# ปัจจัยสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย
# The Critical Factors to Success of Startup Business in Thailand

กฤษยา มะแอ[1] และ กฤษณา ฝังใจ[2]
Kritsaya Maair and Kritsana Fangjai

## บทคัดย่อ

การศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์อัพ) ในประเทศไทย เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาต้นแบบธุรกิจสตาร์ทอัพ ที่เหมาะสมกับธุรกิจในประเทศไทยเพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง และประสบความสำเร็จ ลดความผิดพลาด รวมถึงความล้มเหลว โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบท ปัญหาของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย และศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยกระบวนวิธีการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) จำนวน 8 เรื่อง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสู่ความสำเร็จของสตาร์อัพในประเทศไทย ขึ้นอยู่กับลักษณะการดำเนินงาน และกลุ่ม เป้าหมายที่แตกต่างกันโดยสามารถสรุปได้ดังนี้ ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจังหวะเวลาเป็นสำคัญ ธุรกิจประเภท User-Generated Content จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทีมเป็นสำคัญ ธุรกิจสตาร์ทประเภทบริการจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ ๆ ความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถเรียกความสนใจให้คนมาใช้บริการได้ โดยหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจในทุกประเภทคือ รูปแบบในการดำเนินธุรกิจ (Business Model)

**คำสำคัญ**: ปัจจัยสู่ความเร็จ สตาร์ทอัพ สตาร์ทอัพประเทศไทย

## Abstract

Study about the most important factor for startup success in Thailand. This study to find a startup business model suitable for businesses in Thailand, to strengthen and how to succeed in business. The aims of study are study about a context of startup's problems enterprises in Thailand and to find out how to solve the problem of startup, Reduce mistakes and failure of startup business. For this study, the researcher used a qualitative research by using documentary research, reviewing

[1] สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ E-mail: ajgolfkritsana@gmail.com
[2] สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ E-mail: gift_318@yahoo.com

relevant theoretical and literary concepts. The study indicated that the success of Startup in Thailand depends on the nature of the business and different target groups. The summary can be summarized as follows: E-Commerce will focus on the timing factor. Product and Service are demands of most people. Startup Type of User-Generated Content will focus on the team because team can work easily, understand each other, lead to a perfect business plan, Output in a timely manner and will result in huge capital mobilization. Startup type for Services will Focus on new ideas, Creativity and attractive to people. The keywords of all business are a business model using to support and solve the problem in startup business.

**Keywords:** Success Factors, Startup, Startup in Thailand

## บทนำ

หากจะกล่าวถึงสตาร์ทอัพ หลายคนคงจะคุ้นหูและได้ยินกันมาสักระยะหนึ่งแล้ว เพราะในเมืองไทย เริ่มถูกพูดถึงกันในวงกว้างตั้งแต่ปี 2016 (เว็บไซต์สำนักพิมพ์บิงโก, 2561) และยังมีผู้คนอีกกลุ่มหนึ่งที่ยังไม่ทราบและไม่เข้าใจว่าสตาร์ทอัพ คืออะไร “สตาร์ทอัพ คือ กิจการที่ตั้งขึ้นเพื่อค้นหาโมเดลธุรกิจ (business model) ที่ทำซ้ำได้ (repeatable) และขยายตัวได้ (scalable)” (Steve Blank อ้างในโครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ มศก., 2560) “สตาร์ทอัพ คือ องค์กรที่มุ่งมั่นจะสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริหารใหม่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน” (Eric Ries อ้างใน สำนักพิมพ์บิงโก, 2561) สตาร์ทอัพ ถือเป็นวิสาหกิจกลุ่มใหม่ที่มีศักยภาพในการเติบโตอย่างก้าวกระโดดผู้ประกอบการกลุ่มนี้สามารถประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อมาสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างรวดเร็ว จึงเป็นวิสาหกิจแห่งอนาคตที่จะเป็นอีกหนึ่งกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย (เกศรา มัญชุศรี, 2560) สำหรับในประเทศไทยเริ่มมีธุรกิจสตาร์ทอัพในรุ่นแรก ๆ เริ่มต้นเมื่อปี 2554 ยกตัวอย่างเช่น วงใน (Wongnai) ที่เริ่มต้นจากการเป็นเว็บไซต์รีวิวร้านอาหารมาตั้งแต่ปี 2554 แต่เมื่อมาถึงปัจจุบัน ได้มีการพัฒนาเป็นแอพพลิเคชันที่เป็นแพลตฟอร์มขนาดใหญ่สำหรับการค้นหาร้านอาหารได้สะดวกมากขึ้น มีผู้ใช้มากกว่า 2.2 ล้านคน มีข้อมูลร้านอาหารมากกว่า 2 แสนร้านค้า และมีรีวิวมากกว่า 4 ล้านชิ้น ธุรกิจมีรายได้หลักมาจากค่าโฆษณา รวมถึงการขายดีลจากร้านอาหาร (Daily Deal) (เกศรา มัญชุศรี, 2560)

จากนโยบายรัฐบาล วิสัยทัศน์ของนายกรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่ต้องการพัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ให้เป็นนักรบเศรษฐกิจใหม่ (New Economic Warrior) โดยประกาศเป็นนโยบายเมื่อวันที่ 28 เมษายน 2559 ว่า “เรากำลังปลูกต้นไม้ใหม่ ภายใต้สตาร์ทอัพที่จะเป็นธุรกิจรุ่นใหม่ในอนาคต โดยเราจะต้องทำให้ต้นไม้เหล่านี้เจริญเติบโตและออกดอกออกผลให้ได้ภายใน 2 ปี”

(สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2561) และจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร วารสาร ข้อมูลจากระบบออนไลน์ รวมถึงบทความเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ พบว่า มีการสำรวจและรายงานการปิดตัวลงของสตาร์ทอัพทั่วโลกซึ่งคิดเป็นร้อยละ 90 ของจำนวนสตาร์ทอัพทั้งหมด (เศรษฐพงค์ มะลิสุวรรณ, 2560) สตาร์ทอัพที่สามารถดำเนินกิจการอย่างรุ่งเรือง จนกลายเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพอันดับต้น ๆ และประสบความสำเร็จของโลกจำนวนมากที่มีการปิดตัวลงในปี 2560 ได้แก่ 1) โปรแกรม Discord เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการโปรแกรมแชตข้อความและเสียงสำหรับนักเล่นเกมส์ 2) Beepi เว็บไซต์ตลาดซื้อขายรถมือสอง 3) Segment บริษัทเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาประมวลผลข้อมูลของลูกค้า เพื่อนำมาสร้างเครื่องมือในการบริหารจัดการการตลาดออนไลน์ 4) แอพพลิเคชันโซเชี่ยลมีเดียมีฟังก์ชันคล้ายกับเฟสบุ๊ก 5) Zipline บริษัทด้านหุ่นยนต์โดรน 6) Jawbone ธุรกิจสายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ ในปี 2561 ประเทศไทยต้องการให้สตาร์อัพในประเทศมีการเติบโตอย่างแข็งแรง และยาวไกล โดยจากข้อมูลข้างต้นพบว่าธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยมีการปิดตัวลงจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จของสตาร์ทอัพของไทย มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างให้สตาร์ทอัพในประเทศเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจ

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาบริบทของวิสาหกิจเริ่มต้นสตาร์ทอัพในประเทศไทยเพื่อแสวงหาปัจจัยสู่ความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย เพื่อให้หน่วยงาน องค์กร ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงผู้ที่สนใจในการทำธุรกิจได้นำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต โดยนำกรณีศึกษาความล้มเหลวของวิสาหกิจเริ่มต้นสตาร์ทอัพทั่วโลกและบริษัทในประเทศไทย เพื่อหาแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ถูกต้อง ชัดเจน ลดความผิดพลาดในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบริบทของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย
3. เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย

## วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการศึกษาเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจเริ่มต้นสตาร์ทอัพในประเทศไทยมีกระบวนการวิธีการวิจัย (Methodology) ที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยกระบวนวิธีการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ด้วยการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัย ทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย แนวความคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจเริ่มต้น สตาร์ทอัพ ในประเทศไทย ดังนี้

บทความออนไลน์จากเว็บไซต์กรุงเทพธุรกิจ วันที่ 13 พฤษภาคม 2559 เรื่อง WashBox24 แบบอย่าง Startup ไทย ซึ่งเขียนโดย ฉัตรชัย ตวงรัตนพันธ์ ผู้อำนวยการสมาคมผู้ค้าปลีกไทย รวมถึงเป็นนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญเรื่องค้าปลีก ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ศึกษาข้อมูลกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจ วิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ

บทความออนไลน์จากเว็บไซต์ UNLOCKMEN เรื่อง อย่าคิดว่าโลกนี้มันง่าย มาดู Startup ที่ทั้งเจ๋งและเคยยิ่งใหญ่แต่กลับเจ๊งประจำปี 2017 ซึ่งเขียนโดย ไชยพร เมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2560 ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาลักษณะการดำเนินธุรกิจ และสาเหตุการปิดตัวของธุรกิจ โดยศึกษาจากข่าวสาร และหนังสือ รวมถึงวารสารที่เกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ และล้มเหลวที่ได้เผยแพร่ในข่าวสาร หนังสือ วารสารต่าง ๆ ทั่วโลกและมีการแปลความตีความและเรียบเรียงใหม่ โดยไชยพร ในเว็บไซต์ UNLOCKMEN

งานวิจัยของ ธุรกิจ มหาธีรานนท์ และคณะ ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง วิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพรีไฟแนนซ์แห่งหนึ่ง ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการศึกษางานวิจัยเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพรีไฟแนนซ์แห่งหนึ่ง โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการธุรกิจสตาร์ทอัพรีไฟแนนซ์ โดยการวิเคราะห์ค่าข้อมูลทางสถิติแล้วนำมาแปลความหมายโดยการเขียนอภิปรายผล

บทความออนไลน์จากเว็บไซต์ดิจิทัลเวนเจอร์ส เรื่อง ปูพื้นฐานให้แน่นอนก่อนเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยทีมงานของเว็บไซต์ DIGITAL VENTURES โดยได้เขียนเนื้อหาเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินธุรกิจสตาร์อัพ รวมถึงต้องการสร้างความเข้มแข็งรวมถึงต่อยอดความสำเร็จให้กับสตาร์ทอัพในประเทศไทย ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาวิเคราะห์วิธีการ หลักการดำเนินธุรกิจสตาร์อัพ กฎหมายเกี่ยวกับสตาร์อัพที่สามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้อย่างถูกต้องในประเทศไทย

วารสารธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) เรื่อง พร้อมขับเคลื่อนธุรกิจ SMEs และสตาร์ทอัพในยุคดิจิทัล ซึ่งเขียนโดย มงคล ลีลาธรรม ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาความเหมือนและความต่างระหว่างธุรกิจ $SME_s$ และสตาร์ทอัพ รวมถึงวิเคราะห์ความเหมือน และความต่างระหว่างธุรกิจ $SME_s$ และสตาร์ทอัพ

บทความออนไลน์จากเว็บไซต์ไอที 24 ชั่วโมง เรื่อง Startup 90% ล้มเหลว แล้วอีก 10% ที่สำเร็จเขาทำอะไรกัน ซึ่งเขียนโดย เศรษฐพงค์ มะลิสุวรรณ รองประธาน กสทช. และประธานกรรมการกิจการโทรคมนาคม เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2017 ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาปัญหาอุปสรรค และโอกาสในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลจาก ข่าวสาร เอกสารของธุรกิจสตาร์ทอัพ ที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว

งานวิจัยของ สุพเนตร แสนเสนา และคณะ ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในงานวิจัยได้นำเสนอปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ ประสบความสำเร็จ โดยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้สตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ

บทความออนไลน์จากเว็บไซต์ medium สตาร์ทความเจริญ เรื่อง ปัจจัยสุดท้ายที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ ซึ่งเขียนโดยสิทธิพงษ์ จงสกุล เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2560 ผู้เขียนได้นำเสนอปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาหน่วยงาน องค์กร ที่ทำธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้แล้วนำมาสรุปปัจจัยในแต่ละด้าน

## ขั้นตอนในการศึกษา

1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสาร เอกสารทางวิชาการต่าง ๆ และสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย เพื่อศึกษาบริบทของวิสาหกิจเริ่มต้นสตาร์ทอัพในประเทศไทย

2. ศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นกับธุรกิจสตาร์ทอัพ ในประเทศไทย ศึกษาข้อมูลตัวอย่างธุรกิจที่ล้มเหลว ข้อมูลตัวอย่างธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ เพื่อทำการวิเคราะห์สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นกับธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย

3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสาร เอกสารทางวิชาการต่าง ๆ และสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับวิธีการแก้ไขปัญหาธุรกิจสตาร์ทอัพในต่างประเทศ เพื่อนำมาเปรียบเทียบและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย

4. นำข้อมูลที่ได้จากข้อที่ 1-3 มาอภิปรายสรุปผล รวมถึงเขียนข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหาในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย

## การวิเคราะห์ข้อมูล

### ความหมายเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ

1. ธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ธุรกิจเริ่มต้น เปิดบริษัทขึ้นมาใหม่เพื่อรองรับธุรกิจด้านไอที และรวมถึงการทำธุรกิจให้เติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดด สามารถสร้างรายได้จำนวนมาก เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นธุรกิจด้านไอที ในวงการไอทีนั่นเอง เช่น แอพพลิเคชันต่าง ๆ (บริษัท อินเตอร์สเปซ (ประเทศไทย) จำกัด, 2561)

2. การเริ่มต้นธุรกิจเพื่อการเติบโตแบบก้าวกระโดดสร้างรายได้จากการขยายธุรกิจอย่างรวดเร็ว (Scalable) และทำซ้ำ (Repeatable) ถ้าทำธุรกิจผ่านเทคโนโลยีก็จะเรียกว่า Tech Startup ส่วนใหญ่มักจะเป็นธุรกิจเพื่อการแก้ปัญหา (Solutions) หรือโอกาสที่ยังไม่มีใครเคยเห็นหรือไม่เคยทำมาก่อน เช่น แอพพลิเคชันบางอย่างเช่น แอพพลิเคชันให้บริการรถแท็กซี่ แอพพลิเคชันเคลมประกันเมื่อเกิดอุบัติเหตุด้วยตัวเอง เป็นต้น การใช้เงินทุนเริ่มต้นในการทำสตาร์ทอัพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Tech Startup ไม่สูงนักเพราะอาศัยเทคโนโลยีที่มีการพัฒนานำมาใช้งานแล้ว การขยายธุรกิจผ่านเทคโนโลยีเป็นไปได้

อย่างสะดวกรวดเร็วทุกที่ทุกเวลา (เสน่ห์ ศรีสุวรรณ, 2559)

3. องค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อค้นหาโมเดลธุรกิจที่ทำซ้ำได้ และเติบโตแบบก้าวกระโดด “A startup is an organization formed to search for a repeatable and scalable business model.” (Steve Blank, อ้างใน เว็บไซต์สำนักพิมพ์บิงโก, 2018)

4. องค์กรที่มุ่งมั่นจะสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน “A Startup is a human institution designed to create a new product or service under conditions of extreme uncertainty.” (Eric Ries, อ้างใน เว็บไซต์สำนักพิมพ์บิงโก, 2018)

5. บริษัทที่ถูกออกแบบมาเพื่อที่จะเติบโตอย่างรวดเร็ว สิ่งเดียวที่สำคัญที่สุดคือ การเติบโต สิ่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับสตาร์ทอัพจะตามมาพร้อมกับการเติบโต “A startup is a company designed to grow fast. The only essential thing is growth. Everything else we associate with startups follows from growth.” (Paul Graham, อ้างใน เว็บไซต์สำนักพิมพ์บิงโก, 2018)

6. ธุรกิจเกิดใหม่ที่สร้างความเปลี่ยนแปลงด้วยแนวคิดที่แตกต่าง โดยใช้กระบวนการและนวัตกรรมที่ไม่เหมือนใคร สามารถทำซ้ำ (Repeatable) ขยายตลาด (Scalable) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และเติบโตอย่างก้าวกระโดด (Exponential growth) สำหรับสตาร์ทอัพ การเติบโตสามารถทำได้โดยไม่ต้องลงทุนเพิ่มขึ้นมาก (จดหมายข่าวรัฐบาลเพื่อประชาชน, 2559)

จากการศึกษาจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความหมายของสตาร์ทอัพ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า สตาร์อัพ คือ การประกอบธุรกิจที่อาศัยเทคโนโลยีและการบริหารจัดการสมัยใหม่เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ได้กับธุรกิจเดิม หรือการแตกสายงานธุรกิจใหม่ที่ตอบสนองความต้องการในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในยุคปัจจุบันที่มีวิถีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปจากเดิม ซึ่งในบางธุรกิจของสตาร์ทอัพสามารถเป็นธุรกิจที่ไม่เคยเกิดขึ้นหรือมีมาก่อนก็ได้ แต่สามารถแก้ไขปัญหาการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในสังคม หรือเพิ่มเติมความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต สร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับมนุษย์ในสังคมได้นั่นเอง

**แนวคิดเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ**

ในการดำเนินธุรกิจรูปแบบเดิม ซึ่งอาศัยองค์ความรู้ทางด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจในรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมสู่ประเทศไทย 4.0 ตามนโยบายของภาครัฐซึ่งอยู่ในระยะเปลี่ยนผ่าน โดยวิสาหกิจเพื่อสังคม จะเป็นองค์กรที่ใช้วิธีการจัดการกิจการเช่นเดียวกับบริษัทเอกชน แต่เป้าหมายสำคัญของการประกอบธุรกิจ คือ การนำกำไรที่ได้จากการดำเนินการกลับคืนสู่สังคมและสิ่งแวดล้อม เกิดการพัฒนาคน ผลิตภัณฑ์ และระบบการจัดการ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กร (นงคราญ ไชยเมือง และจิรัฏฐ์ กาญจน์บุญเรือง, 2560) แต่เนื่องจากในยุคปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจได้นำเอาเทคโนโลยีมาเป็นตัวช่วยในการขับเคลื่อนดังนั้นการดำเนินธุรกิจรูปแบบดังกล่าวยังไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างแท้จริงอันเนื่องมาจากเทคโนโลยีเป็นหัวใจสำคัญของสตาร์ทของประเทศไทยอยู่ที่ โมเดลธุรกิจ (business model) ซึ่งหมายถึง รูปแบบวิธีการดำเนินกิจการของบริษัทในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ ซึ่งโดยทั่วไปจะเห็นว่าโมเดลธุรกิจสตาร์ทอัพ

มักจะมีรูปแบบแตกต่างไปจากธุรกิจที่เคยมีมาในอดีต และมักจะมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการสร้างธุรกิจ (โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้าน Information and Communication Technology:ICT) ยกตัวอย่างเช่น GRAB taxi ซึ่งเป็น Application สำหรับเรียกใช้บริการโดยสาร รถแท็กซี่เพื่อแก้ปัญหาของความยุ่งยากในการใช้บริการในรูปแบบเดิมที่ลูกค้าจะต้องออกไปรอแท็กซี่ของคนในแถบเอเชีย ซึ่งบริษัทจะได้กำไรจากการเก็บค่าบริการเพิ่มเติม ซึ่งแม้ว่าแนวคิดไม่ได้ต่างจากการโทรศัพท์เรียกแท็กซี่ผ่านศูนย์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ก่อนหน้า แต่การใช้ Application บนโทรศัพท์มือถือเป็นวิถีในการใช้ชีวิตของคนปัจจุบันมากกว่าและสามารถนำเครื่องมือที่ใช้ในชีวิตประจำวัน คือโทรศัพท์มือถือที่เป็นสมาร์ทโฟน (Smart phone) ที่ผู้คนโดยส่วนมากใช้ในชีวิตประจำวันนำมาใช้ได้อย่างเต็มศักยภาพ (โครงการพัฒนาธุรกิจนวัติกรรมรายใหม่ มศก., 2560)

**ทฤษฎีเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ**

ขั้นตอนการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

1. ขั้นตอนการสร้างสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากปัญหา หรือการสร้างสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหา (Problem Solution Fit) ซึ่งในส่วนนี้จัดได้ว่าเป็นระยะเริ่มต้นสำหรับการสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพ ที่เกิดจากการพัฒนาไอเดีย หรือแนวความคิดที่อาจจะมาจากความต้องการแก้ปัญหา Pain point บางอย่างของผู้คน หรือคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมที่สามารถเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ทำให้การดำเนินชีวิตมีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยได้ทำการพิสูจน์ว่าเป็นปัญหาที่มีอยู่จริง และมีความต้องการแก้ไข โดยสามารถคิดผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ปัญหานั้น ๆ ได้ อาจจะเรียกได้ว่าเป็นช่วงเวลาของการค้นหา และการแก้ปัญหา โดยเริ่มจากการหาปัญหาที่เกิดสิ่งรอบตัว แล้วนำมาสร้างเป็นโจทย์สำหรับการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นได้ (ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี, 2560; สมาร์ทเอสเอ็มอี, 2560)

2. ขั้นตอนการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อนำไปทดสอบกับตลาด (Product Market Fit) ซึ่งจะเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง เพื่อนำไปทดลองใช้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือตลาดกับกลุ่มตัวอย่างและทำการเก็บผลสะท้อนกลับ (Feedback) จากลูกค้ารับฟังความคิดเห็นที่ได้จากกลุ่มลูกค้าในด้านการใช้งานสินค้าและบริการทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายว่าดีไม่ดีอย่างไร ใช้แล้วชอบหรือไม่ชอบตรงไหน ใช้แล้วอยากจะใช้ต่อหรือไม่ แล้วนำผลที่ได้นั้นมาปรับปรุงให้ได้สินค้าบริการ หรือผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กับความต้องการของตลาด และในช่วงเวลาเดียวกันสตาร์ทอัพจะต้องเริ่มมองหาผู้ลงทุนอย่างจริงจัง เพื่อทำการระดมทุนในการขยายการผลิต และขยายการตลาดเพื่อรองรับสินค้าและบริการที่ได้พัฒนาขึ้น ก่อนจะเข้าสู่ stage ของการทำธุรกิจอย่างเต็มรูปแบบในลำดับถัดไป (ณฤทธิ์ วงพงษ์ดี, 2560; สมาร์ทเอสเอ็มอี, 2560)

3. ขั้นตอนการสร้างธุรกิจ หรือการกำหนดรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Market Fit) หลังจากที่สินค้าติดตลาดแล้ว ช่วงนี้จะเป็นช่วงที่เน้นการขยายการเติบโตของธุรกิจ การเพิ่มทีมงาน ขยายกำลังการผลิตหรือกำหนดโครงสร้างขององค์กร (Infrastructure) เพื่อรองรับการขยายฐานลูกค้า ซึ่งจะเป็นการพิสูจน์โมเดลทางธุรกิจ รวมถึงการหารายได้ในรูปแบบใหม่ ๆ หรือเรียกอีกอย่างได้ว่าเป็นช่วงที่ดึงดูดนักลงทุน การระดมทุน และทีมงาน เพื่อช่วยให้ธุรกิจเติบโต โดยอาศัย

ความรู้ในเรื่อง Business Model เข้ามาใช้เพื่อช่วยในการกำหนดทิศทางให้กับธุรกิจหรือทำให้ธุรกิจเป็นรูปเป็นร่างนั่นเอง เป็นความลงตัวของสตาร์ทอัพกับนักลงทุนว่าจะร่วมลงทุนและเติบโตไปด้วยกันหรือไม่ (ณฤทธิ์ วงพงษ์ดี, 2560; สมาร์ทเอสเอ็มอี, 2560)

**สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย**

สิ่งที่มีความสำคัญและช่วยให้สภาพแวดล้อมหรือบริบทในการสร้างสตาร์ทอัพในปัจจุบันมีคุณภาพและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คือ การที่ประเทศไทยมีองค์ประกอบของระบบนิเวศของสตาร์ทอัพ หรือ (Start up Ecosystem) ซึ่งเกี่ยวข้องกับหน่วยงาน หรือกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันทำให้เกิดเป็นห่วงโซ่คุณค่า ได้แก่ ธุรกิจสตาร์ทอัพ กลุ่มผู้ลงทุนในสตาร์ทอัพ (Investor) และกลุ่มหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องที่จะมาช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจสตาร์ทอัพเติบโต (Supporting Organization)

1. กลุ่มบริษัทสตาร์ทอัพ (Startup Company) คือ กลุ่มคนที่ริเริ่มก่อตั้ง หรือมีแนวความคิดในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของสตาร์ทอัพ

2. กลุ่มนักลงทุน (Investor) คือ กลุ่มคนที่มีกำลังด้านการลงทุน อาจจะเป็นเงินทุน เครื่องมือหรือส่วนสนับสนุนที่จะส่งผลให้สตาร์ทอัพเติบโตขึ้นได้

3. กลุ่มองค์กรที่เกี่ยวข้องที่ช่วยสนับสนุนให้ธุรกิจเติบโต (Supporting Organization) คือ กลุ่มของหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่สนับสนุนธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยสรรหาบริษัทที่มีศักยภาพในการเติบโต เพื่อมาให้ความช่วยเหลือสนับสนุนด้านต่าง ๆ อาทิเช่น ความรู้ เทคโนโลยี แหล่งเงินทุน การออกหาตลาดต่างประเทศ การออกกฎเกณฑ์ ข้อปฏิบัติ รวมถึงกฎหมายที่เอื้อประโยชน์ต่อการสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพ

องค์ประกอบด้านระบบนิเวศของประเทศไทยที่มุ่งเน้นองค์ประกอบที่จำเป็นในช่วงเกิดและเติบโต โดยอาศัยกรอบแนวคิด Data-driven framework ของ Startup Genome ในปี 2017 เป็นมาตรฐาน (Benchmark) ซึ่งวิเคราะห์องค์ประกอบของแต่ละระบบนิเวศด้วยข้อมูลที่ชี้วัดในแต่ละด้านสามารถจำแนกได้ดังนี้

1) แรงงานที่มีทักษะ (Talent)

2) ประสบการณ์ของประเทศที่มีเทคสตาร์ทอัพ (Startup experience)

3) การเข้าถึงตลาด (Market reach)

4) การระดมทุน (Funding)

5) สมรรถนะ (Performance)

ซึ่งจากการศึกษา พบว่า จุดเด่น และส่วนที่ช่วยส่งเสริมสมรรถนะของไทยในอนาคตได้ คือ ด้านการระดมทุน และรองลงมา คือ ด้านการเข้าถึงตลาด ขณะที่ด้านที่ไทยต้องแก้ไขหรือพัฒนาให้ดีขึ้นอย่างจริงจัง คือ ด้านแรงงานและด้านการพัฒนาให้มีประสบการณ์เกี่ยวกับเทคสตาร์ทอัพ ซึ่งเทคสตาร์ทอัพคือการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพให้มากขึ้น โดยการพัฒนาด้านแรงงานจะมีความสำคัญมากเพราะจะทำให้แต่ละเมืองมีเทคสตาร์ทอัพที่มีประสบการณ์ (จิรัฐ เจนพึ่งพร, 2560)

**ปัญหาเกี่ยวกับสตาร์ทอัพในประเทศไทย**

ในปัจจุบันสตาร์ทอัพในประเทศไทยมีทั้งหมดจำนวน 644 ราย ข้อมูล ณ วันที่ 17 กันยายน 2561 (เว็บไซต์นิวอีโคโนมิกวอเรียล, 2561) และจากการเก็บข้อมูลของสมาคมไทยผู้ประกอบธุรกิจเงินร่วมทุน (Thai Venture Capital Association) หรือสมาคม VC ไทย สำรวจข้อมูลของผู้ก่อตั้งสตาร์อัพในประเทศไทยจำนวน 30 ราย เพื่อเก็บเป็นสถิติให้เห็นแนวโน้มของธุรกิจสตาร์ตอัพในไทย พบว่าสตาร์ทอัพร้อยละ 66.70 ดำเนินการจดทะเบียนในประเทศไทย นอกจากนั้นจดทะเบียนในประเทศสิงคโปร์และสหรัฐอเมริกา กลุ่มอุตสาหกรรมของสตาร์อัพ ร้อยละ 33.30 เป็นธุรกิจประเภทไลฟ์สไตล์ตามด้วยคอมเมิร์ช และ FinTech จากข้อมูลข้างต้นผู้ประกอบการณ์สตาร์ทอัพในประเทศไทยยังมีจำนวนไม่ค่อยมากและยังคงมีการจดทะเบียนในต่างประเทศอยู่จำนวนหนึ่ง และผู้ประกอบการร้อยละ 76.70 ยังเห็นปัญหาด้านความขาดแคลนวิศวกร ร้อยละ 40 ยังเห็นปัญหาด้านภาครัฐที่ยังไม่เข้าใจธุรกิจสตาร์ทอัพร้อยละ 40 มองว่าโครงสร้างพื้นฐานของประเทศไทยยังไม่ดีเท่าที่ควร และร้อยละ 33.30 ขาดแคลนเงินทุนในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ (Isriya Paireepairit, 2559)

อุปสรรคที่ส่งผลต่อธุรกิจสตาร์ทอัพ การเริ่มต้นสิ่งใหม่มักประสบกับอุปสรรคอยู่บ้าง สำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพก็เช่นเดียวกัน สำหรับประเทศไทยนั้นการเริ่มต้นสตาร์ทอัพจะต้องมองในหลายด้านหลายมุม กฎหมายในประเทศไทยไม่ค่อยเอื้ออำนวยในการริเริ่มกิจการ เนื่องจากกิจการบางชนิดต้องขอใบอนุญาต บางเงื่อนไขและบางกฎเกณฑ์ได้มีผลกระทบในการทำลายธุรกิจ และยังทำให้ธุรกิจเก่าถูกท้าทายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในบางประเทศต้องยอมรับว่ามีการต่อต้านกันเกิดขึ้น การบริหารจัดการจึงยากขึ้น ดังนั้นในฐานะองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง และประชาชนคนวัยทำงานมีส่วนสำคัญในการกำหนดกติกาของสังคมจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกลับมาทบทวน การริเริ่มใหม่ที่เกิดขึ้นส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างธุรกิจใหม่ จะเห็นได้ว่าระบบการศึกษาในประเทศไทยยังไม่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น คนหนุ่มสาวที่กำลังจบการศึกษาไม่ได้สั่งสมองค์ความรู้เพื่อนำมาต่อยอดสู่ธุรกิจแนวใหม่ และเป็นเจ้าของธุรกิจ อุปสรรคนี้จึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เมื่อโลกทั้งโลกเปลี่ยนแต่การศึกษาไทยยังคงไม่เปลี่ยน ธุรกิจในประเทศจึงเติบโตยาก อุปสรรคที่เกิดขึ้นจึงต้องขอความร่วมมือจากภาครัฐ และส่วนงานที่เกี่ยวข้องในการสร้างสภาพแวดล้อม และปัจจัยที่จะเกื้อหนุนให้ภาคธุรกิจสตาร์ทอัพ มีความเจริญเติบโต และสิ่งสำคัญที่สุด คือ “การที่จะก้าวเข้าสู่ไทยแลนด์ 4.0 หรืออุตสาหกรรม 4.0 หรือเรียกว่าสตาร์ทอัพรุ่นใหม่ยิ่งต้องตระหนักถึงการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม มาทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า ซึ่งจะทำให้การขับเคลื่อนบรรลุผล” (ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank), 2560)

**ตัวอย่างสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ**

สาเหตุจาก “จังหวะ เวลา” จังหวะ เป็นเรื่องที่สตาร์ทอัพหลายคนมองหา ในยุคที่ VR AR MR กำลังมา VR Real.Estate จึงตัดสินใจเข้าบุกตลาดกลุ่มอสังหาริมทรัพย์โดยนำเสนอระบบเทคโนโลยี VR เพื่อกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ แทนการดูบ้านตัวอย่างที่ต้องเสียเวลาเดินทาง หรือการโมเดลบ้านที่อาจจะไม่ค่อยสมจริง หรือแม้แต่คอนโดที่ยังสร้างไม่เสร็จก็ตาม (Chayanis J , 2560)

สาเหตุจาก “แนวความคิดใหม่” Slack คือ เครื่องมือที่ช่วยให้การสื่อสารในออฟฟิศง่ายขึ้น เริ่มในปี 2013 ซึ่งได้เข้ามาแทนที่การใช้อีเมล์ในองค์กร Slack ประสบความสำเร็จเพราะแอพนี้ได้รวบรวมทุกความสามารถของ Google Apps, Dropbox และ GitHub เข้าไว้ด้วยกัน สิ่งที่แอพนี้สร้างไม่ใช่สิ่งใหม่ แต่เป็นการรวมความสามารถของสิ่งเก่ามาไว้ด้วยกัน (สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย, 2560)

**ตัวอย่าง(สตาร์ทอัพ) ที่ล้มเหลว**

สาเหตุจาก “ความไม่เข้าใจ” บริษัท เฟฟสเตย์ พีทีอี จำกัด ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มให้เช่าคอนโดตากอากาศ “มีแต่ธุรกิจที่เข้าใจว่ากำลังทำอะไรอยู่ แต่คนอื่นไม่เข้าใจ เพราะแพลตฟอร์มในรูปแบบนี้ไม่เคยมีมาก่อนทำให้ถูกปฏิเสธ โดยเหตุผลหลัก คือ ความเชื่อใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจ หรือเจ้าของห้องที่นำมาปล่อยเช่าในแพลตฟอร์มดังกล่าว (สุชาดา เตโชติรส, 2559)

สาเหตุจาก “การมองข้าม” บริษัท จิตตะดอท คอม จำกัด ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มวิเคราะห์หลักทรัพย์ Jitta กล่าวว่า การสร้างตัวทดลอง หรือ Prototype เป็นเรื่องสำคัญ เพราะการนำ Product ไปให้คนกลุ่มหนึ่งทดลองใช้ จะทำให้การพัฒนา Product ทำได้ง่ายขึ้น และตรงความต้องการของผู้ใช้ที่สำคัญการเชื่อมั่นใน Product ตัวเองมากเกินไป ก็เสี่ยงที่ Product นั้นจะไม่สำเร็จ (พรทิพย์ กองชุน, 2559)

**เปรียบเทียบเทคสตาร์ทอัพไทยกับต่างประเทศ**

โครงสร้างบริษัทเกิดใหม่ในประเทศพัฒนาแล้วอาศัยเทคโนโลยีอย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น ในปี 2012 มากกว่า 75% ของบริษัทเกิดใหม่ในออสเตรเลียอยู่ในสาขาสื่อสารสนเทศและโทรคมนาคม ประกอบด้วยหมวดโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และหมวดบริการสารสนเทศเป็นต้น ทั้งนี้การกระจุกตัวของบริษัทเกิดใหม่หรือสตาร์ทอัพในสาขาที่อาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้บ่อยครั้งการกล่าวถึงสตาร์ทอัพเป็นการเจาะจงว่าเป็นบริษัทในหมวดดังกล่าว และยังสามารถระบุให้ชัดเจนได้ด้วยการขยายนามเป็น “เทคสตาร์ทอัพ (Tech Startup)” (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2560)

โดยทั่วไป การจะเป็นบริษัทเกิดใหม่แบบเทคสตาร์ทอัพได้นั้น บริษัทจะมีลักษณะเด่นดังนี้

(1) มีวิธีแก้ไขปัญหา (Solution) หรือบริการใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า

(2) วิธีดังกล่าวถูกออกแบบมาให้ลูกค้าใช้ซ้ำได้อย่างไม่จำกัด

(3) ธุรกรรมจากข้อ (2) จะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้บริษัทเติบโตได้อย่างก้าวกระโดด

การกล่าวถึงเทคสตาร์ทอัพในซิลิคอนวัลเลย์ ในสหรัฐจะชี้ชัดไปเลยว่าเป็นบริษัทที่มีซอฟต์แวร์เป็นพื้นฐานของผลผลิต เช่น เว็บไซต์ โปรแกรมโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น เนื่องจากการออกแบบเว็บไซต์เพียงครั้งเดียว ลูกค้าสามารถเข้ามาใช้ได้อย่างไม่จำกัด (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

สตาร์ทอัพในไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้น ด้วยข้อจำกัดด้านปัจจัยการผลิต ทั้งแหล่งทุนและบุคลากร ซึ่งมีลักษณะพิเศษเฉพาะอุตสาหกรรม ในแง่ของทุนเนื่องจากเทคสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจใหม่ที่มีความเสี่ยงสูง ซึ่งอาจจะไม่คุ้มกับผลตอบแทนในหลายราย ประกอบกับความเข้าใจธุรกิจของสถาบันการเงินยังอยู่ในระยะเริ่มต้น การปล่อยสินเชื่อจึงเป็นไปด้วยความระมัดระวัง ขณะที่ในแง่ของบุคลากรกระดูกสันหลังของเทคสตาร์ทอัพ คือ วิศวกรซอฟต์แวร์ ซึ่งเป็นผู้เขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ การผลิตบุคลากรสาขานี้ของไทยยังจำกัด และส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในมหาวิทยาลัยของรัฐหรือในกำกับของรัฐ

ทำให้สัดส่วนธุรกิจเกิดใหม่ในสาขาขนส่งและการคมนาคม (หมวดโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และหมวดบริการสารสนเทศอยู่ในสาขานี้) คิดเป็นเพียง 7% ของทั้งหมด แม้ว่าสาขาดังกล่าวจะเป็นเป้าหมายลำดับที่ 5 ของธุรกิจเกิดใหม่ก็ตาม (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2560)

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าโครงสร้างบริษัทเกิดใหม่ของไทยกระจายตัวไปทางธุรกิจบริการรูปแบบดั้งเดิม ขณะที่ในประเทศพัฒนาแล้วจะกระจุกตัวในธุรกิจบริการรูปแบบสมัยใหม่และอาศัยเทคโนโลยี

**ปัจจัยที่ทำให้สตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ**

ปัจจัยด้านเวลา Bill Gross ได้กล่าวไว้ว่า จังหวะเวลา สำหรับการทำธุรกิจนั้นต้องมีหลายปัจจัย ถ้าหากธุรกิจเปิดตัวและดำเนินการในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม อาทิเช่น ในช่วงเวลาที่ตลาดสำหรับสินค้าและบริการที่ธุรกิจกำลังจะเริ่มต้นดำเนินอิ่มตัวแล้ว หรือมีตัวเลือกมาก จะส่งผลให้ธุรกิจดำเนินการต่อไปได้ยาก เช่น ธุรกิจ OokBee เป็นธุรกิจเกี่ยวกับแอพพลิเคชันขายหนังสือออนไลน์ ซึ่งจัดเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพ ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ที่ดำเนินธุรกิจมา 5 ปี กว่าจะทำให้ธุรกิจดังกล่าวเป็นที่รู้จักต้องผ่านการเปลี่ยนแปลงของบริษัทในหลายรูปแบบ ณัฐวุฒิ พึงเจริญพงศ์ กล่าวว่า “เวลาและข้อได้เปรียบที่เหนือกว่าคนอื่นเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ธุรกิจได้เปรียบในการเข้าครอบครองส่วนแบ่งในตลาดก่อน” (อศินา พรวศิน, 2559) ธุรกิจ Uber เป็นธุรกิจผู้ให้บริการแท็กซี่ในรูปแบบใหม่โดยให้บุคคลทั่วไปที่มีรถยนต์สามารถเป็นแท็กซี่ และโดยมีรูปแบบในการให้บริการเรียกแท็กซี่ผ่านแอพพลิเคชัน เป็นธุรกิจสตาร์ทอัพ ในกลุ่มประเภทบริการ ซึ่งในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายรองรับ เป็นธุรกิจที่เปิดตัวในช่วงที่เศรษฐกิจไม่ดี หรือคนหารายได้เสริมมากขึ้นทำให้ Uber เป็นที่รู้จัก

ปัจจัยด้านทีม ธุรกิจทุกธุรกิจทีมงานเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ในการทำงานเป็นทีมจะทำให้ไปได้ไกลและประสบความสำเร็จและถ้าได้ทีมงานที่ดีเข้าใจกันมีแนวคิดการทำงานที่ตรงกันและให้ความร่วมมือดีงานก็จะออกมาดี ธุรกิจก็จะเติบโตและประสบความสำเร็จ อย่างเช่น ธุรกิจ Ookbee ให้ความสำคัญกับทีม เพราะในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพจะใช้เวลาไม่มากแต่การเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นเร็วทำให้ต้องมีทีมที่ดีและเข้าใจการแบ่งงานกันทำเพราะคนเดียวไม่สามารถทำทุกอย่างได้เองทั้งหมด และไม่สามรถเข้าใจงานได้ถ้าไม่ใช่ทีมเดียวกัน ธุรกิจ Ookbee มีทีมงานที่เรียกว่า IT WORKS ที่ทำให้เริ่มธุรกิจจนสามารถเป็นเบอร์หนึ่งของตลาดได้ รวมถึงธุรกิจ Wongnai เป็นแอพพลิเคชันร้านอาหารที่ผู้บริโภคสามารถรีวิวอาหารได้จัดเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพประเภท User-Generated Content หรือการสร้างเนื้อหาที่เกิดจากผู้ใช้หรือผู้ติดตามเพื่อนำมาไว้บนพื้นที่ของเว็บไซต์ ยอด ชินสุภัคกุล ประธานเจ้า หน้าที่บริหารและผู้ร่วมก่อตั้ง ได้เริ่มทำธุรกิจสตาร์ทอัพที่อเมริกาเพราะช่วงนั้นที่ที่นั้นคนทำค่อนข้างเยอะ และจากการขาดทีมงาน จ้างทีมที่อินเดียเขียนโปรแกรมแต่ไม่ประสบความสำเร็จจึงกลับมาทำธุรกิจที่ประเทศไทยเพราะมั่นใจในศักยภาพของตนเองที่จะสามารถจัดหาทีมงานได้โดยไม่จำเป็นต้องจ้างทำ จึงได้ทำการติดต่อและทำงานร่วมกับทีมเพื่อนที่เคยเรียนด้วยกันตอนมหาวิทยาลัยเพื่อจัดทีมงานในการทำงาน เนื่องจากมีความเชื่อมั่นว่าการทำงานร่วมกับเพื่อนทำให้เข้าใจกันง่ายขึ้นสามารถยืดหยุ่นการทำงาน และอธิบายธุรกิจรวมถึงการประสานงานง่ายขึ้น เกิดความเข้าใจได้ดี ในทีมงานที่ดีสามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ (อศินา พรวศิน, 2559)

ปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ ๆ หรือไอเดีย เป็นปัจจัยสำคัญในการจะทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ธุรกิจในปัจจุบันต้องมีแนวความคิดใหม่ ๆ ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำแนวความคิดนั้นมาใช้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของมนุษย์ เพราะแนวความคิดใหม่ ๆ จะเป็นตัวบอกว่าจะทำอะไร ทำอย่างไร สามารถแก้ไขอะไรได้ การเริ่มต้นในการทำสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จโดยที่แนวความ คิดต้องไม่ซ้ำ หรือจะเป็นการต่อยอดแนวความคิดเดิมที่มีอยู่แล้วให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น Garrett Camp ผู้ร่วมก่อตั้ง UberCamp ที่มีแนวความคิดใหม่ ๆ จากการแก้ปัญหาเรียก Taxi ยาก จึงมีแนวความคิดเรียกรถ ผ่านแอพพลิเคชันที่ชื่อว่า UberCab.com และอีกธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับแนวความคิดใหม่ ๆ CLAIM DI เป็นแอพพลิเคชันเรียกประกันภัย เป็นธุรกิจสตาร์ทอัพประเภทบริการ และยังเป็นธุรกิจ SMEs แล้วพัฒนามาเป็นสตาร์ทอัพ โดย กิตตินันท์ อนุพันธ์ มีแนวความคิดที่จะแก้ไขการเกิดอุบัติเหตุ และความยุ่งยากในการเรียกประกัน ทำการปรับเปลี่ยนระบบการเรียกใช้บริการจากบริษัทประกันภัยให้มีความสะดวกสบายยิ่งขึ้นและใช้เวลาไม่นานเป็นสตาร์ทอัพที่คิดเร็วทำเร็วเปลี่ยนธุรกิจ

ปัจจัยแผนธุรกิจ เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ การที่จะทำธุรกิจอะไรก็ตามต้องมีการวางแผนที่ชัดเจนในการทำธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจเป็นไปในทิศทางที่ต้องการ อาทิเช่น ธุรกิจ WashBox24 เป็นธุรกิจสตาร์ทอัพที่ช่วยแก้ปัญหาคนทำงานที่ไม่มีเวลาและต้องการความสะดวกในการซักรีด โดยใช้บริการซักรีดผ่านแอพพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือที่สามารถใช้งานได้ 24 ชั่วโมง (ฉัตรชัย ตวงรัตนพันธ์, 2559) นิธิพนธ์ ไทยานุรักษ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้งธุรกิจ Wash Box24 เป็นธุรกิจสตาร์ทอัพประเภทบริการ ธุรกิจ Wongnai เป็นธุรกิจที่มีแผนธุรกิจที่ชัดเจนเช่นกัน เนื่องจากผู้ก่อตั้งมีความถนัดทางด้านซอฟต์แวร์โปรแกรมจึงทำให้สามารถพัฒนาโปรแกรมตามแผนธุรกิจที่วางไว้ได้ และธุรกิจ CLAIM DI ที่มีแผนธุรกิจที่ยืดหยุ่นเมื่อเกิดปัญหาสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว (อศินา พรวศิน, 2559)

ปัจจัยด้านเงินทุน การทำธุรกิจสิ่งที่สำคัญคือเงินทุนหรือแหล่งเงินทุน ปัจจุบันแหล่งเงินทุนสตาร์ทอัพในประเทศไทยยิ่งมีการสนับสนุนในทำสตาร์ทอัพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะธนาคารต่าง ๆ ที่สนับสนุนเงินทุนให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ และมีแหล่งเงินทุนให้เลือกหลากหลายรูปแบบมี 500TukTuks กองทุนระดับโลกที่คอยช่วยเรื่องเงินทุน (สิทธิพงศ์ จงสกุล, 2560) ธุรกิจ Startup มีหลายธุรกิจที่ได้เงินทุนจาก 500TukTuks ตัวอย่างเช่น 1) CLAIM DI 2) OokBee 3) WashBox24 เป็นต้น (อศินา พรวศิน, 2559)

**งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

สุพเนตร แสนเสนา และคณะ (2560) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของสตาร์ทอัพ Startup ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จมีอยู่หลัก ๆ 5 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้านจังหวะเวลา ปัจจัยด้าน ทีมงาน ปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ ๆ ปัจจัยด้านแผนธุรกิจและปัจจัยด้านเงินทุน ซึ่งปัจจัยแต่ละด้านขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพว่าจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านไหนเป็นอันดับแรก ดังนั้นธุรกิจสตาร์ทอัพ จะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องมีหนึ่งใน 5 ปัจจัยนี้เป็นหลัก อย่างไรก็ตามธุรกิจสตาร์ทอัพ ที่จะประสบความสำเร็จได้คือ ธุรกิจต้องสามารถตอบโจทย์และแก้ปัญหาได้ตามความต้องการของผู้บริโภคได้

ธุรกิจ มหาธีรานนท์ และคณะ (2560) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ วิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพรีไฟแนนซ์แห่งหนึ่ง ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพมี 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความสามารถในการบริการ ปัจจัยด้านคุณภาพ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและปัจจัยด้านรูปแบบการตลาด โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความสามารถในการบริการ ซึ่งอาจเป็นเพราะปัจจุบันผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลาย สามารถเลือกใช้บริการที่ตรงใจตนเองได้ และยังไม่มีธุรกิจใดที่สามารถช่วยให้เรื่องการเงินหรือการรีไฟแนนซ์เป็นเรื่องง่ายได้เท่ากับธุรกิจสตาร์อัพรีไฟแนนซ์ดังกล่าว

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่าธุรกิจที่มีอยู่ในปัจจุบันมีความแตกต่างกันในเรื่องของ สินค้า บริการ รวมถึงการบริหารจัดการ อย่างไรก็ตามแต่ละธุรกิจต่างมีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน ซึ่งประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ 1) จังหวะเวลา 2) ทีม 3) ไอเดียหรือแนวคิดใหม่ ๆ 4) แผนธุรกิจ 5) เงินทุน ที่ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ ประสบความสำเร็จ ซึ่งในแต่ละธุรกิจจะเน้นปัจจัยที่แตกต่างกัน เช่น ธุรกิจสตาร์ทอัพ ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจังหวะเวลาเป็นอันดับแรก เพราะจะต้องอาศัยสินค้า บริการที่ตรงกับช่วงจังหวะเวลา และความต้องการของผู้คนส่วนมาก และปัจจัยรองลงมาคือทีมงานที่ดี ทีมงานที่สามารถทำงานร่วมกันได้ง่าย และเงินทุน ในส่วนธุรกิจ(สตาร์ทอัพ) ประเภท User-Generated Content จะให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านทีมเป็นอันดับแรก เพราะการที่มีทีมที่สามารถทำงานกันได้ง่าย เข้าใจกัน จะนำไปสู่แผนธุรกิจที่ลงตัว ออกมาในจังหวะเวลาที่เหมาะสม จะส่งผลให้สามารถระดมเงินทุนได้มาก ธุรกิจสตาร์ทอัพประเภทบริการจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ ๆ ธุรกิจนี้จะต้องมีความแปลกใหม่ตลอดเวลา มีความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถเรียกความสนใจให้คนมาใช้บริการได้ และยังให้ความสำคัญกับจังหวะเวลาที่ผู้คนส่วนมากพบเจอปัญหา และเกิดความต้องการพอดีอีกด้วยดังนั้น ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนธุรกิจที่ดี คิดครอบคลุม ทุกด้านทุกมุมมองในการทำธุรกิจนั้นปัจจัยด้านเงินทุนสำคัญมาก กับธุรกิจสตาร์ทอัพทุก ๆ ประเภทแต่ทั้งนี้ก็ถือ เป็นปัจจัยรองที่แต่ละธุรกิจให้ความสำคัญ เพราะหากธุรกิจนั้นมีทีมที่ดี แนวความคิดใหม่ ๆ แผนธุรกิจที่น่าลงทุน และจังหวะเวลาที่เหมาะสมก็จะสามารถหาเงินระดมทุนได้ไม่ยาก ซึ่งปัจจุบันมีโอกาสเปิดกว้าง และมีการสนับสนุนอย่างกว้างขวางจากบริษัทขนาดใหญ่ รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐด้วย และสุดท้ายปัจจัยหลักที่ทำให้สตาร์ทอัพ ประสบความสำเร็จนั้น คือความสามารถในการตอบโจทย์ความต้องการและสามารถ แก้ไขปัญหาได้ตรงใจผู้บริโภค ขณะเดียวกันสตาร์ทอัพ ต้องสามารถสร้างรายได้จากธุรกิจดังกล่าวได้ด้วยถึงจะ กล่าวได้ว่าธุรกิจสตาร์ทอัพนั้นประสบความสำเร็จ

**ข้อเสนอแนะ**

1. ธุรกิจสตาร์ทอัพ ควรมีการกำหนดทิศทางสำหรับการบริการจัดการธุรกิจ (Business Model) ที่ชัดเจน ให้ตรงกับธุรกิจแต่ละประเภท

2. รัฐบาลควรให้การสนับสนุนและส่งเสริม รวมถึงค้นหา คัดเลือกผู้ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีเข้ามาช่วยพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อเป็นส่วนส่งเสริมและสนับสนุนให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างแข็งแรง ยั่งยืน และก้าวกระโดด

3. หน่วยงานทางการศึกษาที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านการบริหารจัดการธุรกิจ และหน่วยงานเอกชนที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ ควรดำเนินการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้ที่สนใจ รวมถึงนักลงทุนที่สนใจในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

## บรรณานุกรม


เกศรา มัญชุศรี. (2560). **SET Your Startup Business Guide**. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. กรุงเทพ.

โครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ มศก. (2560). **แนวคิดเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ**. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2560 จาก www.startup.su.ac.th

จิรัฐ เจนพึ่งพร. (2560). **การศึกษาด้านโครงสร้างเศรษฐกิจไทย:เทคสตาร์ทอัพ**. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม จาก www.bot.or.th

จดหมายข่าวรัฐบาลเพื่อประชาชน. (2559). **ฉบับสตาร์ทอัพ ธุรกิจเกิดใหม่**. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2560 จาก www.prd.go.th

ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี. (2560). **SET Your Startup Business Guide รู้จัดธุรกิจสตาร์ทอัพ**. ห้องเรียนผู้ประกอบการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. (2560). **อุปสรรคที่ส่งผลต่อธุรกิจสตาร์ทอัพ**. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2560 จาก www.smebank.co.th

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). **ปัจจุบันและอนาคตของสตาร์ทอัพ**. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2560 จาก www.bot.or.th

ธุรกิจ มหาธีรานนท์ และคณะ. (2561). **วิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพรีไฟแนนซ์แห่งหนึ่ง**. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.

นงคราญ ไชยเมือง และจิรัฏฐ์ กาญจน์บุญเรือง. (2560). **การจัดการเชิงกลยุทธ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมสู่ประเทศไทย 4.0**. สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยพายัพ.

พรทิพย์ กองชุม. (2559). **Startup Thailand 2016**. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2560 จาก www.thailivestream.com

มงคล ลีลาธรรม. (2560). **พร้อมขับเคลื่อนธุรกิจ SME$_S$ และสตาร์ทอัพในยุคดิจิทัล**. ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank), ฉบับที่ 250, หน้า 46.

เว็บไซต์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2560). **ก้าวจาก SME สตาร์ทอัพ 3.0 สู่ เทคสตาร์อัพ 4.0**. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2560 จาก www.bangkokbiznews.com

เว็บไซต์นิวอีโคโนมิกวอเรียล. (2560). จำนวนสตาร์ทอัพในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2561 จาก https://new.set.or.th

เว็บไซต์สำนักพิมพ์บิงโก. (2560). **สรุปหนังสือ All In Startup อยากทำสตาร์ทอัพต้องรู้ว่าตอนไหนควรทุ่มหมดหน้าตัก**. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2560 จาก www.bingobook.co

เว็บไซต์สำนักพิมพ์บิงโก. (2560). **ความหมายสตาร์ทอัพ (Eric Ries)**. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2560 จาก www.bingobook.co

เว็บไซต์สำนักพิมพ์บิงโก. (2560). **ความหมายสตาร์ทอัพ (Paul Graham)**. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2560 จาก www.bingobook.co

เว็บไซต์สำนักพิมพ์บิงโก. (2560). **ความหมายสตาร์ทอัพ (Steven Blank)**. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2560 จาก www.bingobook.co

เว็บไซต์อินเตอร์สเปซไทยแลนด์. (2560). **ความหมายของสตาร์ทอัพ**. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2560 จาก www.interspace.co.th

เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2560). **Startup 90% ล้มเหลว แล้วอีก 10% ที่สำเร็จเขาทำอะไรกัน**. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2560, จาก www.it24hrs.com

สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย. (มปป). **4 สุดยอด START-UP กับเคล็ดลับเงินล้าน**. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2560 จาก www.marketingthai.or.th

สมาร์ทเอสเอ็มอี. (2560). **“สตาร์ทอัพไทย” ก้าวอย่างไรเพื่อไปถึงยูนิคอร์น**. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2560 จาก www.smartsme.co.th

เสน่ห์ ศรีสุวรรณ. (2559). **Startup คืออะไร**. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2560 จาก www.smartsme.co.th

สุชาดา เตโชติรส. (2559). **ความล้มเหลวของสตาร์ทอัพ**. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2560 จาก www.brandinside.asia

สุพเนตร แสนเสนา และคณะ. (2561). **ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ Startup**. คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2561). **บทบาทของวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม กับโอกาสอันไม่สิ้นสุดของ(สตาร์ทอัพ)ไทย**. (สตาร์ทอัพ) ไทยแลนด์ แมกาซีน. กรุงเทพ.

อศินา พรวศิน. (2559). **วิถี Startup**. สมุทรปราการ: เนชั่นบุ๊คส์.

Chayanis J. (2560). **เปิดประตูความคิดสู่ความสำเร็จ (แบบ Fastest) ในสนามธุรกิจกับ 10 Startups**. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2560 จาก www.nextempire.com

Isriya Paireepairit. (2559). **สำรวจข้อมูลผู้ก่อตั้งสตาร์ตอัพไทยปี 2016 โดยสมาคม VC ไทย**. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2561 จาก https://brandinside.asia