



บทความวิชาการ

การบริหารจัดการธุรกิจสตาร์ทอัพ ให้ประสบความสำเร็จ

Successful startup business management

สมศักดิ์ วาตินชัย

บริษัท ดีไซน์ ออลเทอร์เนทีฟ จำกัด, สมุทรปราการ, ประเทศไทย

Somsak Watinchai

Design Alternative Company Limited, SamutPrakan, Thailand

E-mail: somsak@design-alternative.com

วันที่รับบทความ : 18 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 23 กรกฎาคม 2566

วันที่ตอบรับบทความ : 23 กรกฎาคม 2566

บทคัดย่อ

สตาร์ทอัพ (Startup) หรือวิสาหกิจเริ่มต้นกลุ่มใหม่ ที่มีศักยภาพในการเติบโตอย่างก้าวกระโดด เนื่องจากสามารถประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างรวดเร็ว เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ธุรกิจสตาร์ทอัพมีโมเดลทางธุรกิจที่แตกต่างไปจากการดำเนินธุรกิจรูปแบบเดิมด้วยการนำเอาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือ ความคาดหวังของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมาใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ นอกจากนี้ยังพบว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถทำซ้ำด้วยต้นทุนที่ไม่สูง รวมทั้งเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว จุดเด่นที่มีความสำคัญอีกประการหนึ่งของธุรกิจสตาร์ทอัพ คือ เป็นธุรกิจที่สามารถส่งผ่านคุณค่าที่แท้จริงให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ ทำให้คุณภาพชีวิตของผู้บริโภคดีขึ้น อาทิเช่น ได้รับบริการที่รวดเร็วขึ้นและหรือมีราคาที่ถูกลง เป็นต้น นอกจากนี้ ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจขนาดเล็ก แต่สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด เป็นการออกแบบธุรกิจให้มีการทำซ้ำได้โดยง่าย (repeatable) และขยายกิจการได้โดยไม่ใช้เวลาหรือต้นทุนที่มากเกินไป (scalable) ด้วยการนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นนวัตกรรมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและเป็นประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนเอง ดังนั้น ธุรกิจสตาร์ทอัพจึงสามารถเป็นรากฐานที่สำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศได้ต่อไปในอนาคต จากลักษณะที่สำคัญของธุรกิจสตาร์ทอัพดังกล่าวข้างต้น

การบริหารจัดการธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบผลสำเร็จนั้น ผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญที่จะผลักดันให้ธุรกิจ Startup ประสบผลสำเร็จจึงควรมีคุณสมบัติเบื้องต้น ดังนี้ 1) มีความปรารถนาอย่างแรงกล้า 2) มีความคิดสร้างสรรค์ 3) มีความเป็นนักกลยุทธ์ 4) ความเป็นผู้นำและกล้าตัดสินใจ และ 5) มีความกล้าเสี่ยง ส่วนปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย 5 ปัจจัยหลักๆ คือ 1) จังหวะเวลา 2) ทีม 3) ไอเดียหรือแนวคิดใหม่ๆ 4) แผนธุรกิจ และ 5) เงินทุน และสุดท้าย ปัจจัยหลักที่ทำให้ Startup ประสบผลสำเร็จนั้น คือความสามารถในการตอบโจทย์ความต้องการและสามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงใจผู้บริโภค ขณะเดียวกัน Startup ก็ต้องสามารถสร้างรายได้จากธุรกิจดังกล่าวได้ด้วยถึงจะกล่าวได้ว่าธุรกิจ Startup นั้นประสบความสำเร็จ

คำสำคัญ : การบริหารจัดการ, ธุรกิจสตาร์ทอัพ, ผลสำเร็จ

Abstract

Startup business is one of the important parts in driving Thailand 4.0 to achieve the goals set. Because startups have different business models from traditional business operations by applying technology or innovations that can respond to the needs or the expectations of today's consumers to drive business. It was also found that startups can be replicated at low cost and also a business that has the potential to expand the market quickly. Another important strength of a startup business is that it is a business that can deliver real value that meets the needs of consumers and improves the consumers' quality of life, for example, receiving faster service or having a lower price, etc. Even though startups are small businesses but they can grow rapidly in a leap forward by designing a repeatable and scalable business without too much time or cost by applying technology to be innovative that is conducive to business operations and beneficial to their own products or services. Therefore, the startup business can continue to be an important foundation for the country's economy in the future from the important characteristics of the startup business mentioned above.

Managing a startup business to be successful, entrepreneurs play an important role in driving startup businesses to be successful, so they should have the following basic qualifications: 1) passionate, 2) creative, 3) strategist, 4) leadership and courage to make decisions, and 5) risk taking. As for the factors that make a startup business successful, it consists of 5 main factors: 1) timing, 2) team, 3) new ideas or concepts, 4) business plan, and 5) funding. Finally, the main factor that makes the startup successful is the ability to meet the needs and solve problems of consumers. At the same time, startups must also be able to generate income from such businesses to be able to say that startup businesses are successful.

Keyword: Management, Startup Business, Success

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีเริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตมนุษย์มากขึ้น เทคโนโลยีสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้เข้ามามีส่วนในการดำเนินชีวิตประจำวันมากขึ้นกว่าสมัยก่อน มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากมาย ทั้งในด้านกิจวัตรประจำวัน ตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงนอนหลับ การประกอบอาชีพที่ต้องใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วย รวมไปถึงการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการจะต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว หลาย ๆ ธุรกิจที่ปรับตัวไม่ได้ก็ต้องปิดตัวลง เพราะในขณะนี้ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ในปัจจุบันประเทศไทยยังติดอยู่ในโมเดลเศรษฐกิจแบบทำมากได้น้อย จึงต้องการปรับเปลี่ยนให้เป็นทำน้อยได้มาก (ปานระพี รพีพันธุ์, 2560) ต้องเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม อย่างเช่นการเกษตรก็ต้องเปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมไปเป็นเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการบริหารจัดการใช้เทคโนโลยีมาเกี่ยวข้อง หรือ Smart Farming โดยเกษตรกรต้องเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการที่สามารถนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาพัฒนาการเกษตรของตนให้สามารถทำรายได้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ก็ต้องเปลี่ยนจากการดำเนินธุรกิจแบบเดิมไปสู่ Smart Enterprises และ Business Model ที่เริ่มต้นมาจากการที่มีคนมองเห็นช่องว่างในตลาด จึงเกิดความคิดที่จะนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อสร้างสินค้าหรือบริการที่สามารถทำเงินจากการตอบโต้ของคนที่เติมเต็มช่องว่างในตลาดเหล่านั้น ผู้ที่ก่อตั้งธุรกิจโดยใช้ Business Model เช่นนี้จะเรียกตนเองว่า “สตาร์ทอัพ” (Startup) ซึ่งเพียงเวลาไม่นานสตาร์ทอัพก็กลายเป็นที่นิยมและได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในทุกประเทศทั่วโลก เช่นเดียวกับในประเทศไทยที่จะเห็นได้ว่าจำนวนบริษัทสตาร์ทอัพเกิดใหม่ในประเทศมีอัตราสูงขึ้นทุกปี นอกจากนี้ จะเห็นว่าทุกภาคส่วนของสังคมก็ให้ความสนใจกับธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐที่ออกนโยบายและจัดตั้งหน่วยงานสนับสนุนกิจการสตาร์ทอัพเช่นเดียวกับ

ภาคเอกชนหลายแห่งที่จัดตั้งหน่วยงานเพื่อเป็นที่ปรึกษาให้ความช่วยเหลือ และเป็นแหล่งระดมทุนให้กับสตาร์ทอัพ แม้กระทั่งภาคการศึกษาเองก็ยังมี การปรับปรุงหรือพัฒนาหลักสูตรเพื่อรองรับกระแสของสตาร์ทอัพด้วยเช่นกัน เราจึงปฏิเสธไม่ได้เลยว่าธุรกิจสตาร์ทอัพนั้นกำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งในภาคเศรษฐกิจ ทั้งในแง่ของการสร้างเม็ดเงินมูลค่ามหาศาลภายในประเทศ และในแง่ของการเข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคจนสามารถสร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทั้งอุตสาหกรรม (Disruption) ที่ทำให้ธุรกิจขนาดใหญ่หลายแห่งถึงกับต้องทบทวนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

ธุรกิจ Startup เป็นแนวคิดธุรกิจแบบใหม่ที่สอดคล้องกับยุคของ ไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งการทำธุรกิจ Startup คือ การที่เรามองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับคนส่วนมากแล้วสร้างโมเดลธุรกิจเพื่อมาแก้ไขปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยวิธีการที่แตกต่างจากเดิม และธุรกิจจะต้องสามารถสร้างกำไรได้เรื่อย ๆ เพิ่มผู้ใช้ได้เรื่อย ๆ และสามารถเติบโตขึ้นได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาอันสั้นและกลายเป็นบริษัทขนาดใหญ่ขึ้นเอง หลายบริษัทระดับโลก เช่น Apple, Google, Facebook, Instagram, Twitter ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เคยผ่านการเป็น Startup มาก่อนแล้วทั้งนั้น ประเทศไทยในสมัยก่อนที่เทคโนโลยียังไม่ได้มีบทบาทมากนักทำให้เรามองว่า Startup เป็นเรื่องที่ไกลตัว มองว่าเป็นเรื่องที่เพ้อฝัน มีแต่ฝรั่งเท่านั้นที่ทำได้ เป็นเรื่องที่เป็นไปไม่ได้หรือเป็นไปได้ยาก เพราะประเทศไทยยังไม่มี Startup ที่ประสบความสำเร็จให้เห็นกัน ทั้งภาครัฐและเอกชนจึงยังไม่ได้ให้ความสนใจธุรกิจประเภทนี้มากนัก แต่ปัจจุบันมีคนกลุ่มเล็ก ๆ หลายกลุ่มได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าคนไทยเราสามารถทำได้ไม่แพ้ชาติใดในโลก ยกตัวอย่างธุรกิจ Startup ของไทยที่ประสบความสำเร็จ อาทิ Wongnai, Builk, Computerlogy, Ookbee และอื่น ๆ อีกมากมาย ที่เป็น Startup ของไทย คนกลุ่มนี้ได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าคนไทยก็สามารถทำ Startup ได้ แต่อย่างไรก็ตามหากคิดเป็นเปอร์เซ็นต์แล้ว Startup ที่ไม่ประสบความสำเร็จ

สำเร็จมีมากถึง 90% Startup ที่ประสบความสำเร็จมีเพียงแค่ 10% เท่านั้น (ศศิรินทร์ สายสนธิ, 2560) ดังนั้นจึงต้องการทราบการบริหารจัดการธุรกิจ Startup ให้ประสบผลสำเร็จว่าจะต้องอาศัยปัจจัยใดบ้างสำหรับการเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจ Startup ในอันที่จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตและสอดคล้องกับนโยบายของประเทศได้อย่างต่อเนื่องต่อไป

ธุรกิจสตาร์ทอัพในบริบทประเทศไทย

ความหมายเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ

เรืองโรจน์ พูนผล (2557) กล่าวว่า สิ่งที่ธุรกิจสตาร์ทอัพแตกต่างจาก SME ทั่วไปคือการคิดเพิ่ม 10 เท่า โตเร็ว 10 เท่าและแก้ปัญหาด้วยวิธีการที่ดีกว่าเดิม 10 เท่า

กระทรวงอุตสาหกรรม (2559) ได้ให้ความหมายของสตาร์ทอัพไว้ว่า กลุ่มบุคคลหรือองค์กรธุรกิจขนาดเล็กที่จัดตั้งขึ้น ด้วยบุคลากรและทรัพยากรจำนวนน้อย แต่มีความคิดที่ต้องการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ที่สามารถเปลี่ยนแปลงโลกด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่สามารถต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นธุรกิจที่แตกต่าง ภายใต้ความมุ่งมั่นที่จริงจังและต่อเนื่อง เพื่อเป้าหมายของชีวิต ทั้งในด้านทรัพย์สินและการเป็นที่ยอมรับถึงอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงโลก

ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี (2560) กล่าวว่า จากตลาดหลักทรัพ์แห่งประเทศไทยได้ให้นิยามว่าสตาร์ทอัพหมายถึงกิจการที่เริ่มต้นจากจุดเล็ก ๆ และสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดดออกแบบให้ธุรกิจมีการทำซ้ำได้ (Repeatable) และขยายกิจการได้ (Scalable) มีการนำเทคโนโลยีและ/หรือนวัตกรรมมาใช้เป็นหัวใจหลักในการสร้างธุรกิจมักเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นจากไอเดียเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันหรือเห็นโอกาสทางธุรกิจที่ยังไม่มีใครเคยคิดหรือทำมาก่อน

Blank (2013) กล่าวว่า “ธุรกิจสตาร์ทอัพ” คือ องค์กรทำธุรกิจที่พยายามค้นหาตัวแบบธุรกิจที่สามารถประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนและสามารถที่จะขยายผลได้ในวงกว้าง

McClure (2013) กล่าวว่า “ธุรกิจสตาร์ทอัพ” คือ บริษัทที่ยังไม่มีความชัดเจนใน 3 ประเด็นได้แก่ 1) ในตัวสินค้า 2) ในตัวลูกค้าและ 3) ในปริมาณรายได้จากการทำธุรกิจและถ้าหากว่าข้อสงสัยดังกล่าวสามารถมีคำตอบออกมาได้อย่างชัดเจนบริษัทเหล่านี้ก็จะสามารถดำเนินธุรกิจให้เป็นจริงได้ต่อไป

Fontinelle (2017) สตาร์ทอัพ หมายถึง บริษัทที่ยังมีอายุไม่มากและอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนาสตาร์ทอัพมักจะไม่ได้เป็นองค์กรขนาดใหญ่และเริ่มต้นโดยได้รับการสนับสนุนทางการเงินมาจากตัวผู้ก่อตั้งหรือผู้ที่สนใจ โดยมากองค์กรเหล่านี้จะเสนอสินค้าหรือบริการที่ยังไม่เคยมีการนำเสนอมาก่อนในตลาดหรือเป็นสินค้าและบริการที่ผู้ประกอบการเชื่อว่ายังมีข้อบกพร่องในตลาด

กล่าวโดยสรุปธุรกิจสตาร์ทอัพคือ ธุรกิจที่มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แตกต่างไปจากธุรกิจรูปแบบเดิมทั่วไปด้วยการนำเอาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคปัจจุบันมาเป็นแกนหลักในการดำเนินธุรกิจซึ่งลักษณะของการดำเนินธุรกิจจะเป็นไปแบบก้าวกระโดดและสามารถประสบความสำเร็จในระยะเวลารวดเร็วโดยการเริ่มต้นธุรกิจจากคนเพียงคนเดียวหรือการดำเนินธุรกิจร่วมกันของคนเพียงจำนวนหนึ่ง

โมเดลธุรกิจของสตาร์ทอัพ

จากคำนิยามได้กล่าวถึงสตาร์ทอัพว่าต้องมีโมเดลธุรกิจที่แตกต่างจากธุรกิจอื่น ๆ ทั่วไป ซึ่งคำว่า โมเดลธุรกิจ (Business Model) ในที่นี้ หมายถึง ระบบการสร้างคุณค่าและแสวงหาผลตอบแทนของธุรกิจ (สุรศักดิ์ ไชยธนกิจ, 2556) โดยทั่วไปแล้วโมเดลธุรกิจไม่ได้มีการกำหนดโครงสร้างไว้อย่างตายตัว ขึ้นอยู่กับมุมมองของผู้กล่าวถึงต้องการที่จะนำเสนอ

Osterwalder (1974) ได้นำเสนอ Business Model โดยได้ทำการแบ่งออกเป็น 9 องค์ประกอบ และได้พัฒนาเครื่องมือ Business Model Canvas เพื่อช่วยให้เห็นโครงสร้างของโมเดลธุรกิจได้อย่างครอบคลุม และทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบ ได้แก่ 1) Value Propositions 2) Customer Segment 3) Channels 4) Customer Relationships 5) Revenue Streams 6) Key Resource 7) Key Activities 8) Key Partners 9) Cost Structure

ในขณะที่ Bygrave & Zacharakis (2010) ได้อธิบายโครงสร้างของโมเดลธุรกิจไว้อย่างกว้าง ๆ ว่าประกอบด้วยสองส่วนได้แก่ แหล่งรายได้ (Revenue Model) และโครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) ซึ่งเมื่อทำการสำรวจโมเดลธุรกิจของสตาร์ทอัพพบว่า มีการเลือกใช้แหล่งรายได้ที่หลากหลาย

และแตกต่างจากธุรกิจทั่วไป โดย DinoQ (2561) บริษัทสตาร์ทอัพที่ให้บริการพัฒนาแพลตฟอร์ม ได้เผยแพร่บทความที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ Revenue Model ของสตาร์ทอัพไว้ดังต่อไปนี้

1. Subscription เป็นรูปแบบการสมัครสมาชิกเพื่อใช้งานผลิตภัณฑ์หรือบริการ และมีค่าใช้จ่ายเป็นรอบ รายเดือนหรือรายปี เช่น Netflix

2. Freemium เป็นรูปแบบที่ผู้ใช้ทั่วไปสามารถใช้งานผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ฟรี แต่จะถูกจำกัดความสามารถในการใช้งาน หากต้องการใช้งานเต็มความสามารถของผลิตภัณฑ์หรือบริการจะต้องมีการจ่ายเงินก่อน ซึ่งมีทั้งจ่ายครั้งเดียวหรือจ่ายในรูปแบบของ Subscription เป็นรายเดือนหรือรายปี เช่น Spotify และ EverNote

3. Free เป็นรูปแบบที่ผู้ใช้ทุกคนใช้งานได้ฟรีเต็มความสามารถของผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยบริษัทจะนำข้อมูลที่ผู้ใช้สร้างขึ้นมา นำไปสร้างรายได้อีกต่อหนึ่ง ตัวอย่างเช่น Google Search, Facebook, Twitter

4. Marketplace เป็นรูปแบบการทำตลาดดิจิทัลเพื่อให้คนขายนำของมาวางขายที่ตลาดและคนซื้อเข้ามาซื้อของในตลาด แล้วตลาดก็จะทำการเก็บค่าธรรมเนียมในการซื้อขายนั้นๆ เช่น Shopee, eBay และ Lazada เป็นต้น

คุณลักษณะของสตาร์ทอัพ (Characteristics of Startup)

แนวคิดของบริษัทสตาร์ทอัพถือเป็นแนวคิดที่แปลกใหม่ มีวิธีการก่อกำเนิดและดำเนินงานที่แตกต่างจากธุรกิจในรูปแบบเดิม ๆ ซึ่งลักษณะสำคัญของสตาร์ทอัพ Springboard (2017) สรุปไว้ดังนี้

1. มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด (High growth potential) เนื่องด้วยสตาร์ทอัพมุ่งเน้นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อแก้ปัญหา พัฒนาคุณภาพชีวิตให้ผู้คนในวงกว้าง ทำให้การทำธุรกิจของสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จสามารถเติบโตได้อย่างก้าวกระโดด

2. ขยายได้ (Scalability) รูปแบบธุรกิจสามารถขยายได้ ผ่านการออกแบบสินค้าที่สามารถให้บริการลูกค้าหลากหลายกลุ่ม โดยไม่ต้องเสียกำลังการผลิตเพิ่ม

3. มีความเสี่ยงสูง (High risk of failing) สินค้าของสตาร์ทอัพเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์หรือวิธีการแก้ปัญหาที่มีอยู่ในปัจจุบัน สตาร์ทอัพจึงมีความ

เสี่ยงสูงในการนำเสนอสินค้าแก่ลูกค้าที่อาจไม่มีความคุ้นชินในสิ่งใหม่ ๆ และด้วยความแตกต่างในสินค้า ทำให้สตาร์ทอัพไม่สามารถเดินตามสูตรสำเร็จของโมเดลธุรกิจเดิม ๆ ได้

4. ทรัพยากรมีจำกัด (Lack of resources) สตาร์ทอัพมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา เงินทุน และจำนวนคน เนื่องจากเป็นรูปแบบธุรกิจที่ต้องการความคล่องตัวเพื่อให้สามารถขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่เป้าหมายได้เร็วที่สุด

5. มีความไม่ชัดเจนในโมเดลธุรกิจ (Lot of certainties in the business model) จากความตั้งใจในการผลิตสิ่งใหม่สู่ลูกค้า ทำให้หลายครั้งการออกแบบโมเดลธุรกิจช่วงแรกเริ่มยังมีความไม่ชัดเจน ซึ่งอาจส่งผลถึงวิธีการดำเนินธุรกิจที่มีความไม่แน่นอนสูง

6. เรียนรู้จากการลงมือทำ (Learning by doing mentality) การทำสตาร์ทอัพไม่มีสูตรสำเร็จสู่ความสำเร็จ วิธีการเรียนรู้ของสตาร์ทอัพที่ดีที่สุดคือการลงมือทำ เพื่อเข้าใจลูกค้า และทดสอบผลิตภัณฑ์เพื่อการพัฒนาให้ตอบโจทย์ลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

7. คิดถึงลูกค้าเป็นสำคัญ (Client oriented approach) สตาร์ทอัพให้ความสำคัญกับลูกค้าเสมอ เพราะลูกค้าจะช่วยตรวจสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพว่าตรงกับความต้องการหรือไม่ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการทำให้สินค้าติดตลาดโดยเร็ว

8. หลากรูปแบบที่มาเงินทุน (Different growth funding schemes) สตาร์ทอัพเป็นบริษัทเริ่มต้นด้วยเงินทุนไม่มาก แต่ในระหว่างการค้าดำเนินธุรกิจ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ สามารถสรรหาเงินทุนผ่านหลายช่องทางเพื่อการเติบโตของบริษัท เช่น การระดมทุน การกู้ยืม เป็นต้น

9. ทีมและผู้ก่อตั้งมีความสำคัญ (Importance of team/founders) สมาชิกในบริษัทถือเป็นสมบัติสำคัญในบริษัท ทีมที่ดีจะช่วยผลักดันสินค้าให้ออกสู่ตลาด รวมถึงต่อสู้ท่ามกลางสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนของธุรกิจ อีกทั้งในช่วงที่บริษัทยังไม่มีสินค้า คุณค่าของทีมถือเป็นตัววัดคุณค่าของบริษัทในสายตาของนักลงทุนด้วยเช่นกัน

ประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพ

ธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีอยู่ในปัจจุบันสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท โดยมีมุมมองที่ใช้เป็นเกณฑ์เพื่อแบ่งประเภทของสตาร์ทอัพหลายมุมมอง ดังต่อไปนี้

1. แบ่งตามประเภทธุรกิจ (Business Category) เนื่องจากการทำธุรกิจในรูปแบบของสตาร์ทอัพได้แพร่หลายไปในหลายวงการและอุตสาหกรรม จึงได้มีการกำหนดคำเพื่อใช้เรียกสตาร์ทอัพในแต่ละวงการ (พสุ เดชะรินทร์, 2559) เช่น FinTech ซึ่งมาจากคำว่า Finance และ Technology ใช้เรียกสตาร์ทอัพที่ให้บริการด้านการเงิน หรือ EdTech ซึ่งมาจากคำว่า Education และ Technology ใช้เพื่อเรียกสตาร์ทอัพที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสนับสนุนเรื่องของการศึกษา เป็นต้น

โดยจากการสำรวจข้อมูลในฐานข้อมูลสตาร์ทอัพประเทศไทย ซึ่งเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2563) พบว่า ณ ช่วงเวลาเก็บข้อมูล (กุมภาพันธ์ 2563) มีผู้ลงทะเบียนในฐานข้อมูลทั้งหมด 662 ราย โดยประเภทของสตาร์ทอัพที่มีจำนวนมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่

อันดับ 1 ประเภท Media/Content มีจำนวน 127 ราย คิดเป็น 19.18% ตัวอย่างของสตาร์ทอัพประเภทนี้ ได้แก่ Ookbee และ Storylog

อันดับ 2 ประเภท MarTech มีจำนวน 119 ราย คิดเป็น 17.98% ตัวอย่างของสตาร์ทอัพประเภทนี้ ได้แก่ ThothZocial

อันดับ 3 ประเภท HealthTech มีจำนวน 92 ราย คิดเป็น 13.9% ตัวอย่างของสตาร์ทอัพประเภทนี้ ได้แก่ Honest-Docs

2. แบ่งตามมูลค่าธุรกิจ (Valuation) ในวงการสตาร์ทอัพได้มีการนิยามคำศัพท์ขึ้นเพื่อใช้แบ่งสตาร์ทอัพตามมูลค่าธุรกิจ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูล ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2563 มีสตาร์ทอัพที่สามารถไปถึงระดับ Decacorn หรือมีมูลค่าเกินกว่า 10,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อยู่ทั้งหมด 23 แห่งทั่วโลก ยกตัวอย่างเช่น Airbnb จากสหรัฐอเมริกา และ DidiChuxing จากประเทศจีน (Buchholz, 2020)

ในส่วนของประเทศไทยนั้น ยังไม่ได้มีสตาร์ทอัพรายใดที่สามารถไปถึงระดับ Unicorn ได้ ซึ่ง กนกวรรณ มากเมฆ (2562) ได้ให้ข้อสังเกตว่าการที่ประเทศไทย รวมถึงประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังมีจำนวนสตาร์ทอัพที่เป็น Unicorn ไม่มากเท่าที่ควรนั้นเป็นเพราะยังขาดแคลนทุนในการดำเนินการ

ความแตกต่างระหว่าง Startup กับ SMEs

ดังที่ทราบกันทั่วไปว่า ธุรกิจ SMEs (Small and Medium Enterprise) หมายถึง วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใช้เกณฑ์วัดจากจำนวนของพนักงานและมูลค่าสินทรัพย์ที่ใช้ดำเนินกิจการ วิสาหกิจขนาดย่อมกำหนดให้มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน มูลค่าของสินทรัพย์ ไม่เกิน 50 ล้านบาท ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางจ้างงานได้ 50–200 คน มูลค่าสินทรัพย์อยู่ที่ 50–200 ล้านบาท (วาสนา ปิยะบรรณันท์, 2559) โดยธุรกิจ SMEs จะทำธุรกิจที่มีคนเคยทำอยู่แล้ว จะใช้เงินลงทุนเป็นของตัวเองหรืออาจกู้ยืมมา โดยจะมีอิสระในการบริหารงาน การจัดการทุกอย่างกับธุรกิจของตน หากต้องการขยายกิจการหรือเปิดสาขาใหม่ก็ต้องใช้เงินลงทุนและกำลังคนเพิ่มซึ่งการบริหารจัดการธุรกิจในสาขาใหม่อาจจะไม่เหมือนกับสาขาแรกที่เปิด จึงทำให้การที่จะขยายกิจการให้เติบโตเป็นไปได้อย่างช้า ๆ ซึ่งธุรกิจ Startup จะไม่เป็นเช่นนั้น การขยายกิจการของธุรกิจ Startup จะไม่ต้องใช้เงินลงทุนเพิ่ม หรือเพิ่มกำลังคน แต่จะสำคัญที่การคิดสร้างสรรค์แนวความคิดใหม่ ๆ ตอนเริ่มต้นว่า จะต้องตรงกับปัญหาหรือความต้องการของผู้คนส่วนมาก แล้วโมเดลธุรกิจนั้นจะต้องทำซ้ำได้ (Repeatable) และขยายตัว (Scalable) หรือเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยไม่ต้องใช้ต้นทุนในการขยายกิจการจำนวนมากเพื่อให้ธุรกิจของตนนั้นเติบโตแบบรวดเร็ว ดังที่กล่าวมาแล้วในหัวข้อความหมายของธุรกิจ Startup โดย Startup จะไม่ได้ใช้เงินลงทุนของตัวเอง แต่จะคิดสร้างสรรค์แนวความคิดใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากคนอื่นแบบที่ไม่เคยมีใครเคยทำมาก่อน ออกแบบโมเดลธุรกิจที่ดีเพื่อไปเสนอให้นักลงทุนเพื่อที่จะขอเงินมาลงทุนในธุรกิจของตน แล้วตกลงแบ่งหุ้นส่วนกันกับนักลงทุนทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและเห็นพ้องกันของทั้งสองฝ่าย ดังนั้นจะกล่าวได้ว่าธุรกิจ Startup เป็นธุรกิจที่ใช้เวลาในการเติบโตระยะสั้นกว่าเมื่อเทียบกับ SMEs หรือบริษัททั่วไป ในการที่ธุรกิจ SMEs จะประสบความสำเร็จในระดับพันล้านหมื่นล้านได้ต้องใช้เวลาหลายสิบปีหรืออาจเป็นชั่วอายุคน แต่ Startup สามารถเติบโตแบบรวดเร็วดังที่กล่าวมาข้างต้นได้ในระยะเวลาไม่ถึง 10 ปี หรือ 20 ปี

สรุป ทั้งสตาร์ทอัพและ SME มีความคล้ายคลึงกันในแง่ที่เป็นองค์กรขนาดเล็กคือมีผลประกอบการไม่มากและมี

พนักงานน้อย แต่อย่างไรก็ตามทั้งสองก็มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยแบ่งความแตกต่างออกได้ใน 3 มุม ได้แก่

1. INTENT : สตาร์ทอัพมีจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่จะโตไปสู่องค์กรขนาดใหญ่ ต้องการสร้างความเปลี่ยนแปลงในวงการธุรกิจเดิม (disruptive) ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการบริการแบบใหม่ ๆ จนไปถึงการสร้างตลาดใหม่ ในขณะที่ SME ต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจของตัวเอง มีรายได้ที่มั่นคงในตลาดของตัวเอง (Local market)

2. FUNCTION : โครงสร้างองค์กรของสตาร์ทอัพเน้นโครงสร้างที่เป็นโมเดลที่นำไปทำซ้ำได้ ขยายหรือลดขนาดได้โดยใช้กระบวนการวิจัย การตั้งสมมติฐาน การทดลอง และประเมินผล นั้นแปลว่าสตาร์ทอัพนั้น ๆ อาจประสบความสำเร็จกลายเป็นองค์กรขนาดใหญ่ถ้าสมมติฐานที่ตั้งไว้ถูก แต่ถ้าสมมติฐานและการทดลองผิดพลาดอาจต้องล้มเลิกและต้องเริ่มต้นหาโอกาสหรือสมมติฐานใหม่ ๆ ในขณะที่ SME มีโครงสร้างองค์กรที่เน้นในเรื่องการส่งมอบคุณค่าให้กับกลุ่มลูกค้าของตัวเอง ดังนั้นโครงสร้างองค์กรของ SME จึงไม่ต้องการเปลี่ยนแปลงบ่อย ๆ หรือต้องเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

3. FUNDING : สำหรับสตาร์ทอัพเพื่อที่จะสามารถเติบโตเป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับวงการได้ ต้องมีการระดมหรือหาเงินทุน หาผู้ร่วมลงทุน ทั้งการแชร์ผลกำไร หรือการหาแหล่งทุนมาลงทุนในโครงการ ในขณะที่ SME เจ้าของธุรกิจจะดำเนินธุรกิจด้วยตัวเองหาเงินทุนเอง ซึ่งอาจเป็นเงินทุนส่วนตัวหรือการกู้ยืมจากธนาคาร เทคโนโลยีกับธุรกิจ Startup

ในยุคปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้ว่าเทคโนโลยีมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนสมัยใหม่เป็นอย่างมาก เป็นยุคที่ผู้คนมีโทรศัพท์มือถือ (Smartphone) เป็นอวัยวะที่ 33 ตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงตอนนอนไม่ว่าจะเป็นการใช้โทรศัพท์ตั้งนาฬิกาปลุกในการตื่นนอน ใช้ตั้งแจ้งเตือนกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องทำในแต่ละวัน ใช้ในการจดบันทึกแทนการจดใส่กระดาษ ขณะเดียวกันที่กำลังแทรกซึมเข้าสู่พฤติกรรมการใช้ชีวิตของมนุษย์ทุกเพศทุกวัยในตอนนี้คือสื่อสังคมออนไลน์ (Social Networks) ไม่ว่าจะเป็น Line, Facebook, Instagram ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตในทุก ๆ อริยาบท ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อออนไลน์ในการติดต่องาน ติดต่อเรื่องการเรียนรู้ การนัดหมาย การรับรู้ข่าวสารบ้านเมืองต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกับวงการธุรกิจถ้าหากนำ

เอาเทคโนโลยีเข้ามาเป็นตัวช่วยในการทำธุรกิจก็จะสามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นวิถีของธุรกิจ Startup

หลายคนอาจเข้าใจว่า Startup คือการทำธุรกิจที่เป็นเทคโนโลยีเท่านั้น เช่น จะต้องเขียนแอปพลิเคชัน เขียนโปรแกรม ซอฟต์แวร์ต่าง ๆ เท่านั้น แต่ความจริงแล้วเพียงแค่คุณทำธุรกิจ เช่น ทำร้านอาหารแล้วใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้ธุรกิจเติบโตแบบรวดเร็วก็ถือว่าเป็น Startup เช่นกัน เนื่องจาก Startup มีหัวใจสำคัญคือ Growth คือมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด การที่จะเป็นเช่นนั้นได้โมเดลธุรกิจนั้นต้องสามารถทำซ้ำได้ (Repeatable) และขยายตัวได้ (Scalable) อย่างรวดเร็วและง่าย ซึ่งการที่จะเป็นเช่นนั้นได้เราจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเข้ามาช่วยขับเคลื่อน เพราะในยุคปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้ว่าเทคโนโลยีมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนสมัยใหม่เป็นอย่างมาก ที่ต้องกล่าวเช่นนั้น เพราะแม้แต่ประเทศไทยเราเองที่ต้องยอมรับว่าเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ ยังช้ากว่าหลาย ๆ ประเทศแต่กระนั้นถึงแม้เทคโนโลยีเพิ่งเข้ามาได้ไม่นาน แต่สถิติคนไทยใช้สื่อออนไลน์นั้นมากเป็นอันดับ 7 ของโลก ด้วยสัดส่วน 67% จากจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศ (Fayossy, 2017) ซึ่ง “กรุงเทพมหานคร” กลายเป็นเมืองหลวงที่มีจำนวนผู้ใช้งาน Facebook มากที่สุดในโลก (11.8 ล้านคน) ผู้ใช้งาน Line มากเป็นอันดับ 2 ของโลก (15 ล้านคน) สนามบินสุวรรณภูมิ ได้รับการจัดอันดับเป็น The World’s Most Instagram Popular Destination 2012 ขณะที่ประเทศไทยยังติดอันดับ 15 ประเทศแรกในโลกสำหรับตลาดของอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการพกพา (Mobile Application) และเป็นเพียงประเทศเดียวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (จีราวัฒน์ คงแก้ว, 2560) พร้อมทั้งได้รับการผลักดันจากภาครัฐที่มีนโยบายให้คนไทยได้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงครอบคลุมทุกพื้นที่ทุกจังหวัดทั่วประเทศ จึงเป็นผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีนั้นสามารถเข้าถึงผู้คนจำนวนมากได้และรวดเร็วทำให้ธุรกิจเติบโตเร็วและสามารถสร้างธุรกิจให้มีมูลค่ามากในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้นจึงถือว่าเทคโนโลยีหรือไอทีที่มีความสำคัญอย่างยิ่งกับธุรกิจ Startup หรือที่ในวงการ Startup จะเรียกธุรกิจที่นำเทคโนโลยีมาขับเคลื่อนธุรกิจจนเติบโตอย่างรวดเร็วนี้ว่า “Tech Startup”

การระดมทุนของสตาร์ทอัพ

เงินทุนเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญสำหรับสตาร์ทอัพในการที่จะเติบโตได้อย่างก้าวกระโดดตามแผนที่วางไว้ โดยอภิชัย เลิศจรรยาภูล (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาให้ทุนกับสตาร์ทอัพในประเทศไทย พบว่า เกณฑ์ที่นำมาใช้ได้แก่ ด้านตลาด (ศักยภาพและการพัฒนาสินค้าและบริการ) ด้านธุรกิจ (แผนธุรกิจและความสามารถในการเติบโตของธุรกิจ) ด้านคน (ลักษณะและความรู้ความเข้าใจของผู้ก่อตั้งและทีมงาน) ด้านการเงิน (จำนวนเงินและแผนการใช้เงิน) ด้านความเสี่ยง (ความเสี่ยงจากเทคโนโลยีใหม่และความเสี่ยงของตลาด) ด้านรัฐบาล (การสนับสนุนจากภาครัฐบาล) เนื่องจากความแตกต่างกันในปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้สตาร์ทอัพแต่ละแห่งมีโอกาสดำเนินการระดมทุนที่แตกต่างกันไป โดยหนังสือ “StartUp คิดให้ดังทำให้รวย” (ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ, 2560) ได้อธิบายรายละเอียดของการแบ่งระดับการระดมทุนไว้ 4 ระดับดังต่อไปนี้

1. ระดับ Seed Fund เป็นการระดมทุนในระยะเริ่มต้นของสตาร์ทอัพ โดยอาจจะเพิ่งเริ่มออกผลิตภัณฑ์หรือเริ่มต้นสร้างตลาด บริษัทจะยังมีขนาดเล็ก โดยอาจจะมิได้มีผู้ก่อตั้งหรือมีพนักงานจำนวนไม่กี่คน จำนวนเงินทุนมีตั้งแต่หลักแสนไปจนถึงหลักสิบล้าน โดยผู้ที่ลงทุนในระดับนี้คือ Angel Investor และ Early Venture Capital (AIS The Startup, 2561)

2. ระดับ Series A เป็นช่วงที่ธุรกิจได้เริ่มดำเนินการมาแล้วระยะหนึ่ง และมีความพร้อมที่จะไต่ไปอีกระดับหนึ่ง โดยการออกผลิตภัณฑ์หรือขยายไปตลาดใหม่ มูลค่าการลงทุนในระดับนี้จะอยู่ที่หลักร้อยล้านบาทขึ้นไป

3. ระดับ Series B เป็นการระดมทุนสำหรับบริษัทที่ประสบความสำเร็จแล้วเพื่อขยายบริษัทให้ใหญ่ขึ้น โดยมีเป้าหมายคือการครองตลาดขนาดใหญ่ หรือการขยายไปไปในระดับภูมิภาคเงินทุนจะมาจาก Venture Capital ขนาดใหญ่ และ Corporate Venture Capital โดยมีมูลค่าการลงทุนในหลักพันล้านบาท

4. ระดับ Series C เป็นการระดมทุนเพื่อขยายกิจการให้เติบโตระดับสูงสุด อาจจะเป็นการขยายธุรกิจไปในตลาดโลก มูลค่าการลงทุนอยู่ที่สามพันล้านบาทขึ้นไป โดยมักเป็นเงินทุนจากกลุ่มทุนระดับชั้นนำของประเทศและทั่วโลก

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ

ในวันที่เริ่มทำสตาร์ทอัพสิ่งที่ทุกคนคาดหวังความสำเร็จในธุรกิจ แต่การที่จะทำธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องมีปัจจัยหลาย ๆ อย่างที่เป็นส่วนทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จได้ จากวงการการสตาร์ทอัพ โดย Bill Gross ได้กล่าวไว้ว่า

1. ปัจจัยด้านเวลา จังหวะเวลา การทำธุรกิจนั้นต้องมีปัจจัยหลาย ๆ ปัจจัย แต่ถ้าธุรกิจเปิดตัวและดำเนินการในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม เช่นในช่วงตลาดอิ่มตัวแล้ว หรือมีตัวเลือกมาก ก็จะทำให้ธุรกิจไปรอดได้ยาก อย่างเช่น ธุรกิจ OokBee เป็นธุรกิจแอปพลิเคชันขายหนังสือออนไลน์ เป็นธุรกิจ Startup ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ที่ทำธุรกิจมา 5 ปีกว่าจะได้เป็นที่รู้จักก็ต้องผ่านการเปลี่ยนแปลงของบริษัทในหลายรูปแบบ โดยคุณณัฐวุฒิ พิงเจริญพงศ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ร่วมก่อตั้ง OokBee ได้กล่าวว่า เวลาและข้อได้เปรียบที่เหนือกว่าคนอื่นเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ธุรกิจได้เปรียบในการเข้าครอบครองตลาดนั้นก่อน (อศินา พรพศิน, 2559) และธุรกิจ Uber เป็นธุรกิจผู้ให้บริการแท็กซี่แบบใหม่โดยให้บุคคลทั่วไปที่มีรถยนต์มาขับเป็นแท็กซี่และมีการเรียกผ่านแอปพลิเคชันได้ เป็นธุรกิจ Startup ประเภทบริการ ซึ่งในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายรองรับเป็นธุรกิจที่เปิดตัวในช่วงที่เศรษฐกิจไม่ดี หรือคนหารายได้เสริมมากขึ้นทำให้ Uber เป็นที่รู้จัก

2. ปัจจัยด้านทีม ธุรกิจทุกธุรกิจทีมงานเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการทำงานเป็นทีมจะทำให้ไปได้ไกลและประสบความสำเร็จและถ้าได้ทีมงานที่ดีเข้าใจกันมีแนวคิดการทำงานที่ตรงกันและให้ความร่วมมือดี งานก็จะออกมาดีธุรกิจก็จะเติบโตและประสบความสำเร็จ อย่างเช่น ธุรกิจ Ookbee ให้ความสำคัญกับทีม เพราะในการทำธุรกิจ Startup จะใช้เวลาไม่มากแต่การเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นเร็วทำให้ต้องมีทีมที่ดีและเข้าใจการแบ่งงานกันทำเพราะคนเดียวไม่สามารถทำทุกอย่างได้เองทั้งหมดและไม่สามารถเข้าใจงานได้ถ้าไม่ใช่ทีมเดียวกัน ธุรกิจ Ookbee มีทีมงานที่เรียกว่า IT WORKS ที่ทำให้เริ่มธุรกิจจนสามารถเป็นเบอร์หนึ่งของตลาดได้ และธุรกิจ wongnai เป็นแอปพลิเคชันร้านอาหารที่ผู้บริโภคสามารถรีวิวอาหารได้ทั่วประเทศ เป็นธุรกิจ Startup ประเภท User-Generated Content หรือการสร้างเนื้อหา (Content)

ที่เกิดจากผู้ใช้ หรือผู้ติดตาม มาไว้บนพื้นที่ของเว็บไซต์ โดยคุณยอด ชินสุภัคกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ร่วมก่อตั้ง ได้เริ่มทำธุรกิจ Startup ที่อเมริกาเพราะ ช่วงนั้นที่นั่นคนทำคอนข้างเยอะ และจากการขาดทีมงาน จ้างทีมที่อินเดียเขียนโปรแกรม แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จจึงกลับมาทำธุรกิจที่ประเทศไทย เพราะคุณยอดมั่นใจว่าหาทีมได้ไม่จำเป็นต้องจ้างทำ และค่อย ๆ รวมทีมเพื่อนมาช่วยขึ้นมา การทำงานกับเพื่อนทำให้เข้าใจกันง่ายขึ้นอยากเปลี่ยนตรงไหน อยากเพิ่มอะไรก็ทำได้ง่ายขึ้น เมื่อได้ทีมที่ดีธุรกิจก็ประสบความสำเร็จ (อศินา พรพดิน, 2559)

3. ปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ ๆ หรือไอเดีย การจะทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ต้องมีแนวความคิดใหม่ ๆ สร้างสรรค์ รู้จักแก้ปัญหา เพราะแนวความคิดใหม่ ๆ จะเป็นตัวบอกว่าเราจะทำอะไร ทำยังไง แก้ไขอะไร เป็นการเริ่มต้นในการทำสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จโดยที่แนวความคิดต้องไม่ซ้ำหรือจะเป็นการต่อยอดแนวความคิดเดิมที่มีอยู่แล้วให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น อย่างเช่น นาย Garrett Camp ผู้ร่วมก่อตั้ง UberCamp ที่เขาก่อเกิดแนวความคิดใหม่ ๆ จากการแก้ปัญหาเรียก Taxi ยาก จึงมีแนวความคิดเรียกรถผ่านแอปพลิเคชันที่ชื่อว่า UberCab.com และอีกธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับแนวความคิดใหม่ ๆ CLAIM DI เป็นแอปพลิเคชันเรียกประกันภัย เป็นธุรกิจ Startup ประเภทบริการ และยังเป็นธุรกิจ SMEs แล้วพัฒนามาเป็น Startup โดยมีคุณกิตติพันธ์ อนุพันธ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้งธุรกิจ CLAIM DI ที่ได้รับความไว้วางใจจากบริษัทประกันถึง 15 บริษัท มีแนวความคิดที่จะแก้ไขการเกิดอุบัติเหตุและความยุ่งยากให้การเรียกประกัน ทำให้มีความสะดวกสบายยิ่งขึ้นและใช้เวลาไม่นานและเป็น Startup ที่คิดเร็วทำเร็วเปลี่ยนธุรกิจได้อย่างรวดเร็วทำให้คู่แข่งตามไม่ทัน

4. ปัจจัยแผนธุรกิจ เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ การที่เราจะทำธุรกิจอะไรก็ตามเราต้องมีการวางแผนที่ชัดเจนในการทำธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจเป็นไปในทิศทางที่เราต้องการ อย่างเช่น ธุรกิจ WASHBOX 24 เป็นธุรกิจ Startup ที่ช่วยแก้ปัญหาคนทำงานที่ไม่มีเวลาและต้องการความสะดวกในการซักรีด โดยใช้บริการซัก-รีดผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือใช้งานได้ 24 ชั่วโมง (ฉัตรชัย ดวงรัตนพันธ์, 2559) โดยคุณณิธิพันธ์ ไทยานุรักษ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้งธุรกิจ WASHBOX24 เป็นธุรกิจ

Startup ประเภทบริการ ธุรกิจ Wongnai เป็นธุรกิจที่มีแผนธุรกิจที่ชัดเจนเช่นกัน เนื่องจากผู้ก่อตั้งมีความถนัดทางด้านซอฟต์แวร์โปรแกรมจึงทำให้สามารถพัฒนาโปรแกรมตามแผนธุรกิจที่วางไว้ได้ และธุรกิจ CLAIM DI ที่มีแผนธุรกิจที่ยืดหยุ่นเมื่อเกิดปัญหาก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว (อศินา พรพดิน, 2559)

5. ปัจจัยด้านเงินทุน การทำธุรกิจสิ่งที่สำคัญคือเงินทุนหรือแหล่งเงินทุน ปัจจุบันแหล่งเงินทุนสตาร์ทอัพในประเทศไทยยังมีการสนับสนุนในทำสตาร์ทอัพมายิ่งขึ้นโดยเฉพาะธนาคารต่าง ๆ ที่สนับสนุนเงินทุนให้ธุรกิจสตาร์ทอัพและก็มีแหล่งเงินทุนให้เลือกหลากหลายรูปแบบ มี 500 TukTuks กองทุนระดับโลกที่คอยช่วยเหลือเรื่องเงินทุน (สิทธิพงศ์ จงสกุล, 2560) ธุรกิจ Startup มีหลายธุรกิจที่ได้เงินทุนจาก 500 TukTuks อย่างเช่น CLAIM DI, OokBee และ Washbox24 เป็นต้น (อศินา พรพดิน, 2559)

นโยบายที่มีส่วนในการส่งเสริม Startup

ประเทศไทย

สำหรับประเทศไทยการกำหนดนโยบายในการบริหารประเทศที่เรียกว่านโยบายไทยแลนด์ 4.0 ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจ (Value-Based Economy) มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้เกิดการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation Drive Economy) จึงเกิดการเปลี่ยนแปลงแบบ 3 มิติที่สำคัญ ได้แก่ 1) การผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม 2) การขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม 3) การเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559) เพื่อแก้ปัญหาภัยกับดักรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) ความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้หรือปัญหาความไม่เท่าเทียมกัน (Inequality Trap) ปัญหาความไม่สมดุลของการพัฒนา (Imbalance Trap) และปัญหาขีดความสามารถในการแข่งขันต่ำ แนวคิดดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs แบบเดิม (Traditional SMEs) ที่ได้รับความช่วยเหลือเปลี่ยนเป็น Smart Enterprises และ Startup ที่มีศักยภาพสูงและขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprises: IDE)

นโยบายไทยแลนด์ 4.0 เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อน

สตาร์ทอัพ คือ การบ่มเพาะวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Incubating Innovative Enterprises) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างอุตสาหกรรมบนพื้นฐานของอุตสาหกรรม 3 กลุ่ม ได้แก่

1. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม (Biological and Cultural Diversity) เช่น อาหาร ท่องเที่ยว วัฒนธรรม เป็นต้น
2. อุตสาหกรรมบริการที่มีมูลค่าสูง (High-Value Service) เช่น สุขภาพ ขนส่ง การศึกษา ความคิดสร้างสรรค์ ดิจิทัล

3. อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (Advanced Technology Industry) เช่น หุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ ยานยนต์แห่งอนาคต เป็นต้น

การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเหล่านี้ อาศัย platform ที่สำคัญ คือ Internet of Things (IoT) สอดคล้องกับทิศทางของเทคโนโลยีในอนาคตที่ทุกอย่างจะเชื่อมต่อบน Internet ส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมจะต้องอาศัยเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง เช่น Fintech, Foodtech, Edtech, Robotech เป็นต้น (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2560)

การส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจมีแนวทางการทำงานที่ชัดเจนโดยได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมสตาร์ทอัพ รวมถึงการจัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นของประเทศไทย (พ.ศ. 2564-2559) และขับเคลื่อนการดำเนินงานตามแผนอย่างต่อเนื่อง (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2560) แนวทางในการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นเป็นพื้นที่เปิดใน 4 ด้าน ได้แก่ พื้นที่สำหรับผู้ที่มีทักษะสูงจากทั่วโลก (Open for Talent) พื้นที่สำหรับการเร่งการเติบโตของวิสาหกิจเริ่มต้น (Open for Business Growth) (สตาร์ทอัพไทยแลนด์, 2561) พื้นที่สำหรับการลงทุนในวิสาหกิจเริ่มต้น (Open for Investment) และพื้นที่สำหรับการพัฒนาระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของวิสาหกิจเริ่มต้น (Open for Ecosystem) การพัฒนาโดยใช้ทรัพยากรของประเทศในการผลิตสินค้าและบริการ มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม การจ้างงานในท้องถิ่น และการกระจายรายได้สู่ภูมิภาค รวมทั้งก่อให้เกิดอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนประเทศ

ต่างประเทศ

เกาหลี : เกาหลีก้าวขึ้นมาเป็น Top 5 ของประเทศที่มีจำนวนยูนิคอร์นสูงสุด 12 ราย หลังจากที่มีรัฐให้ความสำคัญ

และต้องการสร้างเกาหลีให้เป็น “ประเทศสตาร์ทอัพ” นำไปสู่การจัดกระทรวง SMEs และ Startup ที่จะสนับสนุนด้านเงินทุนผ่าน VC และ CVC กว่า 200 ราย ให้พื้นที่ประกอบการและมอบสวัสดิการที่เอื้อต่อการเติบโตของ Startup นอกจากนี้การขับเคลื่อนของ Startup ฉบับแดนโสมยังมีการออกนโยบายอีกหลายอย่างเพื่อตอบโจทย์ผู้ประกอบการขนาดเล็ก เช่น อนุญาตให้ผู้ขายทำงานเป็น Developer ใน Startup แทนการนำเข้า ลดภาษีนิติบุคคลของ Startup ให้เงินสนับสนุนด้าน R&D 26 ล้านบาท/ราย โปรแกรมที่สนับสนุนการจัดตั้งออฟฟิศ เป็นต้น

ชิลี : รัฐบาลชิลีมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศอย่างจริงจังมาตลอดหลายปี ซึ่งระบบโครงข่ายเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพกลายเป็นปัจจัยยอดเยี่ยมที่มอบโอกาสเติบโตแก่ต้นไม้มือถือ “Startup” จนชิลีได้รับการขนานนามว่าเป็น “Chilecon Valley” และถูกยกให้เป็นต้นแบบในการพัฒนาและใช้เทคโนโลยีเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ นโยบายที่สำคัญคือ การเปิดโอกาสให้กับ Startup ทั้งใหม่และเก่าที่ต้องการต่อยอดเทคโนโลยีไปสู่ระดับสากล สามารถขอรับการสนับสนุนทั้งเงินทุนและสถานที่ทำงานไปถึงจัดให้คำปรึกษาและจัดหลักสูตรอบรมภายใต้โครงการ “Start Up Chile” ซึ่งเริ่มต้นไปแล้วกว่า 1,400 ราย รวมเป็นเงินกว่า 40 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ นอกจากนี้ยังมีสวัสดิการให้สิทธิลดหย่อนภาษี 35% กับค่าใช้จ่ายในด้าน R&D และออกแบบโปรแกรมพัฒนาเฉพาะสำหรับธุรกิจที่มีผู้ก่อตั้งเป็นผู้หญิง ส่งผลให้ประเทศชิลีกลายเป็นศูนย์กลางแห่งนวัตกรรมของผู้ประกอบการประจำภูมิภาคลาตินอเมริกา

สิงคโปร์ : สิงคโปร์เป็นประเทศที่เป็นมิตรกับธุรกิจ Startup อย่างมาก เพราะรัฐบาลเริ่มประกาศนโยบายสำหรับการสนับสนุนผู้ประกอบการมากขึ้นทั้ง SMEs และ Startup ทั้งสิทธิประโยชน์ทางภาษี และสิทธิประโยชน์อื่น ๆ มากมาย กระทั่งได้รับการจัดอันดับให้เป็น 1 ในด้านพรสวรรค์ และอันดับ 12 ในด้านสภาพแวดล้อมโดยรวมในการจัดลำดับประเทศที่มีศักยภาพที่ดีที่สุดในการพัฒนา Startup โดย The Global Startup Ecosystem Report and Ranking ปี 2017 ด้านนโยบายสิทธิประโยชน์ทางภาษีสิงคโปร์ยกเว้นภาษีสำหรับธุรกิจ Startup ที่เข้าเงื่อนไข และสิทธิอื่น ๆ เช่น รัฐให้คำแนะนำในการพัฒนา Startup และปล่อยเงินกู้แก่เจ้าของธุรกิจโดยไม่ต้องแบ่งหุ้นให้ของธุรกิจแก่รัฐ ตั้ง

หน่วยงานรัฐเพื่อเป็นตัวกลางในการจัดหาเงินทุน มีกองทุนดูแลและจัดการด้านเครื่องมือเครื่องมือนำความสะดวกในการประกอบกิจการ ถือเป็นสถานที่ที่เอื้อประโยชน์ให้กับการดำเนินธุรกิจ Startup มากที่สุดแห่งหนึ่งในโลก

สหรัฐอเมริกา : ให้ความสำคัญกับการผลักดัน start up อย่างจริงจัง มีการจัดตั้งโปรเจกต์ “Startup America” ซึ่งเป็นโครงการริเริ่มของ Whitehouse เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการในสหรัฐซึ่งเป็นกลุ่มหลักที่ขับเคลื่อนนวัตกรรมของชาติ หลังจากนั้นรัฐบาลได้เริ่มเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดหาแหล่งเงินทุนจำนวนมหาศาลโดยหวังเพิ่มจำนวนและขนาดธุรกิจใหม่ที่มีศักยภาพเติบโตได้อย่างรวดเร็ว สหรัฐสนับสนุนเงินด้าน R&D แก่ธุรกิจกว่า 4.9 ล้านล้านบาท รวมไปถึงการสนับสนุนด้านองค์ความรู้ให้สามารถงานวิจัยมูลค่ากว่า 148 พันล้านเหรียญสหรัฐ มาใช้ในเชิงพาณิชย์ มีการเปิดคอร์สสอนผู้ประกอบการรุ่นใหม่อีก โครงการที่สร้างเสียงฮือฮา คือ Startup NASA ที่อนุญาตให้ผู้ประกอบการสามารถใช้เทคโนโลยีลิขสิทธิ์ของ NASA ไปทำธุรกิจได้ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเริ่มต้น โดยผู้ประกอบการสามารถขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่และใช้สถานที่ขององค์การ NASA เมื่อต้องการได้ ผลลัพธ์คือ ธุรกิจ Startup มีอัตราเพิ่มขึ้น 24% จากปี 62

กัมพูชา : ประเทศเพื่อนบ้านอย่างกัมพูชา เป็นอีกประเทศหนึ่งที่ Technology Startup Ecosystem เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและเป็นที่น่าจับตามองในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากประชากรอายุน้อยที่มากขึ้น และมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากขึ้นด้วยต้นทุนที่ไม่สูง ทำให้ Startup เริ่มเติบโตเร็วขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจด้านการเงิน มีจำนวนและบ่มเพาะองค์ความรู้แก่บรรดาผู้ประกอบการ Startup รวมถึงเป็นตัวกลางเชื่อมโยงธุรกิจ นักลงทุน และทรัพยากรบุคคล วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนา Ecosystem ในประเทศและสร้างความสัมพันธ์กับ Ecosystem ในต่างประเทศเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ พัฒนาทักษะด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีให้เยาวชน รวมทั้งสนับสนุนเงินทุนด้านเทคโนโลยีจำนวนกว่า 300 ล้านบาท เรียกได้ว่าในอุตสาหกรรม Fintech โลก กัมพูชาคือม้ามืดที่ประมาทไม่ได้ซึ่งล่าสุด Fintech Startup ของกัมพูชาอยู่ในอันดับ Top 10 ในเอเชียเป็นที่เรียบร้อยแล้วกว่า 50 ราย รองลงมาคือด้านดิจิทัล โฆษณา อีคอมเมิร์ซ และการขนส่ง รัฐบาลเล็งเห็นโอกาสจึงได้ผลักดันนโยบายเพื่อเร่งการเติบโตมากขึ้น โดยก่อตั้งสมาคม Fintech ใน

ประเทศช่วยให้คำปรึกษาเชิงนโยบายแก่ภาครัฐ (88SANDBOX, 2565)

สรุป

ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 ให้ประสบความสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด เนื่องจากธุรกิจสตาร์ทอัพมีโมเดลทางธุรกิจที่แตกต่างไปจากการดำเนินธุรกิจรูปแบบเดิม ด้วยการนำเอาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมาใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจ นอกจากนั้นยังพบว่าธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถทำซ้ำด้วยต้นทุนที่ไม่สูงรวมทั้งเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว จุดเด่นที่มีความสำคัญอีกประการหนึ่งของธุรกิจสตาร์ทอัพคือ เป็นธุรกิจที่สามารถส่งผ่านคุณค่าที่แท้จริงให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ ทำให้คุณภาพของผู้บริโภคดีขึ้น เช่น ได้รับบริการที่รวดเร็วขึ้นและหรือมีราคาที่ถูกลง นอกจากนี้ ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจขนาดเล็กแต่สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดดเป็นการออกแบบธุรกิจให้มีการทำซ้ำได้โดยง่าย (repeatable) และขยายกิจการได้โดยไม่ใช้เวลาหรือต้นทุนที่มากเกินไป (scalable) ด้วยการนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นนวัตกรรมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและเป็นประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนเองดังนั้นธุรกิจสตาร์ทอัพจึงสามารถเป็นรากฐานที่สำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศได้ต่อไปในอนาคตจากลักษณะที่สำคัญของธุรกิจสตาร์ทอัพดังกล่าวข้างต้น

ลักษณะของธุรกิจของประเทศไทยเป็นธุรกิจที่แตกต่างกันออกไป แต่อย่างไรก็ตามแต่ละธุรกิจต่างมีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกัน ประกอบด้วย 5 ปัจจัยหลัก ๆ คือ 1) จังหวะเวลา 2) ทีม 3) ไอเดียหรือแนวคิดใหม่ ๆ 4) แผนธุรกิจ และ 5) เงินทุน ที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ แต่ในแต่ละธุรกิจจะเน้นปัจจัยที่แตกต่างกัน เช่น ธุรกิจ Startup ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจังหวะเวลาเป็นอันดับแรก เพราะจะต้องอาศัยสินค้าและบริการที่ตรงกับช่วงจังหวะเวลาและความต้องการของผู้คนส่วนมาก และปัจจัยรองลงมาคือทีมงานที่ดี ร่วมงานกันง่ายและเงินทุน ส่วนธุรกิจ Startup ประเภท User-Generated Content จะให้ความ

สำคัญกับปัจจัยด้านทีมเป็นอันดับแรก เพราะการที่มีทีมที่สามารถทำงานกันได้ง่าย เข้าใจกัน ก็จะนำไปสู่แผนธุรกิจที่ลงตัว ออกมาในจังหวะเวลาที่เหมาะสม ก็จะส่งผลให้สามารถระดมเงินทุนได้มาก ธุรกิจ Startup ประเภทบริการจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ ๆ ธุรกิจนี้จะต้องมีความแปลกใหม่ตลอดเวลา มีความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถเรียกความสนใจให้คนมาใช้บริการได้ และยังให้ความสำคัญกับจังหวะเวลาที่ผู้คนส่วนมากพบเจอปัญหาและเกิดความต้องการพอดีอีกด้วย ดังนั้นจึงต้องมีการวางแผนธุรกิจที่ดีและคิดครอบคลุมทุกด้านทุกมุม ในการทำธุรกิจนั้นปัจจัยด้านเงินทุนสำคัญมาก กับธุรกิจ Startup ทุก ๆ ประเภท แต่ทั้งนี้ก็ถือเป็นปัจจัยรองที่แต่ละธุรกิจให้ความสำคัญเพราะหากธุรกิจนั้นมีทีมที่ดี แนวความคิดใหม่ ๆ แผนธุรกิจที่น่า

ลงทุนและจังหวะเวลาที่เหมาะสมก็จะสามารถหาเงินระดมทุนได้ไม่ยาก ซึ่งปัจจุบันมีโอกาสดีและมีการสนับสนุนอย่างกว้างขวางจากบริษัทขนาดใหญ่ รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐด้วย นอกจากนี้คุณสมบัติเบื้องต้นของผู้ประกอบการก็มีส่วนสำคัญที่จะผลักดันให้ธุรกิจ Startup ประสบผลสำเร็จได้แก่ 1) มีความปรารถนาอย่างแรงกล้า 2) มีความคิดสร้างสรรค์ 3) มีความเป็นนักกลยุทธ์ 4) ความเป็นผู้นำและกล้าตัดสินใจ และ 5) มีความกล้าเสี่ยง และสุดท้ายปัจจัยหลักที่ทำให้ Startup ประสบความสำเร็จนั้น คือความสามารถในการตอบโจทย์ความต้องการและสามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงใจผู้บริโภค ขณะเดียวกัน Startup ก็ต้องสามารถสร้างรายได้จากธุรกิจดังกล่าวได้ด้วยถึงจะกล่าวได้ว่าธุรกิจ Startup นั้นประสบความสำเร็จ

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ มากเมฆ. (2562). โอกาสสู่การเป็นสตาร์ทอัพระดับ “ยูนิคอร์น” ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://forbesthailand.com/news/it/ยูนิคอร์น-สตาร์ทอัพ.Html>.
- จิราวัฒน์ คงแก้ว. (2556). STARTUP เทรนด์ร้อน...!! ธุรกิจเกิดใหม่. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/538848>.
- ฉัตรชัย ดวงรัตนพันธ์. (2559). “WashBox24” แบบอย่าง Startup ไทย. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/637723>.
- ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี. (2560). รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ. กรุงเทพฯ : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย,
- ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ. (2560). Start up คิดให้ดังทำให้รวย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โมเมนตัม,
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2560). รู้จักสตาร์ทอัพไทย. SET Your Startup BusinessGuide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ, . (2563). ฐานข้อมูล START UP ไทย บน New Economic Warrior’s Platform. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://new.set.or.th/>,
- พสุ เดชะรินทร์. (2559). จาก FinTech, MedTech, EdTechสู่ xTech. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/637762>.
- เรืองโรจน์ พูนผล. (2557). Anyone can change the world.,(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.tcdc.or.th/creativethailand/article/TheCreative/21422>.
- สุรศักดิ์ ไชยธนกิจ. (2556). โมเดลธุรกิจ : คำตอบสุดท้ายสำหรับนักธุรกิจและนักลงทุน = Business model. กรุงเทพฯ : ปัญญาชนดิสนีย์เวิร์ด.
- อภิชัย เลิศจรรยาภูล. (2559). เภณท์ที่บริษัทจัดการเงินร่วมทุนใช้ในการพิจารณาบริษัทสตาร์ทอัพในประเทศไทย. ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วิทยาลัยนวัตกรรมการ.
- อดิชา พรพดิน. (2559). วิถี Startup . สมุทรปราการ: เนชั่นบุ๊คส์,
- อุตสาหกรรม. กระทรวง. (2559). Startup.(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.industry.go.th/industry/index.php/th/knowledge/item/10604-startup>,

- Blank, S. (2013). What's a startup? First principle.(Online). Available: <http://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>
- Buchholz, K..(2020). The Highest-Valued Startups in the World.(Online). Available: <https://www.statista.com/chart/19317/highest-valued-startups-in-the-world/>.
- Bygrave, William D. and Zacharakis. (2010). Entrepreneurship. 2nd ed., New Jersey : Wiley.
- DinoQ Thailand.(2561). การสร้างสตาร์ทอัพ#1 : ค้นหาไอเดียในการสร้างสตาร์ทอัพ (Startup). (Online). Available: <https://medium.com/@dinoq/การสร้างสตาร์ทอัพ-1-ค้นหาไอเดียในการสร้างสตาร์ทอัพ-startup-41a8f9c77600>.
- Fontinelle, A. (2017). What exactly is a startup?.(2017, Oct).(Online). Available: <http://www.investopedia.com/ask/answers/12/what-is-a-startup.asp>.
- Fayossy.(2560). อัปเดตตัวเลขผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ปี 2017. ค้นเมื่อ 9 กันยายน 2560, จาก <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/digital-in-2017-global-overview>.
- McClure, D. (2013). What is the proper definition of a startup?.Retrieved from <https://www.quora.com/What-is-the-proper-definition-of-a-startup/answer/Dave-McClure>.
- Osterwalder, A..(1974). Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, and Challengers. NJ: John Wiley & Sons.
- Springboard.(2017). Startup Manual: Guide to start and launch your startupbusinessin Tallinn, Riga and Turku. (Online). Available: https://www.ttu.ee/public/a/.arikorralduse-instituut/Startup_Manual_final.pdf.
- 88SANDBOX. (2022).เปิดนโยบายซัพพอร์ต Startup แต่ละประเทศ 5 ชาติทำอะไร ? เพื่อส่งเสริมธุรกิจใหม่ให้ “Start” ได้ “up” ขึ้นอย่างแข็งแกร่ง. (Online). Available: m.facebook.com/88Sandbox.