

บทความวิชาการ



สาเหตุของความล้มเหลว ของธุรกิจสตาร์ทอัพ ในประเทศไทย

The Reason for the Failure of Startups in Thailand

องศ์อร สมประสงค์

บริษัท ไพรวาท อีควิตี้ (ประเทศไทย) จำกัด

87/2 ออลซีซั่นเพลส ถนนวิทย์ แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

Aongorn Somprasong

Private Equity (Thailand) Company Limited

87/2 All Seasons Place, Wireless Road, Phatumwan, Bangkok 10330

E-mail: aongornsomprasong@gmail.com

วันที่รับบทความ : 10 กุมภาพันธ์ 2565

วันที่แก้ไขบทความ : 15 กุมภาพันธ์ 2565

วันที่ตอบรับบทความ : 11 มีนาคม 2565

ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 ให้ประสบความสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด เนื่องจากธุรกิจสตาร์ทอัพมีโมเดลทางธุรกิจที่แตกต่างไปจากการดำเนินธุรกิจรูปแบบเดิมด้วยการนำเอาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือ ความคาดหวังของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมาใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ นอกจากนี้ยังพบว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถทำซ้ำด้วยต้นทุนที่ไม่สูงรวมทั้งเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว จุดเด่นที่มีความสำคัญอีกประการหนึ่งของธุรกิจสตาร์ทอัพ คือ เป็นธุรกิจที่สามารถส่งผ่านคุณค่าที่แท้จริงให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ ทำให้คุณภาพของผู้บริโภคดีขึ้น เช่น ได้รับบริการที่รวดเร็วขึ้นและ หรือมีราคาที่ถูกลง เป็นต้น นอกจากนี้ ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจขนาดเล็ก แต่สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดดเป็นการออกแบบธุรกิจให้มีการทำซ้ำได้โดยง่าย (repeatable) และขยายกิจการได้โดยไม่ใช้เวลาหรือต้นทุนที่มากเกินไป (scalable) ด้วยการนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นนวัตกรรมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและเป็นประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนเอง ดังนั้น ธุรกิจสตาร์ทอัพจึงสามารถเป็นรากฐานที่สำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศได้ต่อไปในอนาคต แต่สำหรับประเทศไทยกลับพบว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ร้อยละ 75-90 ไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ และธุรกิจสตาร์ทอัพในต่างประเทศก็เช่นกันส่วนใหญ่มิ

สามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้เช่นกัน สาเหตุของความล้มเหลวของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด 2) ธุรกิจสตาร์ทอัพยังมีปัญหาทางการเงินที่จะนำมาสนับสนุนการดำเนินกิจการและปัญหาในการบริหารจัดการต้นทุนที่ไม่มีประสิทธิภาพ 3) ผู้ประกอบการไม่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง 4) ผู้ประกอบการขาดความมุ่งมั่นและขาดแรงบันดาลใจในการดำเนินธุรกิจ 5) ธุรกิจสตาร์ทอัพขาดกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ 6) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสตาร์ทอัพยังไม่มี ความชัดเจน และ 7) ธุรกิจสตาร์ทอัพไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจที่มีองค์ความรู้ อย่างเพียงพอที่จะเข้ามาร่วมกันเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จและเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ มีดังนี้ 1) ด้านผู้ประกอบการ ควรนำเอานวัตกรรมเข้ามาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเป็นรูปธรรม 2) ด้านภาคธุรกิจ ควรนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพก็จะสามารถประสบความสำเร็จ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และ 3) ด้านหน่วยงานภาครัฐ ต้องสร้างความเชื่อมั่นในการขับเคลื่อนธุรกิจสตาร์ทอัพให้เกิดอย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : สาเหตุความล้มเหลว, ธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย

Startups were one of the vital organs in driving Thailand 4.0 to achieve its goals because of their business model that were different from traditional business operations by adopting technology or innovation that could meet the needs or expectations of today's consumers were used to drive business. In addition, it was found that Startup businesses could replicate for a fraction of the cost and also had the potential to expand the market quickly. Another important highlight of startups was that they were able to pass on real value to meet consumer needs, resulting in better quality of consumers, for example, getting faster service or have a lower price, etc. Even though startups were small businesses but it could grow quickly and leapfrog, designed to be repeatable and able to expand without excessive time or cost (scalable) by applying technology to create innovation that was conducive to business operations and benefits for their own products or services. Therefore, startups could be the cornerstone of the country's economy in the future. But for Thailand, it was found that most of the startup businesses, 75-90 percent, could not run their businesses successfully and most overseas startups were

unable to operate as successful as well. The reasons for the failure of startups in Thailand included 1) the product was not marketable, 2) start-up businesses still had financial problems to support the operation and inefficient cost management, 3) the operator had no knowledge of actual customer needs, 4) entrepreneurs lacked of determination and inspiration in running the business, 5) startups lack strategies to drive organizations to be successful, 6) the laws related to startups were not yet clear and 7) Startup businesses did not have a business network that had sufficient knowledge to join together to support successful and effective start-up operations.

Recommendations for conducting start-up businesses were as follows: 1) entrepreneurs, innovation should be applied to help develop products or services to meet customer needs in a concrete way, 2) business sector, technology should be applied to drive the organization effectively so that it can be successful, creating a competitive advantage; and 3) government agencies, they need to build confidence in driving startup businesses to become more concrete.

Keywords: Reason of failure, startups businesses in Thailand

บทนำ

ในโลกยุคปัจจุบันที่มีความเปลี่ยนแปลงจากอดีตที่ผ่านมาอยู่มากมายหลายประการ โดยเป็นที่ยอมรับกันว่าในศตวรรษที่ 21 จะเกิดเศรษฐกิจใหม่ที่เรียกกันว่า “เศรษฐกิจแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้” (knowledge-based learning economy) ซึ่งส่งผลกระทบต่อประเทศต่าง ๆ ที่ต้องนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือไอซีที (Information and Communications Technology : ICT) มาประยุกต์ใช้ในทุกมิติของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการค้า การผลิต อุตสาหกรรมบริการ การแพทย์ สาธารณสุข การศึกษา คมนาคม การทหาร สิ่งแวดล้อม การวิจัย และอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งผลของการพัฒนาประเทศภายใต้ความเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ขับเคลื่อนให้ภาพรวมของโลกก้าวเข้าสู่ยุคระบบเศรษฐกิจใหม่ (new economy) อย่างรวดเร็ว และระบบเศรษฐกิจใหม่นี้อาจมีชื่อที่เรียกแตกต่างกันไป เช่น Digital economy, Impulse economy, Information economy หรือ Internet economy เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพบอีกว่า ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต่างก็ต้องนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาประยุกต์ใช้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาองค์กรของตนเอง ในขณะที่ปัจเจกบุคคลก็นำมาใช้เพื่อการศึกษา หาความรู้ และความบันเทิง ในรูปแบบต่าง ๆ เป็นไปอย่างกว้างขวาง (Ballar, Dutta, & Lanvin, 2016 : 9-13) จึงกล่าวได้ว่า ความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในโลกยุคปัจจุบันโดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จึงเป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจต่าง ๆ ต้องมีการปรับเปลี่ยนตัวเองอยู่เสมอ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจสามารถสนองต่อความต้องการหรือความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในโลกยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประเทศไทยยุค 4.0 จึงถือเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญอีกครั้งหนึ่งของประเทศที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม กล่าวคือ ในปัจจุบันประเทศไทยยังติดอยู่ในโมเดลเศรษฐกิจแบบ “ทำมาก ได้น้อย” จึงมีความจำเป็นต้อง

ปรับเปลี่ยนโมเดลเศรษฐกิจไปสู่ลักษณะ “ทำน้อย ได้มาก” นั้นหมายถึง ประเทศไทยต้องทำการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างน้อยใน 3 มิติสำคัญ คือ 1) เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม 2) เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และ 3) เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น ดังนั้น การเข้าสู่ยุคประเทศไทย 4.0 จึงมีความจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนผ่านทั้งระบบใน 4 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1) เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม (traditional farming) ในปัจจุบันไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (smart farming) โดยเกษตรกรต้องร่ำรวยขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบ เป็นผู้ประกอบการ (entrepreneur) 2) เปลี่ยนจากผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบบดั้งเดิม (traditional SMEs) กล่าวคือ การเป็นผู้ประกอบการ SMEs ที่รัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ (smart enterprises) และการเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพ (start-ups) ที่มีศักยภาพสูง 3) เปลี่ยนจากการให้บริการแบบดั้งเดิม (traditional services) ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำไปสู่การให้บริการที่มีคุณค่าสูง (high value services) และ 4) เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะที่สูงขึ้น ดังนั้น ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการพัฒนาศักยภาพ เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจใหม่ (new engines of growth) เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน จากความหลากหลายเชิงชีวภาพและความหลากหลายเชิงวัฒนธรรมที่ประเทศไทย มีอยู่อย่างมากมาย กล่าวคือ บทบาทสำคัญของภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมโยงในการผลิตและบริการ การพัฒนาและการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และจะต้องพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์ทั้งทุนมนุษย์ โครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม การบริหารจัดการและการปรับปรุงกฎระเบียบ

เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการค้า การลงทุน อันจะเป็น
ปฐมบทของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยเข้าสู่การเป็น
ประเทศที่มีรายได้สูงต่อไป (ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน,
2559)

ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นหนึ่งในองคาพยพที่สำคัญ ในการ
ขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 ให้ประสบความสำเร็จเป็นไป
ตามเป้าหมายที่กำหนด เนื่องจากธุรกิจสตาร์ทอัพมีโมเดล
ทางธุรกิจที่แตกต่างไปจากการดำเนินธุรกิจรูปแบบเดิม
ด้วยการนำเอาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่สามารถตอบสนอง
ต่อความต้องการหรือ ความคาดหวังของผู้บริโภคใน
ยุคปัจจุบันมาใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ นอกจากนี้ยังพบ
ว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถทำซ้ำด้วยต้นทุนที่ไม่สูง รวม
ทั้งเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว
จุดเด่นที่มีความสำคัญอีกประการหนึ่งของธุรกิจสตาร์ทอัพ
คือ เป็นธุรกิจที่สามารถส่งผ่านคุณค่าที่แท้จริงให้ตรงกับ
ความต้องการของผู้บริโภคได้ ทำให้คุณภาพของผู้บริโภค
ดีขึ้น อาทิเช่น ได้รับบริการที่รวดเร็วขึ้นและ หรือมีราคาที่ถูก
กลง เป็นต้น (ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี, 2560: 2-6) นอกจากนี้
ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจขนาดเล็ก แต่สามารถเติบโตได้
อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดดเป็นการออกแบบธุรกิจให้มีการ
ทำซ้ำได้โดยง่าย (repeatable) และขยายกิจการได้
โดยไม่ใช้เวลาหรือต้นทุนที่มากเกินไป (scalable) ด้วย
การนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นนวัตกรรมที่
เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและเป็นประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์หรือ
บริการของตนเอง ดังนั้น ธุรกิจสตาร์ทอัพจึงสามารถเป็น
รากฐานที่สำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศได้ต่อไปใน
อนาคต จากลักษณะที่สำคัญของธุรกิจสตาร์ทอัพดังกล่าว
ข้างต้น ยังมีนักวิชาการที่เป็นอดีตผู้ประกอบการและเป็น
อาจารย์ที่มหาวิทยาลัย Stanford และ Berkeley ได้กล่าว
ถึงธุรกิจสตาร์ทอัพไว้อย่างน่าสนใจว่า ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจ
สตาร์ทอัพมีความสำคัญประกอบด้วย 3 ประการ คือ
(Blank, 2013)

1. ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจที่สามารถจัดตั้งขึ้นด้วย
เงินทุนที่ไม่สูงจนเกินไป กล่าวคือ ธุรกิจสตาร์ทอัพใช้เงิน
ลงทุนในการจัดตั้งธุรกิจน้อยกว่าการจัดตั้งธุรกิจในยุคสมัย
เดิมถึง 10 เท่า ดังนั้น ในการเริ่มดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ
จึงไม่มีความจำเป็นต้องไปอาศัยเงินลงทุนจากนักลงทุน
ระดับองค์กร (venture capital) โดยพบว่า ในช่วงแรก

ของการจัดตั้งธุรกิจสตาร์ทอัพจะใช้เงินลงทุนอยู่ระหว่าง
330,000 ถึง 1,500,000 บาท เท่านั้น แต่ถึงอย่างไรก็ยังมี
แหล่งเงินทุนที่พร้อมจะให้การสนับสนุนต่อการดำเนินธุรกิจ
สตาร์ทอัพอีกมากมาย เช่น จากนักลงทุนอิสระ (angel
investors) หรือแหล่งเงินทุนอื่น ๆ ที่มองเห็นโอกาสในการ
เข้าร่วมลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพ เป็นต้น

2. ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นตัวแทนทางธุรกิจรูปแบบใหม่
ที่สามารถสร้างอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของประเทศได้ใน
ปริมาณมหาศาล โดยสังเกตได้จากผลิตภัณฑ์มวลรวม
ในประเทศสหรัฐอเมริกาที่ส่วนหนึ่งเกิดมาจากธุรกิจที่
เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี เช่น Apple, Amazon, Google,
VMware, Facebook, Twitter เป็นต้น ซึ่งธุรกิจดังกล่าว
เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่เกิดมาจากธุรกิจสตาร์ทอัพทั้งสิ้น
และธุรกิจดังกล่าวเพียงไม่กี่ธุรกิจก็สามารถสร้างมูลค่าของ
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ได้ถึงร้อยละ 6.67
(1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยเปรียบเทียบกับมูลค่า
ผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศของสหรัฐอเมริกาอยู่ที่
ประมาณ 15 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ จึงกล่าวได้ว่า บริษัท
เพียงไม่กี่บริษัทเท่านั้น มีความสำคัญต่อมูลค่าทางด้าน
เศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกาทั้งประเทศ

3. ธุรกิจสตาร์ทอัพมีปัจจัยที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ
ในยุคปัจจุบัน กล่าวคือ ในช่วงระยะเวลา 5-10 ปีที่ผ่านมา
ผู้บริโภคมีการเปิดรับเทคโนโลยีมากขึ้น และเริ่มมีปริมาณ
ในการใช้งานสมาร์ทโฟนมากขึ้นอีกเช่นกัน โดยปัจจุบันมี
ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกจนวนมากกว่า 2,000 ล้านคน และ
มีผู้ใช้สมาร์ทโฟนอีกหลายพันล้านคน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเพิ่ม
มากขึ้นต่อไป สิ่งเหล่านี้จึงล้วนเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่จะ
ช่วยส่งเสริมต่อแนวทางของการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้
ประสบความสำเร็จได้ต่อไป

เนื่องจากว่าธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัย
การสร้างสรรคทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการแก้ไข
ปัญหาและสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุค
ปัจจุบัน แต่สำหรับประเทศไทยกลับพบว่า ธุรกิจสตาร์ท
อัพส่วนใหญ่ร้อยละ 75-90 ไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้
ประสบความสำเร็จได้ และธุรกิจสตาร์ทอัพในต่างประเทศ
ก็เช่นกันส่วนใหญ่ก็ไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ
ได้เช่นกัน ดังนั้น จึงสนใจศึกษาสาเหตุของความ
ล้มเหลวของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย

ธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย

ความหมายเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ

อรุณช เลิศสุวรรณกิจ (2555) กล่าวว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพ คือ คำที่ใช้เรียกบริษัทเกิดใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุน โดยการเริ่มต้นมาจากบริษัทขนาดเล็กแล้วเติบโตมาเป็นบริษัทที่ใหญ่ในปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น Facebook หรือ Google เป็นต้น ซึ่งบริษัทดังกล่าว ต้องผ่านการเป็นสตาร์ทอัพมาก่อนแล้วทั้งสิ้น และด้วยลักษณะเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการสื่อสารช่วยให้ธุรกิจสตาร์ทอัพลดต้นทุนไปได้เป็นอย่างมาก ลูกค้านอกจากทั่วโลกเพียงแค่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ก็สามารถเข้าถึงบริการในธุรกิจสตาร์ทอัพได้ผ่านทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน นอกจากนี้ การลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพต้องอาศัยเงินทุนของตัวเองอย่างเดียวย่อมไม่เพียงพอ จึงเกิดเป็นลักษณะการลงทุนร่วมของนักลงทุนที่มีความสนใจในธุรกิจสตาร์ทอัพนั้น ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่จะผลักดันและขับเคลื่อนให้ธุรกิจเติบโตไปได้ และนักลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพมีอยู่ด้วยกัน 2 รูปแบบ คือ 1) นักลงทุนในรูปแบบขององค์กร (venture capital-VC) และ 2) นักลงทุนอิสระ (angel investor)

เรืองโรจน์ พูนผล (2557) กล่าวว่า สิ่งที่ธุรกิจสตาร์ทอัพแตกต่างจาก SME ทั่วไป คือ การคิดเพิ่ม 10 เท่า โตเร็ว 10 เท่า และแก้ปัญหาด้วยวิธีการที่ดีกว่าเดิม 10 เท่า

ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี (2560) กล่าวว่า จากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ให้นิยามว่า สตาร์ทอัพ หมายถึง กิจการที่เริ่มต้นจากจุดเล็ก ๆ และสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดดออกแบให้ธุรกิจมีการทำซ้ำได้ (Repeatable) และขยายกิจการได้ (Scalable) มีการนำเทคโนโลยีและ/หรือนวัตกรรมมาใช้เป็นหัวใจหลักในการสร้างธุรกิจมักเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นจากไอเดียเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน หรือเห็นโอกาสทางธุรกิจที่ยังไม่มีใครเคยคิดหรือทำมาก่อน

Blank (2013) กล่าวว่า “ธุรกิจสตาร์ทอัพ” คือ องค์กรการทำธุรกิจที่พยายามค้นหาตัวแบบธุรกิจที่สามารถประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน และสามารถที่จะขยายผลได้ในวงกว้าง

McClure (2013) กล่าวว่า “ธุรกิจสตาร์ทอัพ” คือ บริษัทที่ยังไม่มีความชัดเจนใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ในตัว

สินค้า 2) ในตัวลูกค้า และ 3) ในปริมาณรายรับจากการทำธุรกิจ และถ้าหากว่าข้อสงสัยดังกล่าวสามารถมีคำตอบออกมาได้อย่างชัดเจน บริษัทเหล่านี้ก็จะสามารถดำเนินธุรกิจให้เป็นจริงได้ต่อไป

Fontinelle (2017) สตาร์ทอัพหมายถึง บริษัทที่ยังมีอายุไม่มากและอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนา สตาร์ทอัพมักจะไม่ได้อิงองค์กรขนาดใหญ่ และเริ่มต้นโดยได้รับการสนับสนุนทางการเงินมาจากตัวผู้ก่อตั้งหรือผู้ที่สนใจ โดยมากองค์กรเหล่านี้จะเสนอสินค้าหรือบริการที่ยังไม่เคยมีการนำเสนอมาก่อนในตลาด หรือเป็นสินค้าและบริการที่ผู้ประกอบการเชื่อว่ายังมีข้อบกพร่องในตลาด

กล่าวโดยสรุปธุรกิจสตาร์ทอัพ คือ ธุรกิจที่มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แตกต่างไปจากธุรกิจรูปแบบเดิมทั่วไป ด้วยการนำเอาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคปัจจุบันมาเป็นแกนหลักในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งลักษณะของการดำเนินธุรกิจจะเป็นไปแบบก้าวกระโดด และสามารถประสบความสำเร็จในระยะเวลารวดเร็ว โดยการเริ่มต้นธุรกิจจากคนเพียงคนเดียวหรือการดำเนินธุรกิจร่วมกันของคนเพียงจำนวนหนึ่ง

ลักษณะที่สำคัญของธุรกิจสตาร์ทอัพ

Graham (2012) กล่าวว่า ลักษณะที่สำคัญหนึ่งของสตาร์ทอัพ คือ ศักยภาพในการเติบโตของธุรกิจ โดยเป็นบริษัทที่มีการเติบโตและการขยายขนาดของธุรกิจอย่างรวดเร็ว และไม่อยู่ภายใต้ข้อจำกัดทางภูมิประเทศ ซึ่งเป็นข้อแตกต่างจากธุรกิจขนาดเล็ก เช่น ร้านอาหาร ซึ่งจะไม่สามารถขยายขอบเขตธุรกิจไปไกลกว่าบริเวณที่ตั้งธุรกิจได้อธิบายไว้เพิ่มเติมว่า ธุรกิจที่จะสามารถเป็น Startup ที่ประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องมีความสมบัติสองอย่าง คือ 1) ทำธุรกิจที่นำเสนอสิ่งที่เป็นที่ต้องการของตลาดที่มีขนาดใหญ่ และ 2) มีความสามารถในการเข้าถึงตลาดที่ใหญ่ขึ้นได้

Cheung (2014) ซึ่งเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่มีชื่อเสียงมากของอเมริกา กล่าวว่า ความเป็นสตาร์ทอัพเกิดขึ้นเมื่อผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่นที่จะทำให้ธุรกิจเติบโต ขยายตัว นำเอานวัตกรรมมาเป็นกุญแจสำคัญในการแก้ไขปัญหาที่ยังไม่เคยมีใครสามารถแก้ไขมาก่อน และ

มุ่งสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับตลาดหรือสังคม เช่น การสร้างพฤติกรรมผู้บริโภคแนวใหม่ การสร้างวิถีชีวิตใหม่ ๆ ให้แก่ผู้บริโภค เป็นต้น แม้ว่าธุรกิจที่จัดตั้งมา 5 ปี ก็ถือได้ว่าเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพ หากองค์กรยังมีวัฒนธรรมเช่นนี้อยู่ แต่ลักษณะของธุรกิจสตาร์ทอัพหรือความเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพจะสิ้นสุดลงใน 2 กรณี คือ 1) การล้มเลิกกิจการหรือในกรณีที่บริษัทไม่สามารถสร้างผลประโยชน์และการเปลี่ยนแปลงต่อตลาดหรือสังคมได้แล้ว และ 2) การนำบริษัทเข้าสู่ตลาดทุน

ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจสตาร์ทอัพกับแหล่งเงินทุน

การที่ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถจะเติบโตได้ ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการและมีความสอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค โดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีมาเป็นตัวขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจแต่สิ่งที่กล่าวมานั้น ไม่ใช่ว่าธุรกิจสตาร์ทอัพจะสามารถประสบความสำเร็จได้ทุกสายเพราะยังมีอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพอีกมากมายหลายอย่างที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญ เช่น การขาดองค์ความรู้ และการไม่มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของเงินทุน (ธัมสอ๊พ, 2557) กล่าวคือ ธุรกิจสตาร์ทอัพมีความจำเป็นต้องใช้เงินทุนในแต่ละช่วงของการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันไป โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

1. ในช่วงแรก เริ่มจากผู้ประกอบการมีไอเดียแต่ยังไม่มีเงินทุน ดังนั้น จึงต้องใช้เงินทุนของตัวเองเป็นหลัก โดยส่วนใหญ่จะประกอบธุรกิจด้วยเงินทุนส่วนตัว เงินจากบัตรเครดิต เงินจากครอบครัว เงินจากเพื่อน และในช่วงนี้ก็เปรียบเสมือนการลงทุนที่ยังไม่ได้รับผลตอบแทน

2. ช่วงที่สองของธุรกิจสตาร์ทอัพเริ่มมี การมองหาแหล่งเงินทุนขั้นต้นที่จะสามารถเติบโตไปอีกขั้น ส่วนแหล่งเงินทุนในช่วงนี้จะมาจากนักลงทุนอิสระ (angels) และศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ ซึ่งก็จะมีการทำข้อตกลงหรือสัญญาในการสนับสนุนเงินทุนให้กับธุรกิจสตาร์ทอัพ และยังรวมถึงการให้คำปรึกษาทางธุรกิจเพื่อพัฒนาในขั้นต่อไป

3. ในช่วงที่สาม เมื่อต้องการขยายธุรกิจให้เติบโตแบบก้าวกระโดด จึงต้องมองหาแหล่งเงินทุนแหล่งใหม่ ที่สามารถให้เงินลงทุนในระดับที่จะสามารถขยายธุรกิจเข้าสู่ฐานลูกค้า

ใหม่หรือขยายตัวสู่ตลาดใหม่ได้ ซึ่งแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่คือ นักลงทุนในรูปแบบขององค์กร (venture capital)

เนื่องจากธุรกิจสตาร์ทอัพถูกออกแบบให้มีลักษณะการเติบโตที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว และที่สำคัญการเริ่มต้นของธุรกิจสตาร์ทอัพก็จะไม่เหมือนกับการเริ่มต้นของธุรกิจในยุคสมัยเก่า ดังนั้น การประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้ายก็จะมีลักษณะและรายละเอียดไม่เหมือนกัน รวมถึงประเด็นสำคัญอย่างแหล่งเงินทุนก็มีความแตกต่างกันไป และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในขั้นตอนการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีความสัมพันธ์กับแหล่งเงินทุน สามารถแสดงวัฏจักรของธุรกิจสตาร์ทอัพได้ ดังรูปที่ 1- 1

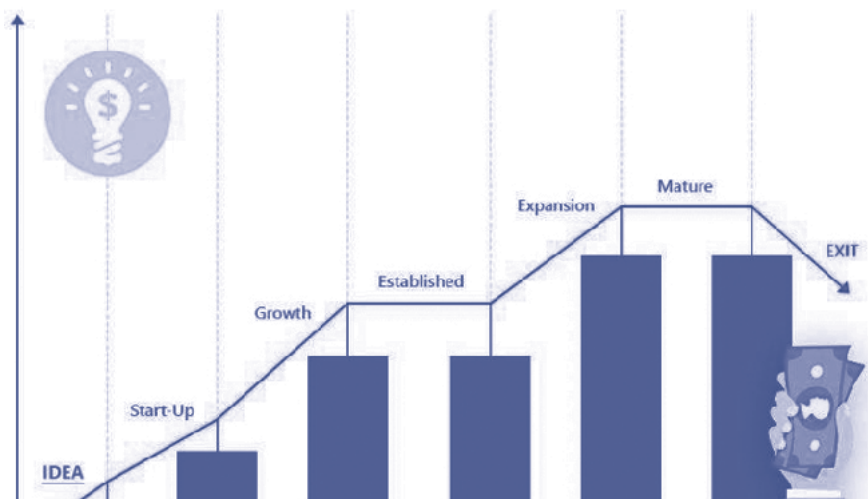
จากภาพวัฏจักรของธุรกิจสตาร์ทอัพด้านบนที่ประกอบไปด้วย 7 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ค้นหาความคิดเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ 2) การเริ่มต้นธุรกิจ 3) ธุรกิจเริ่มเติบโต 4) การจัดตั้งธุรกิจสตาร์ทอัพ 5) การขยายตัว 6) การเติบโตอย่างเต็มที่ และ 7) การออกจากธุรกิจสตาร์ทอัพ สามารถอธิบายรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนนี้ได้ดังนี้ (Shah, 2016)

1. ค้นหาความคิดเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ (idea) เป็นขั้นตอนของการกำหนดตัวแบบทางธุรกิจ และจะต้องเป็นธุรกิจใหม่ที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน ดังนั้น สิ่งที่ทำทายเป็นอันดับแรก ๆ

ในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ คือ ผู้ประกอบการต้องมั่นใจได้ว่าสินค้าหรือบริการของตนเองจะมีโอกาสได้รับการยอมรับจากตลาดที่คาดหวังไว้ และผู้ประกอบการจะต้องใช้เงินทุนในระดับต่ำที่สุดสำหรับการค้นหาโอกาสทางธุรกิจ สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาในการค้นหาโอกาสทางธุรกิจ คือ ผู้ประกอบการจะต้องอาศัยทักษะ ประสบการณ์ และแรงบันดาลใจของตนเองในการตัดสินใจเป็นเจ้าของกิจการ โดยอาศัยความมุ่งมั่นในการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ และจะต้องค้นหาที่ปรึกษามืออาชีพพร้อมทั้งมีแผนในการทำงานเป็นอย่างดี สำหรับแหล่งเงินทุนในช่วงการค้นหาโอกาสทางธุรกิจนี้ ส่วนใหญ่เป็นการพึ่งพาเงินสดของตนเอง หรือไม่ก็เป็นการระดมเงินทุนจากครอบครัวหรือคนที่ใกล้ชิด

2. การเริ่มต้นธุรกิจ (startup) เป็นขั้นตอนในการเริ่มกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการของธุรกิจสตาร์ทอัพ

รูปที่ 1-1 : แสดงวัฏจักรของธุรกิจสตาร์ทอัพ



ที่มา : Shah, 2016.

อย่างไม่เป็นทางการ ซึ่งในขั้นตอนนี้ผู้ประกอบการไม่อาจทราบได้ว่าจะต้องลงทุนอย่างไรถึงจะมีความเหมาะสมหรือต้องลงทุนเท่าไร และไม่อาจทราบได้ว่าเมื่อไหร่ถึงจะสามารถเข้าสู่ตลาดได้ สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาในขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจ คือ การสร้างฐานลูกค้าและการนำเสนอสินค้าหรือบริการเข้าสู่ตลาดพร้อมทั้งการกำกับติดตามอย่างเป็นระบบ และต้องมีการจัดการทางการเงินให้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพ สำหรับแหล่งเงินทุนในขั้นตอนการเริ่มต้นธุรกิจนี้ เป็นเงินลงทุนของผู้ประกอบการเอง หรือจากครอบครัวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจ หรือจากสถาบันทางการเงินที่สามารถให้การสนับสนุนได้

3. ธุรกิจเริ่มเติบโต (growth) เป็นขั้นตอนต่อเนื่องจากการเริ่มต้นทำธุรกิจ และต้องอาศัยประสบการณ์จากขั้นตอนที่ผ่านมาในการดำเนินธุรกิจให้สามารถเติบโตได้ต่อไป โดยสังเกตได้จากจำนวนของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น และความรับผิดชอบด้านอัตราภาษีที่ต้องเพิ่มจำนวนมากขึ้นและไม่เป็นธรรม ดังนั้น สิ่งที่จะเพิ่มขึ้นนี้เป็นทั้งปัญหาและเป็นทั้งโอกาสในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาในขั้นตอนการเติบโตนี้ คือ การดำเนินธุรกิจจะเป็นทางการมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับกับยอดขายและลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ควรมีการวางระบบทางบัญชีและระบบในการบริหารจัดการที่ดีกว่าเดิม และจะต้องเตรียมความพร้อมในการรับมือกับพนักงานใหม่ ๆ

ที่จะไหลเข้ามาในธุรกิจสตาร์ทอัพ สำหรับแหล่งเงินทุนในขั้นตอนการเติบโตนี้ มาจากผลกำไรในการทำธุรกิจ และ/หรือจากหุ้นส่วนทางธุรกิจ และ/หรือจากแหล่งสถาบันทางการเงิน และ/หรือจากนักลงทุนที่สนใจ

4. การจัดตั้งบริษัท (established) เป็นช่วงที่กิจการเริ่มมีความเจริญรุ่งเรืองแล้ว มีตลาดที่ชัดเจน และลูกค้าที่มีความจงรักภักดี การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ เริ่มเห็นผลกำไรที่ได้รับจากการทำงานในช่วงที่ผ่านมา แต่ก็ยังไม่สามารถไว้วางใจการแข่งขันในตลาดได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลมากยิ่งขึ้น ประเด็นปัญหาที่สำคัญในช่วงนี้ ได้แก่ ปัจจัยคู่แข่ง เศรษฐกิจ และความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จึงต้องอาศัยความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการเป็นสำคัญในการบริหารจัดการเรื่องดังกล่าวให้ลุล่วง สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาในขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจสตาร์ทอัพ คือ ต้องมุ่งเน้นไปที่การกระบวนการผลิตและพัฒนาสินค้าหรือบริการ โดยผู้ประกอบการจะต้องมี แนวปฏิบัติที่ดีกว่าเดิมพร้อมกับการจ้างผู้อื่นดำเนินงานในสิ่งที่เราไม่เชี่ยวชาญ และการปรับปรุงกระบวนการผลิตอย่างอัตโนมัติให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สำหรับแหล่งเงินทุนในขั้นตอนการจัดตั้งธุรกิจสตาร์ทอัพนี้ ประกอบด้วย กำไรจากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา รวมทั้งจากรายการทั่วไป แหล่งเงินทุนจากภาครัฐ และจากนักลงทุนที่ให้ความสนใจในการลงทุน

5. การขยายธุรกิจ (expansion) เป็นช่วงการเจริญเติบโตเพื่อเข้าสู่ตลาดใหม่ และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ในขั้นตอนการขยายธุรกิจนี้จะเป็นช่วงที่จะได้รับ ส่วนแบ่งการตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้น และหารายได้มากขึ้น แต่การเข้าสู่ตลาดใหม่จะต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนและการทำวิจัย ซึ่งตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่นี้ ควรเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการมีความสามารถอยู่แล้วหรือมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาในขั้นตอนการขยายธุรกิจนี้ คือ การเพิ่มผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดหรือการขยายตลาดใหม่ รวมทั้งต้องมีการกำหนดประเภทของลูกค้าให้มีความชัดเจน สำหรับแหล่งเงินทุนในขั้นตอนการขยายธุรกิจนี้ ประกอบด้วย ผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมา หรือเป็นการร่วมลงทุนกับคู่ค้าทางธุรกิจ รวมทั้งจากสถาบันทางการเงิน จากนักลงทุนที่มีความสนใจที่จะร่วมลงทุน และการสนับสนุนของภาครัฐ

6. การเติบโตอย่างเต็มที่ (mature) เป็นช่วงที่ธุรกิจมียอดขายและผลกำไร ในแต่ละปีเป็นไปอย่างมั่นคง แต่การแข่งขันก็ยังคงมีความรุนแรงอยู่ในที่สุดยอดขาย ที่มั่นคงก็เริ่มที่จะลดลงหรือมีความไม่แน่นอน ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องตัดสินใจแล้วว่า ควรจะออกจากธุรกิจหรือขยายธุรกิจต่อไป ซึ่งอุปสรรคสำคัญในช่วงนี้จะถูกท้าทายจากยอดขาย กำไร และกระแสเงินสดที่ลดลง ปัญหาที่ใหญ่ที่สุดคือ ผู้ประกอบการจะมีวิธีการอย่างไรในการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นมาเหล่านี้ สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาในขั้นตอนการเติบโตอย่างเต็มที่นี้ คือ การค้นหาโอกาสใหม่และเริ่มลงทุนใหม่ ๆ หรืออาจจะเป็นการตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น และหาแนวปฏิบัติที่ดีสำหรับการจัดการกับกระแสเงินสดที่มีความไม่แน่นอนในช่วงนี้ สำหรับแหล่งเงินทุนในขั้นตอนการเติบโตอย่างเต็มที่นี้ เป็นเงินลงทุนจากผู้ประกอบการเอง หรือจากผู้ผลิตที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ จากลูกค้า หรือจากสถาบันทางการเงิน

7. การออกจากธุรกิจสตาร์ทอัพ (exit) เป็นทางเลือกหนึ่งของผู้ประกอบการหลังจากประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ สามารถสร้างธุรกิจให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นมาได้ สำหรับการออกจากธุรกิจสตาร์ทอัพ พบว่า ผู้ประกอบการสามารถออกจากธุรกิจได้ 2 วิธี ซึ่งทั้งสองวิธีมีความแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

7.1 การขายหรือปิดกิจการ สำหรับการออกจากธุรกิจด้วยการขายกิจการนี้จะต้องมีการประเมินมูลค่าจริง ๆ ที่เกิดขึ้น อาจจะเป็นจำนวนปีของกิจการ แต่สิ่งที่เป็นมูลค่าที่แท้จริงจะสะท้อนจากมูลค่าของตลาดในปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น การขายกิจการของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศเยอรมนี โดยเมื่อปี พ.ศ. 2555 ได้มีการก่อตั้งธุรกิจสตาร์ทอัพที่ใช้ชื่อว่า Lazada ด้วยแนวคิดที่จะดำเนินธุรกิจในลักษณะเดียวกับ Amazon หรืออย่าง Alibaba ซึ่งเป็นเว็บไซต์ e-Commerce ที่มีชื่อเสียงในระดับโลก แต่ Lazada เลือกที่จะดำเนินการในสิ่งที่ธุรกิจทั้งสองดังกล่าวไม่ต้องการจะทำ นั่นคือ การเจาะตลาดในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีอยู่หลายประเทศและมีช่องว่างให้เห็นแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปในอนาคต และในปัจจุบัน Lazada ถือว่าสามารถดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จได้ในระดับหนึ่ง โดยสังเกตได้จากยอดขายในช่วงสองไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2558 ที่สามารถสร้างยอดขายได้ประมาณ 433 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ถึงจะเป็นจำนวนไม่มาก แต่ก็มากขึ้นเป็น 4 เท่าจากช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้านี้ การเติบโตของธุรกิจที่ดีเช่นนี้ จึงทำให้ Alibaba ที่เป็นบริษัทด้านพาณิชย์กรรมอิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) รายใหญ่ของประเทศจีนเข้าซื้อกิจการของ Lazada เป็นมูลค่าในการซื้อขายทั้งสิ้น 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งจากการซื้อขายในครั้งนี้ Alibaba จะเป็นเจ้าของ Lazada ในทุกประเทศที่ดำเนินกิจการอยู่ กล่าวคือ การขายกิจการของ Lazada ในครั้งนี้ถือเป็นการออกจากธุรกิจวิธีหนึ่ง

7.2 การเป็นบริษัทจดทะเบียน (initial public offering-IPO) สำหรับการออกจากกิจการด้วยการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นี้ ช่วยให้บริษัทสามารถระดมเงินทุนจากประชาชนทั่วไปได้โดยตรง เพื่อนำไปเป็นเงินหมุนเวียนหรือขยายธุรกิจของบริษัทได้ ไม่ใช่การไปกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินที่ต้องชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยตามงวดเวลาที่กำหนด ยกตัวอย่างเช่น กรณี Facebook ในช่วงเริ่มต้นการเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพด้วยเงินทุนของซัคเคอร์เบิร์กและเพื่อน ๆ จนสามารถพัฒนาสินค้าให้ค่อย ๆ เติบโตขึ้นและมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยเงินลงทุนจากนักลงทุนอิสระ (angel) และนักลงทุนในรูปแบบขององค์กร (VC) ต่อมาซัคเคอร์เบิร์กในฐานะผู้ก่อตั้งกิจการได้ตัดสินใจออกจากธุรกิจด้วยวิธีการนำ Facebook เข้าไป

จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อระดมทุนสำหรับการดำเนินกิจการให้เจริญเติบโตต่อไป ทำให้สถานะของซัคเคอร์เบิร์กจากเจ้าของกิจการเปลี่ยนไปสู่ผู้บริหารสูงสุด (CEO) และทำให้เขาเป็นผู้ครอบครองหุ้นของ Facebook ประมาณร้อยละ 28 คิดเป็นมูลค่า 24,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ดังนั้น เจ้าของกิจการจะอยู่ในฐานะเป็นเพียงผู้ถือหุ้นของบริษัทเท่านั้น แต่บริษัทสามารถจะเติบโตอย่างมั่นคงและต่อเนื่องในระยะยาวได้ต่อไป

สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาในขั้นตอนการออกจากธุรกิจสตาร์ทอัพนี้ คือ ธุรกิจจะต้องได้รับการประเมินมูลค่าที่เหมาะสม ซึ่งผู้ซื้อจะต้องได้รับความคุ้มค่ามากขึ้น โดยคำนึงถึงการทำงานที่ผ่านมาขององค์กร การบริหารจัดการ และอุปสรรคในการแข่งขันให้รอบด้าน พร้อมจัดเตรียมแผนธุรกิจที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงไว้ให้ผู้ซื้อ และต้องมีการทำสัญญาซื้อขายให้ถูกต้องตามกฎหมาย และผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ความสามารถในการจัดการด้านการเงิน และผู้ประกอบการต้องสามารถยอมรับการสูญเสียสิ่งที่เกิดมาจากความพยายามและการทำงานอย่างหนักมานานหลายปี

สำหรับขั้นตอนการออกจากธุรกิจสตาร์ทอัพนี้ ผู้ประกอบการจะต้องเตรียมพันธมิตรสำหรับการประเมินมูลค่าของธุรกิจและการจัดหาแหล่งทุนสำหรับการเป็นที่ปรึกษาทางการเงินและบัญชี เพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับจัดการทางการเงินและภาษี ในกรณีที่ต้องมีการขายหรือปิดกิจการลงไป

ดังนั้น จากวัฏจักรของธุรกิจสตาร์ทอัพที่ได้กล่าวถึงไปแล้วในข้างต้น การดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพทั้ง 2 ขั้นตอนจะอาศัยแหล่งเงินทุนจากการพึ่งพาเงินสดของตนเอง หรือไม่ก็เป็นเงินทุนจากเพื่อน จากครอบครัว จากธนาคารทั่วไป หรือจากเงินอุดหนุนของรัฐบาล และจากนักลงทุนอิสระ (angel investors) ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุนดังกล่าว เพื่อที่จะได้นำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จได้ต่อไป

อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

ธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยอยู่ในยุคของการเริ่มต้น มีการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีโครงการต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นมาก เพื่อให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ

ได้แสดงศักยภาพของธุรกิจและร่วมแก้ไขจุดบกพร่องในธุรกิจอีกด้วย สิ่งเหล่านี้จึงเป็นตัวแปรสำคัญเมื่อธุรกิจสตาร์ทอัพมีความพร้อมในการดำเนินธุรกิจ แหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินก็จะยื่นมือเข้ามาในรูปแบบที่ผู้ประกอบการไม่ต้องไปให้เสียเวลา ดังนั้น สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้าว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพจะเติบโตขึ้นไปได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถเข้าถึงธุรกิจได้ในทุก ๆ กลุ่มธุรกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการมีความคิดสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับช่องว่างและความต้องการของผู้บริโภค โดยอาศัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมาเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจ สิ่งทีกล่าวทั้งหมดไม่สามารถจะยืนยันได้ว่าธุรกิจสตาร์ทอัพทุกรายจะประสบความสำเร็จ เพราะยังมีบางสาเหตุที่เป็นจุดบกพร่องที่ผู้ประกอบการมองไม่เห็นอยู่หลายประเด็น เช่น ยังไม่ปรากฏแหล่งเงินทุนดังกล่าวที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นรูปธรรม หรือธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จมีเพียงจำนวนที่น้อย หรือลักษณะทางการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จะเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ หรือแม้แต่มั้ยังไม่มีการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างจริงจัง เป็นต้น

การเติบโตของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยได้รับความสนใจในช่วงปีที่ผ่านมา เพราะแนวโน้มของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการนั้นมีความขึ้น รวมทั้งโอกาสในการทำธุรกิจด้วยต้นทุนที่ต่ำสำหรับการขยายตลาดไปสู่ตลาดโลก พร้อมกับการเติบโตของการเข้าถึงเครือข่ายสารสนเทศก็มีความขึ้นเช่นกัน ดังนั้น การเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่จึงเริ่มมาจากความคิดและมีโอกาสในการขับเคลื่อน (opportunity driven) ซึ่งเปลี่ยนจากยุคสมัยหนึ่งที่มีส่วนใหญ่อารมณ์เริ่มต้นธุรกิจเกิดขึ้นเพราะสถานการณ์วิกฤตต่าง ๆ (crisis driven) เช่น การเปิดการค้าเสรี และการเกิดขึ้นของประชาคมอาเซียน เป็นต้น กล่าวได้ว่า ภูมิภาคอาเซียน คือ โอกาสในการทำธุรกิจ แต่จากการศึกษาธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย พบว่า ร้อยละร้อยละของธุรกิจสตาร์ทอัพเหล่านั้นมีเพียงแค่ ไม่ถึง 1 ใน 5 เท่านั้น ที่สามารถจะประสบความสำเร็จได้ แต่ในขณะที่ธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างเช่น สิงคโปร์ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปที่ประสบความสำเร็จสามารถใช้ประโยชน์จากปัจจัยการผลิตและการบริการที่โดดเด่นอันนำไปสู่ความต้องการของประเทศอื่น ๆ ทั่วโลกได้ ดังนั้น การส่งเสริมธุรกิจ

สตาร์ทอัพในบริบทของประเทศไทย ซึ่งมีข้อจำกัดหลายอย่าง เช่น ด้านองค์ความรู้ ด้านเงินทุน และด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ภายในประเทศ เป็นต้น จึงเป็นเรื่องสำคัญสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน (การตีพิมพ์วารสาร, 2558 : 19)

และจากผลการสำรวจของต่างประเทศ พบว่าความล้มเหลวของธุรกิจสตาร์ทอัพจะประกอบไปด้วยหลายสาเหตุ CBinsights (2015) แม้ว่าการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีความคิดในเชิงบวกต่อการเติบโตและศักยภาพของตลาดในภูมิภาคอาเซียนและทั่วโลก แต่ในสภาพของความเป็นจริงก็ยังพบอุปสรรคอยู่มากมายในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในบริบทของประเทศไทยให้สามารถประสบความสำเร็จได้ ดังนั้น จึงได้ทำการสังเคราะห์และจัดกลุ่มปัญหาที่ยังเป็นของอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพโดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. อุปสรรคด้านความสามารถของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Ability) เกี่ยวกับปัญหาผู้ประกอบการขาดความสามารถ ขาดความมุ่งมั่น และขาดแรงบันดาลใจในการดำเนินธุรกิจ กล่าวคือ ผู้ประกอบการไม่สามารถบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพได้ นั้นหมายถึงการที่ผู้ประกอบการไม่สามารถปรับปรุงสินค้าหรือบริการให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบันได้ และรวมถึงการไม่มีเครือข่ายหรือที่ปรึกษาทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ

2. อุปสรรคด้านความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Trust) เกี่ยวกับปัญหาความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการต่อการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ และปัญหาความเชื่อมั่นต่อการสร้างความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจสตาร์ทอัพ ตลอดจนวิธีการสร้างความสัมพันธ์และการทำธุรกิจร่วมกันให้ประสบความสำเร็จเพื่อการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจให้เข้มแข็ง

3. อุปสรรคด้านลูกค้าที่คาดหวัง (Potential Customer) เกี่ยวกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงที่เป็นพลวัตของนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีในปัจจุบันที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงสินค้าหรือบริการของธุรกิจสตาร์ทอัพ รวมทั้งการตระหนักถึงจำนวนของลูกค้าที่คาดหวังจะได้รับ

4. อุปสรรคด้านการสนับสนุนทรัพยากร (Resources

Support) ปัญหาเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐาน ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ระบบการสื่อสารที่สามารถรองรับเทคโนโลยีในอนาคต รวมถึงระบบขนส่งทั้งหมดที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่า และโครงสร้างพื้นฐานทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ นอกจากนั้นยังมีปัญหาเกี่ยวกับกฎระเบียบต่าง ๆ ต้องสอดคล้องต่อธุรกิจสตาร์ทอัพเพื่อให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

จากอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพทั้งสี่ด้านดังกล่าวมีความสอดคล้องกับอุปสรรคที่ปรากฏในวัฏจักรของธุรกิจสตาร์ทอัพขั้นตอนที่ 1 การค้นหาโอกาสทางธุรกิจ (Idea) และขั้นตอนที่ 2 การเริ่มต้นธุรกิจ (Startup) อันเป็นสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพไม่สามารถประสบความสำเร็จหรือทำให้เกิดความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจรวมทั้งเป็นอุปสรรคต่อความตั้งใจของผู้ประกอบการในการเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพด้วยนั้น แต่ในทางกลับกันหากธุรกิจสตาร์ทอัพมีความพร้อมและสามารถรับมือหรือจัดการกับอุปสรรคดังกล่าวได้ อุปสรรคก็จะกลายเป็นปัจจัยที่จะส่งผลต่อศักยภาพในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพได้เช่นกัน

Aslam and Hasnu (2016) ทำการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยพบว่า การดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพจะมีปัญหาและข้อจำกัดที่มีความคล้ายคลึงกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของกฎหมายหรือข้อบังคับที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ หรือสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศนั้น ๆ ส่วน Jin and Jung (2016) ได้ทำการศึกษาวิจัยผู้ประกอบการ SMEs พบว่า การที่ SMEs มีเครือข่ายทางธุรกิจจะช่วยให้การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ความเข้าใจในเครือข่ายทางธุรกิจของตนเอง นอกจากนี้ Singh, Khamba and Nanda (2017) กล่าวเอาไว้ว่า ความสามารถของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการเทคโนโลยีที่มีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน และการสนับสนุนของรัฐบาลด้านเทคโนโลยีล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสำหรับบริษัทขนาดเล็กทั้งสิ้น กล่าวได้ว่าจากประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพดังกล่าวข้างต้น และจากผลการวิจัยของนักวิชาการต่าง ๆ พบว่า มีปัจจัยหลายอย่างที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพที่เป็นทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน เช่น สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ

การเมือง การสนับสนุนจากภาครัฐหรือการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน รวมทั้งความรู้ความสามารถทางด้านการเงิน เทคโนโลยี และนวัตกรรมของผู้ประกอบการ หรือเครือข่ายทางธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งไม่ว่าจะเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย หรือในต่างประเทศก็จะมีลักษณะของปัญหาที่คล้ายคลึงกันอันประกอบไปด้วย

1. ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับความสามารถของผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ไม่สามารถนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าและประสบความสำเร็จบรรลุเป้าที่กำหนดไว้ เป็นต้น

2. ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับความเชื่อมั่นต่อภาครัฐ เช่น ภาครัฐยังขาดความมุ่งมั่นและจริงจังที่จะให้การสนับสนุนในการขับเคลื่อนธุรกิจสตาร์ทอัพด้านต่าง ๆ อย่างเต็มความสามารถ เป็นต้น

3. ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าที่คาดหวังในธุรกิจสตาร์ทอัพ เช่น การเปลี่ยนแปลงที่เป็นพลวัตรของนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เป็นไปอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบันเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตรงต่อจำนวนของลูกค้าที่คาดหวังในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีทางด้านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จ เป็นต้น

4. ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการสนับสนุนด้านทรัพยากรต่าง ๆ เช่น การดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพยังไม่มีกฎหมายระเบียบ หรือข้อบังคับที่เอื้ออำนวย และทางภาครัฐก็ยังไม่มียุทธศาสตร์ในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างชัดเจน รวมทั้งยังไม่มี การสนับสนุนทรัพยากรต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจสตาร์ทอัพหรือโครงสร้างพื้นฐานอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้อย่างเป็นรูปธรรม เป็นต้น

จากประเด็นปัญหาดังกล่าว ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพทั้งสิ้น กล่าวคือ หากธุรกิจสตาร์ทอัพประสบปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือติดขัดประเด็นใดประเด็นหนึ่ง เช่น โครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี ไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ เป็นต้น ก็เป็นเรื่องยากที่ผู้ประกอบการจะสามารถขยายตลาดของธุรกิจได้ (Scalable) หรืออาจจะทำให้ธุรกิจ

สตาร์ทอัพไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้เติบโตอย่างก้าวกระโดดได้ (Exponential Growth) และที่สำคัญในยุคดิจิทัลการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสามารถทำได้เพียงเสี้ยววินาที ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคต้องเปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพจะต้องสามารถปรับเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการดำเนินงานให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นด้วยวิธีที่ชาญฉลาดมากขึ้น และผู้ประกอบการต้องสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อตอบโจทย์ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวให้เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ตัวแบบของธุรกิจสตาร์ทอัพจึงเป็นคำตอบของการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน และจะเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงให้ทันกับประชาคมโลก เป็นธุรกิจที่จะเปลี่ยนวิธีการส่งซื้อสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองต่อรูปแบบและพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไป

สำหรับประเทศไทยกลับพบว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ร้อยละ 75-90 ไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ (เทคซอส, 2558) และธุรกิจสตาร์ทอัพในต่างประเทศก็เช่นกัน ส่วนใหญ่ก็ไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้เช่นกัน อันเนื่องมาจากปัจจัยหลายอย่างประกอบกันไป ดังนี้

1. ผลិតภัณฑ์ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด อาจเป็นเพราะผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ และไม่ได้เป็นที่ต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง อีกทั้งธุรกิจสตาร์ทอัพยังไม่มีแผนการตลาดที่ดีเพียงพอ

2. ธุรกิจสตาร์ทอัพยังมีปัญหาทางด้านการเงินที่จะนำมาสนับสนุนการดำเนินกิจการและปัญหาในการบริหารจัดการต้นทุนที่ไม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งทำให้การสร้างรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่ายที่เกิดขึ้น อันเป็นสาเหตุให้ผลประกอบการของธุรกิจสตาร์ทอัพไม่น่าสนใจและทำให้นักลงทุนที่จะเข้ามาร่วมลงทุนในธุรกิจ

3. ผู้ประกอบการไม่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง

4. ผู้ประกอบการขาดความมุ่งมั่นและขาดแรงบันดาลใจในการดำเนินธุรกิจ

5. ธุรกิจสตาร์ทอัพขาดกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนองค์การให้ประสบความสำเร็จ

6. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสตาร์ทอัพยังไม่มี ความชัดเจน

7. ธุรกิจสตาร์ทอัพไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจที่มี องค์ความรู้อย่างเพียงพอที่จะเข้ามาร่วมกันเพื่อสนับสนุน การดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จและเป็น ไปอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

แนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในมิติ ต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความ สามารถเอาแนวคิดนวัตกรรมเข้ามาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือ บริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเป็น รูปธรรม กล่าวได้ว่า ปัจจัยที่สำคัญอันดับต้น ๆ ของการ ดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จ คือ ผู้ประกอบการ ต้องมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาความสามารถทางด้าน นวัตกรรม เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้เกิด ขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น ในมุมมองของนักลงทุนอิสระ การพิจารณาร่วมลงทุนกับธุรกิจใด ๆ ก็ต้องให้ความสำคัญ กับผู้ประกอบการที่สามารถสร้างนวัตกรรมและนำเอามา ประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจของตนเองมาเป็นอันดับ ต้น ๆ เช่นกัน อันจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดธุรกิจสตาร์ทอัพ มากขึ้น ซึ่งนอกจากจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย แล้ว อันหนึ่งเป็นการสร้างให้เกิดตลาดแรงงานในธุรกิจสตาร์ทอัพมากขึ้นได้อีกเช่นกัน

2. ด้านภาคธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ รวดเร็วส่งผลต่อจำนวนลูกค้าที่คาดหวังในธุรกิจสตาร์ทอัพ เนื่องจากเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ ตลอดเวลาและเทคโนโลยีเป็นกุญแจสำคัญของการพัฒนา ผลิตภัณฑ์หรือบริการในธุรกิจสตาร์ทอัพ ดังนั้น ธุรกิจ สตาร์ทอัพที่สามารถนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการ ขับเคลื่อนองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะสามารถ ประสบความสำเร็จสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน กล่าว คือ ตัวแบบของธุรกิจสตาร์ทอัพที่จะประสบความสำเร็จ ต้องสามารถนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างให้ เป็นนวัตกรรมในองค์กรของตนเอง และนวัตกรรมดังกล่าว ก็จะเป็นปัจจัยที่สำคัญช่วยให้ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถขยาย ตัวได้โดยไม่ต้องใช้สินทรัพย์หรือเวลามากนัก (scalable)

และสามารถทำซ้ำบริการของตนเองได้อย่างไม่จำกัด (repeatable) ดังนั้น ธุรกิจสตาร์ทอัพจึงสามารถสร้างมูลค่า ให้เติบโตไปได้แบบก้าวกระโดด และเป็นตัวแบบทางธุรกิจ ที่มีความเหมาะสมกับยุคสมัยในปัจจุบัน

3. ด้านหน่วยงานภาครัฐ ภาครัฐต้องสร้างความ เชื่อมั่นในการขับเคลื่อนธุรกิจสตาร์ทอัพให้เกิดอย่างเป็น รูปธรรมมากยิ่งขึ้น โดยกำหนดออกมาเป็นมาตรการให้ ผู้ประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพได้รับทราบ รวมถึงการออกเป็น กฎหมาย หรือระเบียบข้อบังคับที่จะเอื้อให้การดำเนินธุรกิจ สตาร์ทอัพในประเทศไทยสามารถแข่งขันในเวทีโลกหรือเป็น ไปตามมาตรฐานสากลที่พึงกระทำ ซึ่งเป็นเรื่องที่ภาครัฐ ต้องอาศัยระยะเวลาไม่สามารถกระทำได้เพียงระยะเวลา อันสั้นและต้องทำให้สม่ำเสมอเป็นไปอย่างต่อเนื่อง อาทิ เช่น การออกกฎหมายเฉพาะสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพ หรือ การให้สิทธิพิเศษสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพที่สามารถนำ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีมาดำเนินธุรกิจจนประสบความสำเร็จ รวมถึงการจัดตั้งหน่วยงานที่จะมากำกับดูแลเกี่ยว กับธุรกิจสตาร์ทอัพโดยตรง เป็นต้น

สรุป

ประเทศไทยยุค 4.0 จึงถือเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้ง สำคัญอีกครั้งหนึ่งของประเทศที่ต้องมีการปรับเปลี่ยน โครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วย นวัตกรรมไปสู่ลักษณะ “ทำน้อยได้มาก” จึงมีความจำเป็น ต้องมีการเปลี่ยนผ่านทั้งระบบใน 4 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1) เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม (Traditional Farming) ในปัจจุบันไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการ บริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดย เกษตรกรต้องมีรายได้มากขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็น ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) 2) เปลี่ยนจากผู้ประกอบการ ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบบดั้งเดิม (Traditional SMEs) กล่าวคือ การเป็นผู้ประกอบการ SMEs ที่รัฐต้อง ให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ ที่มีศักยภาพ (Smart Enterprises) และการเป็นธุรกิจ สตาร์ทอัพ (Start-ups) ที่มีศักยภาพสูง 3) เปลี่ยนจากการ ให้บริการแบบดั้งเดิม (Traditional Services) ซึ่งมีการ สร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำไปสู่การให้บริการที่มีคุณค่าสูง (High Value Services) และ 4) เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไป

สู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะที่สูงขึ้น ดังนั้น ประเทศไทยจำเป็นต้องมีการพัฒนาศักยภาพเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจใหม่ (New Engines of Growth) เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน บทบาทสำคัญของภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมโยงในการผลิตและบริการ การพัฒนาและการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และจะต้องพัฒนาปัจจัยพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์ทั้งทุนมนุษย์ โครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม การบริหารจัดการ และการปรับปรุงกฎระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการค้า การลงทุน อันจะเป็นปฐมบทของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยเข้าสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูงต่อไป

ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 ให้ประสบความสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด เนื่องจากธุรกิจสตาร์ทอัพมีโมเดลทางธุรกิจที่แตกต่างไปจากการดำเนินธุรกิจรูปแบบเดิมด้วยการนำเอาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือ ความคาดหวังของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมาใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ นอกจากนี้ยังพบว่าธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถทำซ้ำด้วยต้นทุนที่ไม่สูง รวมทั้งเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว จุดเด่นที่มีความสำคัญอีกประการหนึ่งของธุรกิจสตาร์ทอัพคือ เป็นธุรกิจที่สามารถส่งผ่านคุณค่าที่แท้จริงให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ ทำให้คุณภาพของผู้บริโภคดีขึ้น เช่น ได้รับบริการที่รวดเร็วขึ้นและหรือมีราคาที่ถูกลง เป็นต้น นอกจากนี้ ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจขนาดเล็ก แต่สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดดเป็นการออกแบบธุรกิจให้มีการทำซ้ำได้ง่าย (Repeatable) และขยายกิจการได้โดยไม่ใช้เวลาหรือต้นทุนที่มากเกินไป (Scalable) ด้วยการนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นนวัตกรรมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและเป็นประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนเอง ดังนั้น ธุรกิจสตาร์ทอัพจึงสามารถเป็นรากฐานที่สำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศได้ต่อไปในอนาคต จากลักษณะที่สำคัญของธุรกิจสตาร์ทอัพดังกล่าวข้างต้น

เนื่องจากว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยการสร้างสรรคทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการแก้ไขปัญหาและสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

ในยุคปัจจุบัน แต่สำหรับประเทศไทยกลับพบว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ร้อยละ 75-90 ไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ และธุรกิจสตาร์ทอัพในต่างประเทศที่เช่นกันส่วนใหญ่ก็ไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้เช่นกัน สาเหตุของความล้มเหลวของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด อาจเป็นเพราะผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ และไม่ได้เป็นที่ต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง อีกทั้งธุรกิจสตาร์ทอัพยังไม่มีแผนการตลาดที่ดีเพียงพอ

2. ธุรกิจสตาร์ทอัพยังมีปัญหาทางการเงินที่จะนำมาสนับสนุนการดำเนินกิจการและปัญหาในการบริหารจัดการต้นทุนที่ไม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งทำให้การสร้างรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่ายที่เกิดขึ้น อันเป็นสาเหตุให้ผลประกอบการของธุรกิจสตาร์ทอัพไม่น่าสนใจและทำให้ขาดนักลงทุนที่จะเข้าร่วมลงทุนในธุรกิจ

3. ผู้ประกอบการไม่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง

4. ผู้ประกอบการขาดความมุ่งมั่นและขาดแรงบันดาลใจในการดำเนินธุรกิจ

5. ธุรกิจสตาร์ทอัพขาดกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนองค์การให้ประสบความสำเร็จ

6. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสตาร์ทอัพยังไม่มี ความชัดเจน

7. ธุรกิจสตาร์ทอัพไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจที่มีองค์ความรู้อย่างเพียงพอที่จะเข้าร่วมกันเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จและเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ มีดังนี้ 1) ด้านผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความสามารถนำเอานวัตกรรมเข้ามาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเป็นรูปธรรม 2) ด้านภาคธุรกิจ ธุรกิจสตาร์ทอัพที่สามารถนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนองค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะสามารถประสบความสำเร็จสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน 3) ด้านหน่วยงานภาครัฐต้องสร้างความเชื่อมั่นในการขับเคลื่อนธุรกิจสตาร์ทอัพให้เกิดอย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- การดี เลียวไพโรจน์. (2558, 5 มกราคม), สตาร์ทอัพไทย “รอโต”. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. http://203.155.220.117:8080/BMAWWW/upload/module_cms/title_cms/file_c821f9cb4294e0595ff87ec379cf3740.pdf
- ณฤทธิ วรพงษ์ดี. (2559). เปิดโลก Startup ตอน: Startup คือธุรกิจอะไรกันแน่. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. https://www.set.or.th/education/th/enterprise/files/startup_narit.pdf
- ณฤทธิ วรพงษ์ดี. (2560). รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- ฉิมสอ์พ. (2563). มาเรียนรู้กับ Startup funding ในแต่ละระดับกันให้ดียิ่งขึ้น. <http://thumbsup.in.th/2014/06/how-funding-rounds-differ-seed-series>.
- เรื่องโรจน์ พูนผล. (2563). Anyone can change the world. ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ (TCDC). <http://www.tcdc.or.th/creativethailand/article/TheCreative/21422>,
- ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน. (2563). โมเดลประเทศไทย 4.0. http://www.aseanhai.net/ewt_news.php?nid=6100&filename=index
- อรนุช เลิศสุวรรณกิจ. (2563). ทำความรู้จัก Startup เทรนด์แรงที่ชาวออนไลน์ควรรู้. Thailand Online Focus. <http://www.thailandonlinefocus.com/focus/news/165/>, 2563.
- Aslam, S., & Hasnu, S. A. F. (2016). Issues and constraints perceived by young entrepreneurs of Pakistan. World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, 12(1), 50-65. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-03-2015-0015>
- Baller, S., Dutta, S., & Lanvin, B. (2020). The global information technology report 2016: Innovating in the digital economy. World Economic Forum. https://www3.weforum.org/docs/GITR2016/WEF_GITR_Full_Report.pdf
- Blank, S. (2020). What's a startup? First principle. Steve Bank. <http://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>
- CBinsights. (2020). The top 20 reasons startups fail., 2015. <https://www.cbinsights.com/blog/startup-failure-reasons-top/>, 2020.
- Cheung, A. (2016). Lecture 4 building product, talking to users, and growing: How a start to startup. Genius. <https://genius.com/Adora-cheung-lecture-4-building-product-talking-to-users-and-growing-annotated>
- Fontinelle, A. (2017). What exactly is a startup? Investopedia. <http://www.investopedia.com/ask/answers/12/what-is-a-startup.asp>, 2017.
- Graham, P. (2016). Startup=growth. Paul Graham. <http://www.paulgraham.com/growth.html>
- Jin, B., & Jung, S. (2016). Toward a deeper understanding of the roles of personal and business networks and market knowledge in SMEs' international performance. Journal of Small Business and Enterprise Development, 23(3), 812-830. <https://doi.org/10.1108/JSBED-08-2015-0104>
- McClure, D. (2013). What is the proper definition of a startup? Quora. <https://www.quora.com/What-is-the-proper-definition-of-a-startup/answer/Dave-McClure>
- Shah, H. (2016). The 7 stages of the startup life cycle. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/7-stages-startup-life-cycle-hardik-shah-csm>
- Singh, D., Khamba, J. S., & Nanda, T. (2017). Influence of technological innovation on performance of small manufacturing companies. International Journal of Productivity and Performance Management, 66(7), 838-856. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-02-2016-0035>