราะห์แนวโน้มการใช้งานของลูกค้าในปัจจุบันและควรติดตามข่าวสารด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ หากผู้ประกอบการมีสินค้าหรือบริการตรงต่อความต้องการของลูกค้าจะดึงดูดการใช้งานของลูกค้าและทำกำไรได้ เนื่องจากรายได้ของกิจการส่วนใหญ่นั้นมาจากลูกค้า หากกิจการมีลูกค้าใช้งานจำนวนมากจะช่วยให้เพิ่มแนวโน้มความสำเร็จของกิจการให้มากขึ้น ปัจจัยนี้สอดคล้องกับบทความหรือวรรณกรรมในอดีตของ ชาคิต จันทรุ่งสกุล (2557) ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจสตาร์ทอัพประสบผลสำเร็จไว้ว่า ควรรู้จักและรู้ความต้องการของลูกค้าและมั่นใจ และลงมือทำ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ

ผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพควรให้ความสำคัญกับการสร้างหรือมีวิธีการเพื่อเพิ่มแนวโน้มให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ตามลำดับความสำคัญดังนี้ ความสามารถของทีมในการสร้างคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์ ความสามารถทางการตลาด ความสามารถในการสร้างผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็ว การส่งเสริม และสนับสนุนการทำสตาร์ทอัพจากรัฐบาลและเอกชน พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้า ความสามารถในการบริหารของผู้ก่อตั้ง ทักษะพื้นฐานของการประกอบธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ คุณภาพขององค์กรและผลิตภัณฑ์ การเลือกใช้หรือคิดค้นกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ของธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ดึงดูดและจูงใจให้ลูกค้าใช้งาน ติดตามเทคโนโลยีและเทรนด์ของผลิตภัณฑ์ ทักษะในการสื่อสารที่ดี ความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของ ดังนั้น หากไม่มีปัจจัยแห่งความสำเร็จแล้วจะทำให้ธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพไม่ประสบผลสำเร็จตามวิสัยทัศน์ที่ได้ตั้งไว้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพประเภทอื่น

สตาร์ทอัพประเภทอื่นสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ได้ การนำปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพไปประยุกต์ใช้ ช่วยเพิ่มโอกาสให้กิจการเติบโตก้าวหน้าและพัฒนาขึ้น ทำกำไรได้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้แนวโน้มความสำเร็จของกิจการเพิ่มมากขึ้นด้วย

3. ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

ภาครัฐสามารถนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนให้ธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพของประเทศไทยสามารถสู้ธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพของต่างชาติได้ เช่น มีกองทุนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมสตาร์ทอัพโดยตรง หรือมีกฎหมายที่เอื้อให้ให้สตาร์ทอัพที่เกิดใหม่เข้มแข็งและอยู่รอดได้



เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2561). สถิติการจดทะเบียน. สืบค้นจาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/bdw/menu/est/1.html>
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). **Startup**. สืบค้นจาก <http://www.industry.go.th/industry/index.php/th/knowledge/item/10604-startup>
- กวิน อัสวานันท์. (2560). ทำไม “สตาร์ทอัพ” ของคุณถึงไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่คิด?. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/news/techupdate/startups/why-startups-fail/>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- จิตพิสุทธิ์ ภูสะอาด. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจซอฟต์แวร์ กรณีศึกษา บริษัท ไฮโซ สตาร์ทอัพ จำกัด. (รายงานการศึกษาอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- ชาคริต จันทรรุ่งสกุล. (2557). วิพากษ์วงการสตาร์ทอัพไทย. สืบค้นจาก <https://www.blognone.com/node/54166>
- ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี. (2560). SET Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ. กรุงเทพฯ: ฝ่ายพัฒนาความรู้ผู้ลงทุน ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- ธนาคารกรุงเทพ. (2559). รู้จักกับ Thailand 4.0 แบบเข้าใจง่าย. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbanksme.com/article/10053>
- พยัต วุฒิรงค์. (2559). 9 นิยามของ Startup ที่ประสบความสำเร็จ (ไม่เคยมีใครบอก). สืบค้นจาก <https://www.smartsme.co.th/content/33977>
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2547). การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis : FA). สืบค้นจาก https://edu.msu.ac.th/jem/home/journal_file/114.pdf
- สุพเนตร แสนเสนา และคณะ. (2561). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ Startup. สืบค้นจาก http://sc2.kku.ac.th/stat/statweb/images/Eventpic/60/Seminar/01_1_Startup.pdf
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2560). 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายกลไกขับเคลื่อนเพื่ออนาคต. สืบค้นจาก <http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/publications/newengineofgrowth.pdf>
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2560). depa เผย 4 มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน Digital Startup. สืบค้นจาก <http://www.depa.or.th/th/article/depa-เผย-4-มาตรการส่งเสริมและสนับสนุน-digital-startup>.
- Ahmed, G. (2014). Critical success factors & why CSFs important for business success. Retrieved from <http://www.studylecturenotes.com/management/critical-success-factors-why-csfs-important-for-business-success>
- Blank, S. G., & Dorf, B. (2012). The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company. Pescadero, Calif: K & S Ranch, Inc.



Cao, D. & Chow, T. (2008). A survey study of critical success factors in agile software projects. **The Journal of Systems and Software**, **81**(6), 961-971.

Langen, F.D. & Groenewegen, G. (2012). Critical success factors of the survival of start-ups with a radical innovation. **Journal of Applied Economics and Business Research**, **2**(3), 155-171.

Saura, J. R., Palos-Sanchez, P., & Grilo, A. (2019). Detecting indicators for startup business success: Sentiment analysis using text data mining. **Sustainability**, **11**(3), 917. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/3/917>