ปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย

โดย

นายเอนก พนาอภิชน
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการและกรรมการผู้มีอำนาจลงนาม
ผูกพันบริษัท บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 62
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2562 – 2563

หนังสือรับรอง

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ได้อนุมัติให้เอกสารวิจัย เรื่อง “ปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย” ลักษณะวิชา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ของ นายอเนก พนาอภิชน เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร การป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 62 ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2562-2563

พลโท

(พิสัณห์ ปฐมเอม)
ผู้อำนวยการวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

บทคัดย่อ

เรื่อง ปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย

ลักษณะวิชา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ผู้วิจัย นายเอนก พนาอภิชน **หลักสูตร** วปอ. **รุ่น** 62

ปัจจุบันสตาร์ทอัพไทยที่ได้รับเงินลงทุนยังมีจำนวนน้อยเมื่อเปรียบกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และประเทศไทยยังไม่มีสตาร์ทอัพที่มีมูลค่ากิจการไม่น้อยกว่า 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ (หรือที่เรียกกันว่า Unicorn) แม้แต่บริษัทเดียว งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอปัจจัยซึ่งส่งผลต่อการยกระดับความสามารถ (ปัจจัยบวก) และการลดทอนความสามารถ (ปัจจัยลบ) ในการดำเนินธุรกิจของสตาร์ทอัพไทย โดยงานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยศึกษาทบทวนทฤษฎีต่าง ๆ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อระบบนิเวศของสตาร์ทอัพไทย นำมาวิเคราะห์เพื่อเสนอแนวทางส่งเสริมธุรกิจสตาร์ทอัพของประเทศไทย

จากการศึกษา พบว่า ด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจนั้นคนไทยมีการเปิดรับปรับใช้เทคโนโลยีเป็นอย่างดี แต่องค์กรใหญ่ยังไม่เอื้ออำนวยต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพอย่างเต็มที่และมีข้อจำกัดในอุตสาหกรรมที่กฎเกณฑ์หรือกฎหมายยังเป็นอุปสรรคต่อสตาร์ทอัพ ด้านนโยบายภาครัฐนั้นหน่วยงานรัฐกำลังปรับตัวสู่รัฐบาลดิจิทัลและมีการสนับสนุนตรงไปยังสตาร์ทอัพ แต่ยังมีข้อจำกัดของกฎหมายและการให้เงินทุนสนับสนุนที่ยังตอบสนองต่อความต้องการของสตาร์ทอัพไม่เพียงพอ ด้านพื้นฐานของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพนั้นยังขาดทักษะอีกหลาย ๆ ด้าน ด้านแหล่งเงินทุนนั้นแม้ว่าประเทศไทยจะมี Corporate Venture Capital จำนวนมากแต่ยังลงทุนในสตาร์ทอัพไทยค่อนข้างน้อย ด้านพันธมิตรและการสนับสนุนจากภาคเอกชนนั้นมีหน่วยงานหลายภาคส่วนที่ช่วยส่งเสริมระบบนิเวศสตาร์ทอัพให้แข็งแกร่ง แต่ยังขาดพันธมิตรผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศมาช่วยให้ความรู้แบ่งปันประสบการณ์ให้กับสตาร์ทอัพไทย

สำหรับข้อเสนอแนะ ควรเน้นส่งเสริมการเพิ่มจำนวนและคุณภาพของสตาร์ทอัพในประเทศไทยเพื่อให้เกิดการพัฒนาระบบนิเวศได้อย่างยั่งยืน ปรับปรุงกฎเกณฑ์และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐให้ใช้งานผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพไทย การให้ความสำคัญต่อการเพิ่ม Tech Talent ในประเทศไทย การสนับสนุนให้สตาร์ทอัพเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการระดมทุนจากกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่และนักลงทุน รวมทั้งการมองหานักปั้นสตาร์อัพมืออาชีพที่มีชื่อเสียงเข้ามาช่วยปลุกปั้นสตาร์ทอัพไทยให้เติบโต

Abstract

Title Factors Affecting Success of Thai Startups
Field Science and Technology
Name Anek Pana-Apichon **Course** NDC **Class** 62

Despite long establishment of Thai startup ecosystem, Thailand is still a few countries in ASEAN who has not yet had a unicorn. There were several challenges in Thai startup ecosystem as mentioned in many publications and various sources. Therefore, the purpose of this research was to analyze and identify key factors that encourage and discourage Thai startups success. The study was a qualitative research which conducted in-depth interviews from key stakeholders in Thai startup ecosystem to discover insight and recommendation to promote startups in Thailand.

In the research finding, there were five perspectives affecting Thai startup ecosystem namely, economic environment, regulation and government support, startup competency, enabler partners, and lastly funding. It was found that Thai were digital savvy to adopt new digital services, however adoption from large corporates were still not widespread. Government was fully support to the startup ecosystem, however there were some gaps between the offerings and the needs from the entrepreneurs. For the startup competency, it showed that number of tech talents in the market was quite limited and many other skills were needed to scale the businesses to higher level. Although there were several enabler partners, it was found that the needs were still unmet. For funding, there were many investors but only a few were attractive for funding from investors.

The recommendations were provided in the study to uplift Thai startup ecosystems, in several aspects such as government policy, startup area of improvement, etc.

คำนำ

เอกสารวิจัยส่วนบุคคลเล่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรของวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร ในประเด็นปัญหาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เรื่อง ปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย โดยหัวข้อนี้เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการเติบโตของระบบนิเวศสตาร์ทอัพไทยและเป็นเรื่องที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำเป็นต้องศึกษาเพื่อนำไปวางแผนในการปรับใช้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน ทางผู้วิจัยจึงให้ความสนใจพยายามรวบรวมองค์ความรู้ ความคิดเห็น และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ตลอดจนประสบการณ์ของผู้วิจัย เพื่อบูรณาการให้เป็นข้อเสนอแนะอันที่จะนำมาซึ่งประโยชน์ต่อประเทศชาติ และสามารถนำไปปฏิบัติให้เห็นผลได้จริง

นายเอนก พนาอภิชน
นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตร วปอ. รุ่น. 62
ผู้วิจัย

กิตติกรรมประกาศ

เอกสารวิจัยเล่มนี้สำเร็จลงได้โดยได้รับความกรุณาให้คำแนะนำจากที่ปรึกษา คณะอาจารย์ พลตรี กิติชาติ นิลขำ และพันเอกหญิง อัจริย์กุล อำไพ และนอกจากนี้ยังได้รับการช่วยเหลือให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงจากคณาจารย์วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์ คุณธันยธร เพ็ญบำรุงวงศ์ คุณอินทัช มาศวงษ์ปกรณ์ คุณสิรสิทธิ์ สุริยพัฒนพงศ์ คุณภัทรพร โพธิ์สุวรรณ์ ดร.ชินาวุธ ชินะประยูร ดร.วาริน รัชนานุสรณ์ คุณพลภัทร อัครปรีดี คุณณิชาภัทร อัครปรีดี คุณกัมปนาท วิมลโนท คุณอรนุช เลิศสุวรรณกิจ คุณอมฤต เจริญพันธ์ ที่ได้ให้การสัมภาษณ์จนได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้และสำเร็จลงได้ด้วยดี

นายเอนก พนาอภิชน
นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตร วปอ. รุ่น. 62
ผู้วิจัย

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อ		**ก**
Abstract		**ข**
คำนำ		**ค**
กิตติกรรมประกาศ		**ง**
สารบัญ		**จ**
สารบัญตาราง		**ช**
สารบัญแผนภาพ		**ซ**
บทที่ 1	**บทนำ**	**1**
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
	ขอบเขตของการวิจัย	3
	วิธีดำเนินการวิจัย	3
	ข้อจำกัดของการวิจัย	4
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	4
	คำจำกัดความ	5
บทที่ 2	**การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	**6**
	ระบบนิเวศสตาร์ทอัพของประเทศไทย	6
	ระบบนิเวศภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับสตาร์ทอัพ	8
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ	14
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ	16
	กรอบแนวคิดของการวิจัย	18
บทที่ 3	**วิเคราะห์สถานภาพระบบนิเวศธุรกิจสตาร์ทอัพและปัจจัยดำเนินธุรกิจ**	**20**
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	20
	ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	20
	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	22
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	24
	ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	24
	การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล	25

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย **26**
สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ 26
นโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานสนับสนุนจากภาครัฐ 29
พื้นฐานความรู้การศึกษา ประสบการณ์ วัฒนธรรม ความพร้อมของบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของสตาร์ทอัพ 31
แหล่งเงินทุนภายในและนอกประเทศ 36
พันธมิตรทางด้านธุรกิจและการสนับสนุนจากภาคเอกชน 39
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ **44**
เน้นส่งเสริมการเพิ่มจำนวนสตาร์ทอัพในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการพัฒนาระบบนิเวศได้อย่างยั่งยืน 44
ปรับปรุงกฎเกณฑ์ระเบียบที่เอื้อต่อการส่งเสริมและดูแลการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนจากการปฏิบัติงานระดับหน่วยงานภาครัฐเพื่อสนับสนุนการใช้งานผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพไทย 47
การเพิ่มทรัพยากรบุคคลสายงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี (Tech Talent) ในประเทศไทย 53
การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการระดมทุนของสตาร์ทอัพ จากกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ นักลงทุนและผู้ร่วมลงทุน 56
การมองหามือปั้นมืออาชีพ 58
ข้อแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติที่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพควรมีในการทำธุรกิจ 60
บรรณานุกรม **61**
ภาคผนวก **67**
ประวัติย่อผู้วิจัย **72**

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2 - 1	รูปแบบความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐของศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลภาครัฐ	13
3 - 1	คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์	23
3 - 2	แผนปฏิบัติการศึกษาวิจัย	25
4 - 1	ตารางสรุปปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย	41
5 - 1	ตัวอย่างการจัดการอุทยานวิทยาศาสตร์ในประเทศต่าง ๆ	45

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1 - 1	การลงทุนในสตาร์ทอัพของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปี 2019	2
2 - 1	การเปรียบเทียบตัวเลขสำคัญทางเศรษฐกิจและตัวเลขด้านระบบนิเวศสตาร์ทอัพของประเทศชั้นนำด้านสตาร์ทอัพ	7
2 - 2	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลภาครัฐ	12
2 - 3	กรอบแนวคิดของการวิจัย	19
3 - 1	ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์งานวิจัย	22
4 - 1	การเติบโตของพฤติกรรมการใช้งานดิจิทัลของประชากรไทย	27
4 - 2	การจัดอันดับประเทศผู้ใช้งาน YouTube ตามยอดชมวิดีโอ (View) ในปี 2019	27
4 - 3	การจัดอันดับประเทศที่มีผู้ใช้งาน Facebook หนึ่งครั้งต่อเดือน	28
4 - 4	ร้อยละของผู้ทำงานด้าน ICT จำแนกตามลักษณะงานด้าน ICT	33
4 - 5	ค่าตอบแทนแรงงานโดยเฉลี่ยด้าน IT และ Digital Innovations ในประเทศไทย	34
4 - 6	ค่าตอบแทนแรงงานโดยเฉลี่ยสายเทคโนโลยีทั่วโลกและสหรัฐอเมริกา	34
4 - 7	หน่วยงานเพื่อลงทุนในกองทุนหรือสตาร์ทอัพขององค์กรใหญ่ในประเทศไทยในรูปแบบ Corporate Venture Capital	38
4 - 8	โครงการบ่มเพาะและเร่งการเติบโตสตาร์ทอัพในประเทศไทย	40
5 - 1	ข้อเสนอแนะ : การส่งเสริมการเพิ่มจำนวนสตาร์ทอัพในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการพัฒนาระบบนิเวศได้อย่างยั่งยืน	44
5 - 2	ข้อเสนอแนะ : การปรับปรุงกฎเกณฑ์ระเบียบและการสนับสนุนจากการปฏิบัติงานระดับหน่วยงานภาครัฐเพื่อสนับสนุนการใช้งานผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพไทย	48
5 - 3	Technology & Innovation ของ “เป็ดไทยสู้ภัย”	51
5 - 4	ข้อเสนอแนะ : การเพิ่มทรัพยากรบุคคลสายงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี (Tech Talent) ในประเทศไทย	54
5 - 5	ข้อเสนอแนะ : การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการระดมทุนของสตาร์ทอัพจากกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ นักลงทุนและผู้ร่วมลงทุน	56
5 - 6	ข้อเสนอแนะ : การมองหามือปั้นสตาร์ทอัพมืออาชีพ	58
5 - 7	ข้อเสนอแนะ : คุณสมบัติที่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพควรมีในการทำธุรกิจ	60

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมทั้งในและนอกประเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มความสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต และเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนผู้บริโภคโดยตรง รวมถึงการบริหารงานภาครัฐและการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน ตลอดจนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติจากหน่วยงานภาครัฐ ทั้งนี้ภาครัฐมีแนวนโยบายไทยแลนด์ 4.0 เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิตอล ตามแนวโน้มของนวัตกรรมที่ปรับเปลี่ยนไป อีกทั้งการประมูล 5G ที่กำลังจะเกิดขึ้นจะยิ่งส่งผลให้นวัตกรรมเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น

ทุกภาคส่วนตื่นตัวกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และมีความพยายามในการสร้างนวัตกรรม เพื่อตอบโจทย์ให้กับหน่วยงานและองค์กรของตนเอง เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าของตนเอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างความแตกต่างและความได้เปรียบด้านการแข่งขัน

การมุ่งสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตื่นตัวเป็นอย่างมากในองค์กรขนาดใหญ่ ที่มีความพร้อมด้านเงินทุน และเล็งเห็นถึงความจำเป็นยิ่งยวดของการนำนวัตกรรม เข้ามาปรับเปลี่ยนการทำธุรกิจหรือแม้แต่สร้างธุรกิจใหม่ ๆ เสริม หรือทดแทนการทำธุรกิจแบบเดิม ๆ ที่กำลังจะถูกแทนที่ด้วยธุรกิจรูปแบบใหม่ หรือธุรกิจที่กำลังล้มหายตายจากไป การลงทุนใช้งบประมาณไปกับงบวิจัยพัฒนา (Research & Development) จึงเพิ่มมากขึ้นในระยะหลังนี้ การหาพันธมิตรทางด้านธุรกิจที่มีนวัตกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจซึ่งกันและกันจึงเกิดขึ้น และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเพราะเห็นผลได้เร็วกว่าการวิจัยพัฒนาที่เกิดจากภายในองค์กรเอง

ขณะเดียวกันรูปแบบธุรกิจสตาร์ทอัพซึ่งเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ มุ่งเน้นสร้างนวัตกรรมเปิดมาเพื่อรองรับธุรกิจด้านไอที ซึ่งมีความต้องการทำธุรกิจให้เติบโตแบบก้าวกระโดด และสร้างรายได้จำนวนมาก เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน นำเสนอสินค้าหรือบริการในรูปแบบใหม่ ๆ ให้แก่ผู้บริโภค มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามแนวโน้มของเทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปในยุคดิจิตอล ด้วยการสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจดิจิตอล (Digital Economy) ขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้แก่นักลงทุนและผู้ประกอบการทั้งภายในไทยและต่างประเทศที่สนใจจะลงทุนในสตาร์ทอัพไม่ว่าจะเป็นการลงทุนในแง่การเงิน (Financial Investor) หรือการลงทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Investment) มีโอกาสที่จะเลือกลงทุนในสตาร์ทอัพที่ตนเองสนใจ

ปัจจุบันสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ ยังคงต้องการเงินทุนสนับสนุนในการดำเนินงานวิจัยพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นที่มาของการขอเงินทุนสนับสนุน (Fund Raising) จากนักลงทุนหลากหลายประเภททั้งในและนอกประเทศ ทั้งที่เป็น Financial Investor และ Strategic Investment ซึ่งพอแยกประเภทนักลงทุนได้ดังนี้

1. Venture Capital (VC) กองทุนร่วมลงทุน ซึ่งมักมีผู้ร่วมลงทุนมากกว่า 1 ขึ้นไป รวบรวมเงินทุนเพื่อค้นหาและลงทุนในสตาร์ทอัพโดยจะมีผู้จัดการกองทุน ทำหน้าที่ค้นหาสตาร์ทอัพในเป้าหมายเพื่อเจรจาต่อรองการลงทุน

2. Corporate Venture Capital (CVC) องค์กรที่มีหน่วยงานเพื่อลงทุนในกองทุน หรือสตาร์ทอัพ ซึ่งมีโอกาสเติบโตไปพร้อมกับบริษัท ส่วนใหญ่มักเลือกลงทุนในสตาร์ทอัพที่สอดรับและเชื่อมกับการดำเนินธุรกิจของตนเองในปัจจุบันหรืออนาคต

3. Crowdfunding การระดมทุนจากสาธารณะ ซึ่งยังค่อนข้างใหม่ในประเทศไทยและยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายมากนัก

ซึ่งการระดมทุนของสตาร์ทอัพยังแบ่งออกได้หลายระดับ ตามจำนวนเม็ดเงินของการระดมทุน ดังนี้

3.1 Angel Round	ระดมทุนประมาณ 2-5 หมื่น ดอลลาร์
3.2 Seed Round	ระดมทุนประมาณ 2.5 แสน ถึง 2 ล้าน ดอลลาร์
3.3 Series A	ระดมทุนประมาณ 2-15 ล้าน ดอลลาร์
3.4 Series B	ระดมทุนประมาณ มากกว่า 15 ล้าน ดอลลาร์

แผนภาพที่ 1-1 การลงทุนในสตาร์ทอัพของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปี 2019

ที่มา : Deal Street Asia, 2019.

ในขณะที่เม็ดเงินจากนักลงทุนดังกล่าวข้างต้น ค่อนข้างพร้อมที่จะลงทุนและมีเงินทุนจำนวนมากพอ แต่เหตุใดสตาร์ทอัพไทยที่ได้รับเงินลงทุนยังมีจำนวนน้อยเมื่อเปรียบกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปี 2019 ซึ่งประเทศไทยอยู่อันดับที่ 4 รองจากสิงคโปร์ อินโดนีเซียและเวียดนาม โดยในช่วง พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2561 มีจำนวนสตาร์ทอัพเพียง 26, 27, 31, 31 และ 35 บริษัทตามลำดับที่ประสบผลสำเร็จจากการระดมทุน (ที่มา สื่อออนไลน์ Techsauce) โดยเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับจำนวนสตาร์ทอัพที่ขึ้นทะเบียนกับหน่วยงาน Startup Thailand ที่มีอยู่ราว 1,700 ราย แล้วจะเห็นได้ว่ามีสตาร์ทอัพจำนวนน้อยมากที่ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากนักลงทุน

นอกจากนี้ หากนำไปเทียบกับสตาร์ทอัพทั่วโลก จะพบว่าสตาร์ทอัพที่มีมูลค่ากิจการไม่น้อยกว่า 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ (หรือที่เรียกกันว่า Unicorn) จำนวน 400 บริษัทนั้น มีจำนวน 8 บริษัท ที่มาจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Asean) อันได้แก่ อินโดนีเซีย จำนวน 5 บริษัท สิงคโปร์ จำนวน 2 บริษัท และฟิลิปปินส์ จำนวน 1 บริษัท โดยยังไม่มีสตาร์ทอัพจากประเทศไทยแม้แต่บริษัทเดียว

ข้อสังเกตเชิงเปรียบเทียบดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นมูลเหตุที่สำคัญในการจัดทำโครงการวิจัยฉบับนี้เพื่อศึกษา สำรวจ ตรวจสอบ ปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาสถานภาพระบบนิเวศของสตาร์ทอัพในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัย ซึ่งส่งผลต่อการยกระดับความสามารถ (ปัจจัยบวก) และการลดทอนความสามารถ (ปัจจัยลบ) ในการดำเนินธุรกิจของสตาร์ทอัพไทย
3. เพื่อเสนอแนวทางการแก้ปัญหา และส่งเสริมธุรกิจสตาร์อัพของประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ ครอบคลุมสตาร์ทอัพในประเทศไทยที่อยู่ในข่ายการระดมทุนทุกระดับตั้งแต่ Angel Round จนถึงระดับ Series A เป็นต้นไป ไม่จำกัดประเภทอุตสาหกรรมหรือบริการที่สตาร์ทอัพดำเนินการ และไม่จำกัดว่าสตาร์ทอัพจะเคยประสบความสำเร็จจากการระดมทุนหรือไม่ก็ตาม

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดย

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ถึงแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในแง่มุมต่าง ๆ ศึกษาจากบทความ สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย
2. การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) มุ่งเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึกในหมู่ของสตาร์ทอัพ ภาครัฐ นักลงทุน ภาคสื่อมีเดีย ตลอดจนหน่วยงานสนับสนุนสตาร์ทอัพที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อระบบนิเวศของสตาร์ทอัพไทย

ระยะเวลาทำการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในการจัดทำการวิจัย ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563

ข้อจำกัดของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากหลายภาคส่วนที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องอยู่ในระบบนิเวศสตาร์ทอัพไทย อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างข้างต้นยังมีจำนวนจำกัดและยังไม่ครอบคลุมในอีกหลายอุตสาหกรรม โดยงานวิจัยในอนาคตสามารถต่อยอดได้โดยเพิ่มจำนวนความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การเพิ่มความหลากหลายในกลุ่มตัวอย่างภาคสตาร์ทอัพให้ครอบคลุมทุกอุตสาหกรรมธุรกิจเพื่อเปรียบเทียบอุปสรรค ปัญหา ข้อได้เปรียบ ข้อเสียเปรียบและปัจจัยสู่ความสำเร็จของสตาร์ทอัพในแต่ละอุตสาหกรรม เป็นต้น นอกจากนี้งานวิจัยในอนาคตสามารถนำข้อมูลไปต่อยอดเพื่อทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงสถิติตัวเลข ด้วยการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นหลัก ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณจะช่วยให้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้จำนวนมากและครอบคลุมมากขึ้นทำให้สามารถนำผลวิจัยไปวิเคราะห์ผลได้หลายแง่มุม

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบสถานภาพของระบบนิเวศของธุรกิจสตาร์ทอัพ และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย

2. ได้แนวทางในการแก้ปัญหาและเพื่อยกระดับความสามารถในการดำเนินธุรกิจในอนาคต

3. ผลจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อมูลสำคัญต่อผู้ประกอบการธุรกิจ สตาร์ทอัพสำหรับการพิจารณา วางแผน และกำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจว่ามีปัจจัยสำคัญใด ๆ ที่จะต้องพิจารณาดำเนินการ หรือกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้เกิดประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย พร้อมทั้งทราบมุมมองความต้องการของนักลงทุนที่มีต่อสตาร์ทอัพไทย

4. ผลจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อมูลสำคัญต่อกลุ่มธุรกิจการร่วมลงทุนและหน่วยงานที่ส่งเสริมสตาร์ทอัพ (VCs CVCs, Incubators และ Accelerators) รวมถึงหน่วยงานรัฐบาลสำหรับการพิจารณา วางแผน สนับสนุน และลงทุนกับบริษัทสตาร์ทอัพไทย ว่ามีมาตรการใด ๆ ที่จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนสตาร์ทอัพไทยให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

5. เพื่อเป็นประโยชน์ในด้านฐานข้อมูลที่สามารถนำไปต่อยอดในการทำวิจัยในหัวข้อที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

คำจำกัดความ

Startup	หมายถึง	กิจการที่ตั้งขึ้นโดยมีโมเดลธุรกิจ (Business Model) ที่ทำซ้ำได้ (Repeatable) และขยายตัวได้ (Scalable)
Venture Capital (VC)	หมายถึง	บริษัทที่ดำเนินการธุรกิจร่วมทุน
Corporate Venture Capital (CVC)	หมายถึง	บริษัทที่ดำเนินการธุรกิจร่วมทุน ถูกก่อตั้งขึ้นในเครือขององค์กรขนาดใหญ่ เพื่อบริหารกองทุนที่ได้รับการจัดสรรจากบริษัทแม่
Incubator	หมายถึง	หน่วยงานหนึ่งขององค์กรธุรกิจ หรือความร่วมมือระหว่างหลาย ๆ สถาบัน เพื่อช่วยบ่มเพาะสตาร์ทอัพในช่วงเริ่มต้น
Accelerator	หมายถึง	โครงการอบรมสตาร์ทอัพระยะสั้น เพื่อให้สตาร์ทอัพ พร้อมเติบโตแบบก้าวกระโดด มีสิทธิ์ที่จะรับคำแนะนำ สนับสนุนจากเครือข่ายและนักลงทุน
Unicorn	หมายถึง	ธุรกิจ Startup ที่มีมูลค่าบริษัทเกิน 1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

บทที่ 2
การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ระบบนิเวศสตาร์ทอัพของประเทศไทย

สตาร์ทอัพที่มีคุณภาพในระบบนิเวศเป็นสิ่งท้าทายสำหรับระบบนิเวศสตาร์ทอัพของไทยในปัจจุบัน โดยประเทศไทยมีประชากรประมาณ 70 ล้านคน แต่มี Startup เพียง 700 ราย แสดงให้เห็นถึงความหนาแน่นของประชากรไทย 100,000 คนต่อ Startup 1 ราย เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศชั้นนำด้านสตาร์ทอัพอย่างสหรัฐอเมริกา อิสราเอล สิงคโปร์ พบว่าสหรัฐอเมริกามีความหนาแน่นของประชากร 100,000 คนต่อ Startup 37 ราย ประเทศอิสราเอลมีความหนาแน่นของประชากร 100,000 คนต่อ Startup 63 ราย และประเทศสิงคโปร์มีความหนาแน่นของประชากร 100,000 คนต่อ Startup 69 ราย ซึ่งเห็นได้ว่าประเทศอิสราเอลและสิงคโปร์ที่มีประชากรน้อยกว่าไทยแต่มีจำนวนสตาร์ทอัพมากกว่าประเทศไทยค่อนข้างมาก ทั้งนี้การเพิ่มจำนวนความหนาแน่นของสตาร์ทอัพต่อจำนวนประชากร เป็นจุดเริ่มต้นแรกที่จะช่วยให้ประเทศไทยสามารถเดินไปสู่การพัฒนาสตาร์ทอัพให้แข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านได้อย่างทัดเทียม โดยเฉพาะ สิงคโปร์ มาเลเซียและอินโดนีเซีย นอกจากนี้จำนวนสตาร์ทอัพที่มากขึ้นจะช่วยเพิ่มโอกาสในการเกิดสตาร์ทอัพมูลค่ากิจการไม่น้อยกว่า 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือสตาร์ทอัพระดับยูนิคอร์น (Unicorn) อีกด้วย

แผนภาพที่ 2-1 การเปรียบเทียบตัวเลขสำคัญทางเศรษฐกิจและตัวเลขด้านระบบนิเวศสตาร์ทอัพของประเทศชั้นนำด้านสตาร์ทอัพ

Economic & ecosystem comparison

	USA	China	Israel	Singapore	Thailand	Indonesia	Malaysia	Vietnam	Philippines
ECONOMIC									
Population	327 mn	1,415 mn	8.5 mn	5.8 mn	69.3 mn	266.8 mn	32.0 mn	96.5 mn	106.5 mn
GDP (US$ PPP, 2018)	$20,500 bn	$25,300 bn	$334 bn	$555 bn	$1,310 bn	$3,494 bn	$1,002 bn	$706 bn	$955 bn
GDP/capita (US$ PPP, 2018)	$62,720	$17,860	$39,550	$95,800	$18,910	$13,099	$31,273	$7,314	$8,968
Tertiary education (% working age pop)	43.5%	8.8%	47.0%	43.9%	19.0%	9.4%	18.8%	6.7%	26.6%
Civilian R&D spending (% of GDP)	2.3%	1.5%	3.5%	1.8%	0.4%	0.1%	1.0%	0.3%	0.1%
Patent applications (2018)	56,142	53,345	1,899	930	105	7	143	22	18
Civilian R&D spend/patent app (US$)	$8.5 mn	$6.9 mn	$6.2 mn	$10.8 mn	$48.9 mn	$304.3 mn	$68.0 mn	$80.1 mn	$49.3 mn
STARTUP ECOSYSTEM									
Global Innovation Index ranking, 2019	3	14	10	8	43	85	35	42	54
Startups	120,000	100,000	5,350	4,000	700	2,100	3,000	1,700	1,000
Startup density (startups/100k pop)	36.7	7.1	63.3	69.1	1.0	0.8	9.4	1.8	0.9
VC investment (US$, 2018)	$99,500 mn	$93,800 mn	$6,470 mn	$1,780 mn	$61 mn	$8,340 mn	$148 mn	$127 mn	$33 mn
VC investment/startup (US$, 2018)	$830,000	$940,000	$1,200,000	$444,750	$87,500	$3,970,000	$49,330	$74,700	$33,000
VC investment/capita (US$, 2018)	$304	$66	$765	$307	$0.9	$32	$4.6	$1.3	$0.3

ที่มา : พลภัทร อัครปรีดี

ธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยอยู่ในช่วงระดับเริ่มต้นธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ โดยแบ่งเป็นระดับ Idea Stage 5.58% ระดับ Pre-seed Round 16.74% ระดับ Seed Round 45.58% ระดับ Series A 24.19% ระดับ Series B 6.05% ระดับ Series C 1.40% และระดับ Exit 0.47% (ที่มารายงานผลสำรวจระบบนิเวศสตาร์ทอัพของประเทศไทยปี 2561) เห็นได้ว่าสตาร์ทอัพของไทยมากถึง 68% อยู่ในขั้นเริ่มต้นธุรกิจที่เริ่มคิดค้นผลิตภัณฑ์และทำการตลาดเบื้องต้น โดยสตาร์ทอัพกลุ่มนี้ต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ การดูแลบ่มเพาะการเสริมทักษะด้านต่าง ๆ ที่ช่วยให้เติบโตอย่างก้าวกระโดด การได้มีโอกาสพบกับนักลงทุนไทยและต่างชาติ การได้รับเงินทุนที่ช่วยต่อยอดธุรกิจ ดังนั้นการเร่งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับสตาร์ทอัพกลุ่มนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรเร่งปฏิบัติ หากสตาร์ทอัพมีความแข็งแกร่งตั้งแต่ระดับช่วงเริ่มต้นธุรกิจจะช่วยให้ก้าวไปสู่ระดับที่พร้อมจะขยายตลาด (Growth Stage) ได้เร็วขึ้นและช่วยเสริมสร้างให้ระบบนิเวศสตาร์ทอัพไทยแข็งแกร่งเพิ่มโอกาสในการเกิดสตาร์ทอัพระดับยูนิคอร์น (Unicorn) ในประเทศไทยได้

ระบบนิเวศภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับสตาร์ทอัพ

สตาร์ทอัพไทยมีส่วนสำคัญในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ดิจิทัลให้กับภาครัฐ เพื่อให้ภาครัฐได้นำผลิตภัณฑ์นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่มีประโยชน์ไปประยุกต์ใช้ในหน่วยงานต่าง ๆ ดังนั้น รัฐบาลจึงตั้งหน่วยงานเพื่อทำหน้าที่ให้บริการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานรัฐเกี่ยวกับการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล เช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Promotion Agency) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (National Innovation Agency (Public Organization)) สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (Digital Government Development Agency (Public Organization)) เป็นต้น

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Promotion Agency) ส่งเสริมสตาร์ทอัพซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนประเทศสู่เศรษฐกิจดิจิทัลผ่านทาง “สถาบันส่งเสริมวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้น” (Digital Startup Institute) เป็นสถาบันมุ่งเน้นความเป็นเลิศด้านการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นครบวงจรภายใต้กำกับการดูแลของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้น (Digital Startups) ให้เป็นตัวจักรสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนประเทศสู่เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) และเศรษฐกิจฐานผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Economy) สถาบันส่งเสริมวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้นมุ่งเน้นการพัฒนาระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่เหมาะสม เพื่อให้วิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้น สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วและสามารถสร้างโอกาสทั้งในตลาดในประเทศและตลาดโลก แผนงานที่สำคัญของสถาบันส่งเสริมวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้น ประกอบด้วย

1. การพัฒนาเครือข่ายหน่วยบ่มเพาะ หน่วยเร่งการเติบโตของวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้น เพื่อสนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้นอย่างเป็นระบบด้วยการใช้องค์ความรู้และความเชี่ยวชาญของหน่วยงานเครือข่ายต่าง ๆ ตั้งแต่ในระดับมหาวิทยาลัย ตลอดจนหน่วยงานที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้นชั้นนำของประเทศ

2. การพัฒนาวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้นระยะ Idea Stage ซึ่งดำเนินการสนับสนุนนักศึกษาหรือบุคคลธรรมดาในการจัดทำแผนงานเบื้องต้นระดับแปลงความคิดสู่การเริ่มต้นธุรกิจวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้น ผ่านการดำเนินการร่วมกับมหาวิทยาลัย 10 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

3. การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้นในระยะการก่อตั้งธุรกิจ (Early Stage) ซึ่งดำเนินการส่งเสริมบุคคลธรรมดา หรือกิจการที่จดจัดตั้งเป็นนิติบุคคลแล้วไม่เกิน 3 ปี ที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประกอบธุรกิจในสาขาต่าง ๆ

4. การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้นในระยะเติบโต (Growth Stage) ซึ่งดำเนินการส่งเสริมกิจการที่จดจัดตั้งเป็นนิติบุคคลแล้วไม่เกิน 5 ปี ที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประกอบธุรกิจสำหรับการลงทุนในเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาต่อยอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลและการขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างก้าวกระโดด (Scalable) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

5. การส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้นในระยะเริ่มทำธุรกิจ หรือกลุ่มที่ได้ดำเนินธุรกิจมาแล้วระยะหนึ่งแต่ประสบปัญหาในการเติบโต โดยมุ่งเน้นสนับสนุนบุคคลธรรมดาหรือกิจการที่มีรูปแบบธุรกิจที่ Repeatable หรือ ทำซ้ำได้ และ Scalable หรือ สามารถขยายหรือเติบโตแบบก้าวกระโดดได้ ให้มีความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจในรูปแบบวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้น และสามารถเริ่มต้นธุรกิจได้ผ่านโครงการ JumpStart โดยมีพี่เลี้ยงที่เป็นวิสาหกิจเริ่มต้นรุ่นพี่กว่า 30 รายที่พร้อมให้คำแนะนำและความช่วยเหลือตลอดระยะเวลา 8 สัปดาห์ของโครงการ และมี Thailand Tech Startup Association (สมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่) เป็นหน่วยงานร่วมดำเนินโครงการ

6. การส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างระบบนิเวศของวิสาหกิจเริ่มต้น โดยได้มีการพัฒนากลไกการทดสอบรูปแบบธุรกิจ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเชิงพื้นที่ (Area-based Regulatory Sandbox) สนับสนุนวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้นทดสอบผลิตภัณฑ์ แนวคิดทางธุรกิจ และนวัตกรรมดิจิทัลใหม่ ๆ โดยในเบื้องต้นมุ่งเป้าไปในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor) ด้วยมาตรการผ่อนคลายทางกฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรฐาน ซึ่งทำให้วิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้นสามารถลดระยะเวลาในการเข้าสู่ตลาดด้วยต้นทุนที่ต่ำลง สามารถทดสอบความสามารถในการมีชีวิตอยู่และเจริญเติบโตได้ของผลิตภัณฑ์หรือบริการนวัตกรรมนั้น ๆ จากสภาพแวดล้อมจริง รวมถึงทำให้เกิดการสร้างกฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรฐาน เพื่อสนับสนุนนวัตกรรมอย่างมีพลวัต นอกจากนี้ยังมีการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจของอุตสาหกรรมดิจิทัล หรือ “Smart VISA” โดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลเป็น หน่วยงานรัฐที่สำคัญในการรับรองคุณสมบัติผู้ที่ประสงค์ขอรับการตรวจลงตราประเภทคนอยู่ชั่วคราวเป็นกรณีพิเศษ ภายใต้อุตสาหกรรมดิจิทัล

7. การสร้างระบบนิเวศเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้น เพื่อให้ประเทศไทยมีกลไกในการส่งเสริมวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้นในทุกระยะการเติบโต โดยเฉพาะการเติบโตไปยังต่างประเทศ การสร้าง Global Mindset ให้กับวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้นตลอดจนการส่งเสริมการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (National Innovation Agency (Public Organization)) เป็นองค์กรหลักในการเสริมสร้างระบบนวัตกรรมแห่งชาติเพื่อเพิ่มคุณค่าที่ยั่งยืน สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติได้จัดตั้ง “ศูนย์วิสาหกิจเริ่มต้นประเทศไทย” เพื่อส่งเสริมพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) ให้เติบโตขึ้นทางเศรษฐกิจใหม่เป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านธุรกิจนวัตกรรม เพื่อเข้ามาปรับโครงสร้างระบบเศรษฐกิจของประเทศในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ให้มีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้ทั้งในระดับอาเซียนและระดับโลก สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติได้พัฒนาระบบนิเวศนวัตกรรมให้เคลื่อนไปสู่ยุทธศาสตร์ชาติที่ตั้งเป้าได้ ทั้งเรื่องของการพัฒนาบุคลากร ส่งเสริมและพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการใหม่ พัฒนาตลาดวิสาหกิจเริ่มต้น และการเชื่อมโยงตลาดทุนให้เกื้อหนุน เติบโตไปพร้อมกัน รวมทั้งเชื่อมโยงพันธมิตรในระดับสากล เพื่อให้ประเทศไทยก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางของสตาร์ทอัพ (Global Startup Hub) โดยยืนอยู่บนพื้นฐานของความรู้ความสามารถของบุคลากรและทรัพยากรของประเทศไทย โดยได้กำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นไว้ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 Global Growth Platform (Innovation)

เป้าหมายใหญ่ในการทำงานของศูนย์วิสาหกิจเริ่มต้นประเทศไทย เป็นไปเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ระบบนวัตกรรม กลุ่มเป้าหมายหลักที่ควรได้รับการพัฒนาตั้งแต่ต้นจึงเป็นกลุ่มของเยาวชน นิสิต นักศึกษาที่มีศักยภาพในการพัฒนาตัวเองผ่านกระบวนการบ่มเพาะเพื่อปั้นให้เป็นสตาร์ทอัพที่มีประสิทธิภาพ โดยตั้งต้นตั้งแต่ระดับมหาวิทยาลัยไปจนถึงการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการใหม่อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งในบทบาทของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติในการบูรณาการเชิงระบบที่เชื่อมโยงเครือข่ายต่าง ๆ ทั้งภาควิชาการ ธุรกิจและแหล่งทุนต่าง ๆ ให้เอื้อต่อความแข็งแกร่งของระบบนิเวศนวัตกรรม

มหาวิทยาลัยแห่งการประกอบการ (Entrepreneurial University) คือหลักไมล์สำคัญที่สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติต้องการสร้างเสริมให้เกิดขึ้นทั่วประเทศ ด้วยการเปิดโอกาสให้นักศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนได้เข้าร่วมในโครงการ Startup Thailand League เพื่อบ่มเพาะวิสาหกิจเริ่มต้นตั้งแต่รั้วมหาวิทยาลัย เปิดประสบการณ์ทั้งในและนอกห้องเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกระตุ้นให้มหาวิทยาลัยเปลี่ยนกรอบแนวคิดสู่การเป็นมหาวิทยาลัยแห่งการประกอบการ บ่มเพาะให้นักศึกษาสร้างสรรค์ธุรกิจนวัตกรรมได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีกระบวนการสนับสนุนจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติอย่างเป็นระบบ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 Venture Infrastructure (Investment)

ศูนย์วิสาหกิจเริ่มต้นผลักดันการบ่มเพาะสตาร์ทอัพรุ่นใหม่ควบคู่กันไปกับการพัฒนาตลาดของธุรกิจสตาร์ทอัพและตลาดทุนซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการเติบโตและขยายงานของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ บูรณาการเชื่อมโยงให้เกิดปัจจัยที่เหมาะสมสำหรับโครงสร้างพื้นฐานในการลงทุน (Venture Infrastructure) เพื่อดึงดูดให้เกิดการลงทุนทั้งในธุรกิจการร่วมลงทุน (Venture Capital - VC) และการร่วมลงทุนโดยองค์กรหรือบริษัทขนาดใหญ่ (Corporate Venture Capital - CVC)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 Global Startup Hub (International)

ประเทศไทยมีความพร้อมทุกประการในการก้าวไปเป็น Global Startup Hub ในระดับนานาชาติ โดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติได้จับมือกับพันธมิตรและเครือข่ายที่มีศักยภาพ ในทุกภาคส่วนดำเนินการเพื่อเตรียมโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ไว้รองรับการเป็นศูนย์กลางของวิสาหกิจเริ่มต้นสอดคล้องกับความต้องการของสตาร์ทอัพทั้งในและต่างประเทศ โดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติเป็น Portal หลักของสตาร์ทอัพในการสนับสนุนจากภาครัฐมีการร่วมมือกับภาคเอกชนจัดให้มี Work Space สำหรับกลุ่มสตาร์ทอัพเพื่อใช้เป็นพื้นที่ในการทำงานและสร้างสรรค์นวัตกรรมดิจิทัลในชุมชนของแวดวงเทคโนโลยี (Tech Community) ซึ่งเป็นระบบนิเวศที่เหมาะสมในการสร้างงานและต่อยอดผลงาน อีกบทบาทหนึ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้สตาร์ทอัพได้เป็นอย่างดี คือ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติและเครือข่ายพันธมิตรทำงานในลักษณะของ One-Stop Service เพื่อจัดเตรียมข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ และชี้แนะแนวทางในการเชื่อมโยงธุรกิจในทุกขั้นตอน ซึ่งส่งเสริมให้สตาร์ทอัพจากต่างประเทศมาในไทยมากขึ้น หรือสตาร์ทอัพในประเทศไทยสามารถเข้ามาสอบถามได้ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติสามารถช่วยจัดเตรียมข้อมูลที่เกี่ยวกับการส่งเสริมของภาครัฐได้

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (Digital Government Development Agency (Public Organization)) มีวัตถุประสงค์การดำเนินงาน ดังนี้

1. พัฒนา บริหารจัดการ และให้บริการโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบการให้บริการหรือแอปพลิเคชันพื้นฐานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาลดิจิทัล

2. จัดทำมาตรฐาน แนวทาง มาตรการ หลักเกณฑ์ และวิธีการทางเทคโนโลยีดิจิทัลและกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลและระบบการทำงานระหว่างกันของหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความสอดคล้องกัน

3. ส่งเสริมและสนับสนุนการบูรณาการและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานของรัฐ การเปิดเผยข้อมูลภาครัฐผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล และเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนทะเบียนข้อมูลดิจิทัลภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการประชาชนและในการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐ

4. พัฒนาบริการดิจิทัลภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียวที่ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และมั่นคงปลอดภัย

5. ให้คำปรึกษาและสนับสนุนหน่วยงานของรัฐในการบริหารจัดการโครงการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงส่งเสริม สนับสนุน ให้บริการวิชาการ และจัดอบรมเพื่อยกระดับทักษะความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ของรัฐด้านรัฐบาลดิจิทัล

นอกจากนี้สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) ได้มีแผนขับเคลื่อน “ศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลภาครัฐ” หรือ “Digital Government Technology & Innovation Center” เรียกโดยย่อว่า “DGTi” ที่มีบทบาทสำคัญในการเป็นศูนย์กลางนวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลภาครัฐไทยแบบครบวงจรที่มุ่งมั่นผลักดันภาครัฐสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล และสร้างระบบนิเวศน์นวัตกรรมของเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับภาครัฐไทย (GovTech Innovation Ecosystem) เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการนวัตกรรมดิจิทัลไทยมีพื้นที่ในการสร้างผลงานและประโยชน์ แล้วต่อยอดสู่ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจได้ต่อไป โดยศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลภาครัฐ มีเป้าหมายหลักดังนี้

1. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการทดสอบบริการดิจิทัลให้กับภาครัฐ (POC Center) และนำนวัตกรรม Digital Solution มาสู่การปฏิบัติเพื่อปรับปรุงกระบวนการบริหารและบริการภาครัฐ

2. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การนำนวัตกรรมไปใช้งานจริงในภาครัฐ ผลักดันให้เกิดการนำผลงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมดิจิทัลไปใช้ประโยชน์ในภาครัฐได้

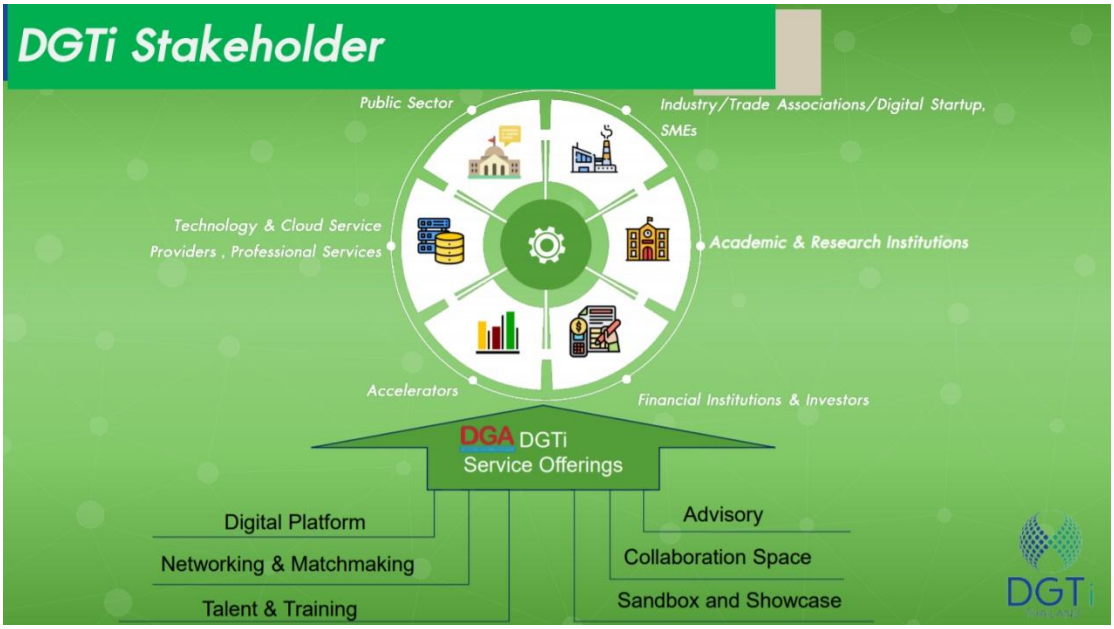
3. เพื่อยกระดับทักษะดิจิทัลของบุคลากรภาครัฐ ให้รองรับการดำเนินงานรัฐบาลดิจิทัล

4. เพื่อผลักดันให้เกิดการแก้ไขปัญหาภาครัฐผ่านพันธมิตรเพื่อให้เกิดการใช้นวัตกรรมและเกิดความโปร่งใส ตรวจสอบได้

สิ่งสำคัญในการมุ่งไปสู่การพัฒนารัฐบาลดิจิทัล คือผลักดันให้ความร่วมมือในทุกภาคส่วนสนับสนุนการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัลและสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งเสริม สนับสนุนการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมดิจิทัลภาครัฐ

การดำเนินงานของศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลภาครัฐผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนรัฐบาลดิจิทัลและสร้างโอกาสทางการตลาดด้านนวัตกรรมดิจิทัลภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นสตาร์ทอัพที่พัฒนานวัตกรรม สมาคมการค้า สถาบันการศึกษาและการวิจัย สถาบันการเงิน นักลงทุน โครงการบ่มเพาะธุรกิจสตาร์ทอัพ รวมถึงผู้ให้บริการเทคโนโลยีต่าง ๆ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญที่จะช่วยผลักดันการสร้างนวัตกรรมดิจิทัลให้กับภาครัฐ

แผนภาพที่ 2-2 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลภาครัฐ



ที่มา : รายงานแผนการขับเคลื่อนศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลภาครัฐ

สำหรับความร่วมมือในรูปแบบความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐเพื่อผลักดัน GovTech ผ่านศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลภาครัฐ มีดังนี้

ตารางที่ 2-1 รูปแบบความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐของศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลภาครัฐ

หน่วยงานรัฐ	**รูปแบบความร่วมมือ**
กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (MDES)	พิจารณาและประสานงานกับหน่วยภาครัฐอื่น ๆ เพื่อผลักดันนวัตกรรมไปใช้ต่อยอดกับหน่วยงานภาครัฐในกระทรวงอื่น ๆ ตลอดจนพิจารณาปรับปรุงกฎหมายหรือกฎกระทรวง หรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง (Regulator & Service Enabler)
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA)	สนับสนุนและเชื่อมโยงเครือข่ายสตาร์ทอัพที่สนใจในการพัฒนา หรือต่อยอดบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่มีมาประยุกต์ใช้ในการแก้ไข ปัญหา หรือโจทย์ภาครัฐ (Service Provider Aggregator & Business Network)
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA)	ส่งเสริมเครือข่ายสตาร์ทอัพให้สามารถนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมใช้กับโจทย์ภาครัฐที่มี และสนับสนุนเงินทุนเพื่อช่วยเหลือสตาร์ทอัพในการแก้ไขโจทย์ภาครัฐ หรือ Prototypes (Grant) (Venture Builder)
สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (NSTDA)	สนับสนุนงานวิจัยและเทคโนโลยีดิจิทัลต้นแบบนวัตกรรม จนสามารถถ่ายทอดไปสู่การใช้ประโยชน์ พร้อมส่งเสริมด้านการพัฒนา กำลังคนและโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นเพื่อนำไปสู่บริการดิจิทัลภาครัฐต่าง ๆ (R&D)
โครงการพัฒนาระบบคลาวด์กลางภาครัฐ (GDCC)	จัดระบบ Cloud และ Sandbox ตลอดจน Configuration ต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเชื่อมต่อกับระบบหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ที่อยู่ภายใต้ GDCC เพื่อให้เกิดการพัฒนาต้นแบบ (Prototype) และพร้อมนำเอาไปใช้งานได้จริง (Readiness-To Use)
ระดับมหาวิทยาลัย	สนับสนุนความร่วมมือระหว่างเครือข่ายการศึกษาและหน่วยงาน ภาครัฐในพื้นที่ ร่วมกับประชาชน และ ผู้ประกอบการต่าง ๆ เพื่อร่วมกันกำหนดโจทย์และประเด็นที่ต้องการจะแก้ไขปัญหา รวมถึงข้อเสนอแนะที่จะนำไปพัฒนาการบริการดิจิทัลภาครัฐ (Knowledge & Prototypes)

ที่มา : รายงานแผนการขับเคลื่อนศูนย์เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลภาครัฐ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

กิติมา หงส์ศิริกาญจน์ (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาภาวะผู้นำธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะผู้นำที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในประเทศไทยยุค 4.0 ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ และหาแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำให้เกิดขึ้น เนื่องจากปัจจุบันการแข่งขันในการทำธุรกิจทวีความรุนแรงและรวดเร็วส่งผลให้ภาครัฐเล็งเห็นความสำคัญในการสนับสนุนแนวคิดธุรกิจสตาร์ทอัพมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามผลจากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าธุรกิจสตาร์ทอัพมากกว่า 75% ประสบกับความล้มเหลวในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพตั้งแต่ปีแรก และลดลงเรื่อย ๆ ในปีต่อ ๆ มาโดยหนึ่งในสาเหตุหลักมาจากภาวะผู้นำของตัวผู้ประกอบการสตาร์ทอัพเอง ในขณะที่ประเทศไทยมีผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จเพียงไม่ถึง 400 ราย แม้ว่าได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนเป็นจำนวนหลายหมื่นล้านบาท โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 32 คน และการทำสนทนากลุ่มกับกลุ่มตัวอย่าง 7 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ที่สาระหลัก (Content Analysis) จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 32 คนในรูปแบบของการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ประกอบด้วย เจ้าของธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยที่ประสบความสำเร็จในการระดมทุนผ่าน Venture Capital ในประเทศไทยในช่วงปี 2012-2017 จำนวน 22 คน กลุ่มนักลงทุนที่คัดเลือกสตาร์ทอัพในการลงทุน (VC and Investors) จำนวน 7 คน และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ (Incubators Specialist) อีกจำนวน 7 คน โดยมีบุคคลบางกลุ่มที่มีบทบาทในการสัมภาษณ์ในครั้งมากกว่าหนึ่งบทบาทและสุดท้ายการวิจัยนี้จึงเสริมข้อมูลผ่านการทำวิจัยเชิงปริมาณโดยการทำแบบสอบถามเสริม ผลการศึกษา พบว่า ตัวแปรด้านภาวะผู้นำที่สำคัญประกอบไปด้วยประเด็นสำคัญสามส่วนคือ ประเด็นด้านบุคลิกภาพ ด้านศักยภาพ และปัจจัยภายนอกด้านบุคคล โดยที่ข้อสรุปแต่ละประเด็นประกอบด้วย ประเด็นด้านบุคลิกภาพประกอบด้วย 5 ตัวแปรหลักคือ 1. ด้านมุมานะ 2. ด้านการเรียนรู้ 3. ด้านกล้าตัดสินใจ 4. ด้านการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ และ 5. ด้านวิสัยทัศน์ ประเด็นด้านศักยภาพประกอบด้วย 4 ตัวแปรหลักคือ 1. ด้านการบริหารทีม 2. ด้านการควบคุมตนเอง 3. ด้านการโน้มน้าวใจ และ 4. ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ประเด็นด้านปัจจัยภายนอกประกอบด้วย 2 ตัวแปรหลักคือ 1. ทีมงาน และ 2. ลูกค้า โดยที่แนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำประกอบด้วย 5 แนวทางหลักคือ 1. การพัฒนาผ่านการสร้างประสบการณ์ 2. การพัฒนาผ่านกระจกเงา 3. การพัฒนาผ่านการให้ข้อมูล 4. การพัฒนาผ่านการสร้างระบบนิเวศ และ 5. การพัฒนาผ่านการโค้ชชิ่งและระบบพี่เลี้ยง

กฤษยา มะแอ และกฤษณา ฝังใจ (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาต้นแบบธุรกิจสตาร์ทอัพที่เหมาะสมกับธุรกิจในประเทศไทยเพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง และประสบความสำเร็จ ลดความผิดพลาด รวมถึงความล้มเหลว โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบท ปัญหาของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทยและศึกษาแนวทางในการแก้ไข ปัญหาเกี่ยวกับวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยกระบวนวิธีการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยสู่ความสำเร็จของสตาร์อัพ

ในประเทศไทยขึ้นอยู่กับลักษณะการดำเนินงาน และกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันโดยสามารถสรุปได้ดังนี้ ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจังหวะเวลาเป็นสำคัญ ธุรกิจประเภท User-Generated Content จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทีมเป็นสำคัญ ธุรกิจสตาร์ทประเภทบริการจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ ๆ ความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถเรียกความสนใจให้คนมาใช้บริการได้ โดยหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจในทุกประเภทคือ รูปแบบในการดำเนินธุรกิจ (Business Model)

ชัยวัฒน์ ใบไม้ (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ นิยามความสำคัญและแนวทางการทำวิจัย ผลการศึกษา พบว่า ปัจจุบันมีการกล่าวถึงคำว่า “สตาร์ทอัพ (Startup)” อย่างกว้างขวางในฐานะปัจจัยขับเคลื่อนหลักสำหรับการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจโลกที่กำลังอยู่ในช่วงชะลอตัว อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการให้นิยามในเชิงวิชาการที่ชัดเจนเกี่ยวกับคำจำกัดความและมิติของความหมายของ Startup ที่แท้จริง ดังนั้น วัตถุประสงค์ของบทความนี้ คือการนำเสนอแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ Startup เพื่อช่วยให้นักศึกษารวมถึงผู้ประกอบการเข้าใจความหมายและความสำคัญของ Startup อย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า Startup เป็นลักษณะของ “การเป็นผู้ประกอบการ” รูปแบบหนึ่ง และประเด็นสำคัญของธุรกิจประเภทนี้ คือการคิดค้นนวัตกรรมในรูปแบบต่าง ๆ นอกจากนั้น นวัตกรรมที่ส่งผ่านผู้ประกอบการส่งผลเชิงบวกต่ออัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาวด้วย โดย Startup อาจก่อตั้งจากบุคคล กลุ่มผู้ประกอบการหรือการขยายตัวของบริษัทในหลากหลายประเภท และรูปแบบของการเกิดขึ้นที่แตกต่างกันนี้นำไปสู่โจทย์วิจัยบนพื้นฐานของกรอบแนวคิดเรื่อง ฐานทรัพยากรและความสามารถขององค์กร เพื่อค้นหาระดับของความสามารถในการจัดสรรทรัพยากรที่ส่งผลต่อการอยู่รอดและการเติบโตของ Startup รูปแบบต่าง ๆ แนวคิดดังกล่าวต้องการการพัฒนาและพิสูจน์ด้วยหลักฐานเชิงประจักษ์ต่อไปในอนาคต

สุพเนตร แสนเสนา และคณะ (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของสตาร์ทอัพ Startup เป็นแนวคิดธุรกิจแบบใหม่ที่สอดคล้องกับยุคของไทยแลนด์ 4.0 เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นและเติบโตอย่างรวดเร็วแต่การที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จนั้นต้องมีปัจจัยหลาย ๆ ด้าน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จมีอยู่หลัก ๆ 5 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้านจังหวะเวลา ปัจจัยด้าน ทีมงาน ปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ ๆ ปัจจัยด้านแผนธุรกิจและปัจจัยด้านเงินทุน ซึ่งปัจจัยแต่ละด้านขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพว่าจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านไหนเป็นอันดับแรก ดังนั้นธุรกิจสตาร์ทอัพ จะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องมีหนึ่งใน 5 ปัจจัยนี้เป็นหลัก อย่างไรก็ตามธุรกิจสตาร์ทอัพที่จะประสบความสำเร็จได้คือ ธุรกิจต้องสามารถตอบโจทย์และแก้ปัญหาได้ตามความต้องการของผู้บริโภคได้

ธุรกิจ มหาธีรานนท์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพรีไฟแนนซ์แห่งหนึ่ง เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาปัจจัยธุรกิจสตาร์ทอัพที่เหมาะสมกับธุรกิจในรีไฟแนนซ์ในประเทศไทยเพื่อให้ประสบความสำเร็จ โดยศึกษาจากปัญหาและอุปสรรคเพื่อนำผลการศึกษานั้นมาลดความผิดพลาด รวมถึงความล้มเหลว โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบท ปัญหาของธุรกิจในรีไฟแนนซ์ในประเทศไทย และศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ ด้วยกระบวนวิธีการวิจัยเชิงเอกสาร ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ

มี 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความสามารถในการบริการ ปัจจัยด้านคุณภาพ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ และปัจจัยด้านรูปแบบการตลาด โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความสามารถในการบริการ ซึ่งอาจเป็นเพราะปัจจุบันผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลาย สามารถเลือกใช้บริการที่ตรงใจตนเองได้ และยังไม่มีธุรกิจใดที่สามารถช่วยให้เรื่องการเงินหรือการรีไฟแนนซ์เป็นเรื่องง่ายได้เท่ากับธุรกิจสตาร์อัพรีไฟแนนซ์ดังกล่าว

วรัญญา สิทธิสมเรือง (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจสตาร์ทอัพ กรณีศึกษาธุรกิจจองช่วงเวลาล้างรถแบบมีส่วนลดออนไลน์ งานวิจัยชิ้นจึงมุ่งเน้นการศึกษาแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพ จองช่วงเวลาล้างรถแบบมีส่วนลดออนไลน์ โดยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ทำการศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ของธุรกิจสตาร์ทอัพรูปแบบ Sharing Unused Resources ที่ประสบความสำเร็จ 3 ราย ได้แก่ Airbnb, Uber และ Eatigo จากนั้นนำมาวิเคราะห์ ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ใช้บริการร้านล้างรถในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 20 ราย และร้านล้างรถในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 6 ราย โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) และการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Induction) เพื่อสรุปเป็นข้อเสนอแนะแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจสตาร์ทอัพจองช่วงเวลาล้างรถแบบมีส่วนลดออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพในรูปแบบ Sharing Unused Resources ที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีสถานการณ์ที่สร้างประโยชน์ให้กับทุกฝ่าย (Win-Win Situation) และมีแนวทางกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดึงดูดผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการให้เข้าร่วมแพลตฟอร์มในจำนวนมากเพียงพอเพื่อสร้างวัฏจักรการเติบโตของธุรกิจ (Virtuous Cycle) ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ต้องคำนึงถึงทั้งทางฝั่งผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

Kobayashi (2020) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยของอัตราธุรกิจสตาร์ทอัพในญี่ปุ่น บริบทร่วมสมัยและประวัติศาสตร์ ผลการศึกษา พบว่า อิทธิพลของลักษณะทางประวัติศาสตร์ในภูมิภาคนอกเหนือจากปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจร่วมสมัย สำหรับโครงสร้างอุตสาหกรรมภูมิภาคที่อัตราส่วนของภาคบริการค่อนข้างสูงมีแนวโน้มที่จะมีอัตราธุรกิจสตาร์ทอัพที่สูงเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมการจ้างงาน การว่างงานมีแนวโน้มที่จะส่งเสริมธุรกิจสตาร์ทอัพ นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่อัตราธุรกิจสตาร์ทอัพจะเพิ่มขึ้นตามสัดส่วนของชาวต่างชาติที่สูง แต่สัดส่วนของบุคลากรที่มีการศึกษาสูงค่อนข้างไม่มีผลเกี่ยวกับอิทธิพลของลักษณะประวัติศาสตร์ที่มีต่อพฤติกรรมธุรกิจสตาร์ทอัพนั้น มีการรับรู้ทิศทางที่ขัดแย้งกันสองทิศทาง ในภูมิภาคที่เน้นเรื่องการผลิตข้าวพฤติกรรมธุรกิจสตาร์ทอัพได้ถูกระงับในอดีต ในทางตรงกันข้ามในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมามีแนวโน้มที่จะส่งเสริมธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่ที่มีอัตราส่วนของการปลูกข้าวสูง ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของนโยบายเกษตรเช่นแรงจูงใจให้บริษัทเข้าสู่การเกษตรและสนับสนุนการแปลงจากเกษตรกรรายบุคคล เพื่อการจัดการองค์กร

Husain, G., Hamdan, A., Al-Sartawi, A., & Al Dhaen, E (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อสตาร์ทอัพ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการได้กลายเป็นปัจจัยหนึ่งในกองกำลังทางเศรษฐกิจที่น่าเกรงขามที่สุดที่สร้างโลกของสตาร์ทอัพสำหรับทศวรรษที่ผ่านมา ดังนั้นรัฐบาล

หลายประเทศจึงให้ทุนสนับสนุนการสร้างโปรแกรมการเป็นผู้ประกอบการและหลักสูตรปริญญา สิ่งนี้ได้ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของการศึกษาผู้ประกอบการเนื่องจากเป็นประตูสำคัญที่บัณฑิตจะเข้าสู่กระแสหลักทางเศรษฐกิจซึ่งได้รับแรงหนุนจากคำมั่นสัญญาของผู้ประกอบการในฐานะเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการฟื้นฟูเศรษฐกิจและการเจริญเติบโต

Naldi, Baù, Ahl & Markowska (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความเสมอภาคทางเพศในครอบครัวและธุรกิจสตาร์ทอัพในหมู่มารดา ผลการศึกษา พบว่า การใช้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจทั้งหมดที่เริ่มต้นโดยแม่ของเด็กเล็กในสวีเดนระหว่างปี 2000 และ 2014 ผู้วิจัยสำรวจว่าปัจจัยใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในหมู่มารดา ผู้วิจัยพบว่าการว่างงานหรือการเป็นผู้ย้ายถิ่นฐานนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเริ่มธุรกิจในหมู่มารดา อย่างไรก็ตามการค้นพบของผู้วิจัยแสดงให้เห็นว่าสิ่งที่สำคัญยิ่งกว่าคือการแยกทางกันของผู้เป็นพ่อและแม่ การค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่าในบริบทของสถาบัน เช่น สวีเดน ความไม่เท่าเทียมทางเพศไม่ได้เป็นลักษณะถาวรของครัวเรือนส่วนใหญ่ และผู้หญิงสามารถเลือกอาชีพได้โดยการเจรจากับพันธมิตรที่จะใช้ประโยชน์จากผู้ปกครองที่เสนอโดยรัฐบาล

Nordina, Normanb, Zainic, Hamdand & Yunuse (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมออนไลน์ของการฝึกอบรมธุรกิจสตาร์ทอัพเพื่อธุรกิจชุมชนผ่าน MOOCS ผลการศึกษา พบว่า ศตวรรษที่ 21 ได้เห็นธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ เช่น Facebook และ Uber กระนั้นก็ตามตามที่องค์การยูเนสโกระบุชุมชนถูกกีดกันทางสังคมอันเนื่องมาจากความไม่เสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นช่องว่างรายได้ขนาดใหญ่ของธุรกิจสตาร์ทอัพ การศึกษาและการฝึกอบรมด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพ หลักสูตรออนไลน์ขนาดใหญ่ที่เปิดกว้างอย่าง (MOOCs) อาจถูกใช้เพื่อช่วยให้สามารถเข้าถึงความรู้เกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยใช้การสร้างแบบจำลอง โครงสร้างการตีความเข้าใกล้ ซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่สุดของธุรกิจสตาร์ทอัพ คือชุมชนชายขอบที่พวกเขาสามารถสร้างเครือข่ายธุรกิจและสังคมที่สามารถช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจในประเทศให้ขับเคลื่อนต่อไปได้

Sozen & O'Neill (2018) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสำรวจแรงจูงใจผลักดันธุรกิจสตาร์ทอัพในอุตสาหกรรมการผลิตเบียร์ของสหรัฐอเมริกา ผลการศึกษา พบว่า มี 5 ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดกิจกรรมผู้ประกอบการในการผลิตเบียร์ การลดภาษีและผลประโยชน์ทางอ้อม ความต้องการการอนุมัติการพัฒนาส่วนบุคคล ข้อพิจารณาด้านสวัสดิการและชุมชน และความต้องการอิสระ เนื่องจากการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการยังคงเป็นกระดูกสันหลังของการพัฒนาเศรษฐกิจและวัตถุประสงค์นโยบายร่วมกันของรัฐบาลท้องถิ่นการทำความเข้าใจแรงจูงใจทางธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถรองรับการเติบโตของภาคเครื่องดื่ม ผลลัพธ์เหล่านี้ขนานไปกับการวิจัยธุรกิจก่อนหน้าในการขับเคลื่อนของบริษัทธุรกิจสตาร์ทอัพ

Angerer, Brem, Kraus & Peter (2017) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการระดมทุนสตาร์ทอัพผ่านการระดมทุนในประเทศเยอรมนี การวิเคราะห์เชิงคุณภาพของปัจจัยความสำเร็จ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ 1 คือ โอกาส ซึ่งการที่ชาวเยอรมันเลือกระดมลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพ เนื่องจากมีการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมธุรกิจดังกล่าวที่ประเทศเยอรมันอยู่หลายแห่ง และปัจจัยที่ 2 คือ ความคาดหวังทางการตลาด ซึ่งในแต่ละกิจกรรมดังกล่าวจะมีการให้กำลังใจแก่ผู้ที่ต้องการระดมทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพเพื่อให้เกิดการคาดหวังและมั่นใจในธุรกิจของตน

Lado-Sestayo, R., Vivel-Búa, M., & Otero-González, L (2017) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคนขับรถและอุปสรรคในการเข้าสู่โรงแรมที่เพิ่งเริ่มใช้สตาร์ทอัพ ผลการศึกษา พบว่า ผลกระทบของลักษณะของสถานที่ที่มีต่อการสร้างโรงแรมโดยการระบุคนขับและอุปสรรคในการเข้าสู่กลุ่มโรงแรมในสเปน วิธีการจะขึ้นอยู่กับการใช้แบบจำลองการนับประสิทธิภาพของแรงงานในสถานที่ท่องเที่ยวคือตัวขับเคลื่อนของโรงแรมที่เพิ่งเริ่มใช้สตาร์ทอัพ แต่การลงทุนเริ่มต้นและความสามารถในการใช้งานไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการเข้ามาเกี่ยวกับการมีอยู่ของปัจจัยภายนอกผลกระทบของผู้ครอบครองตลาดที่มีต่อการเริ่มธุรกิจโรงแรมใหม่นั้นขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและอายุเฉลี่ยในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว

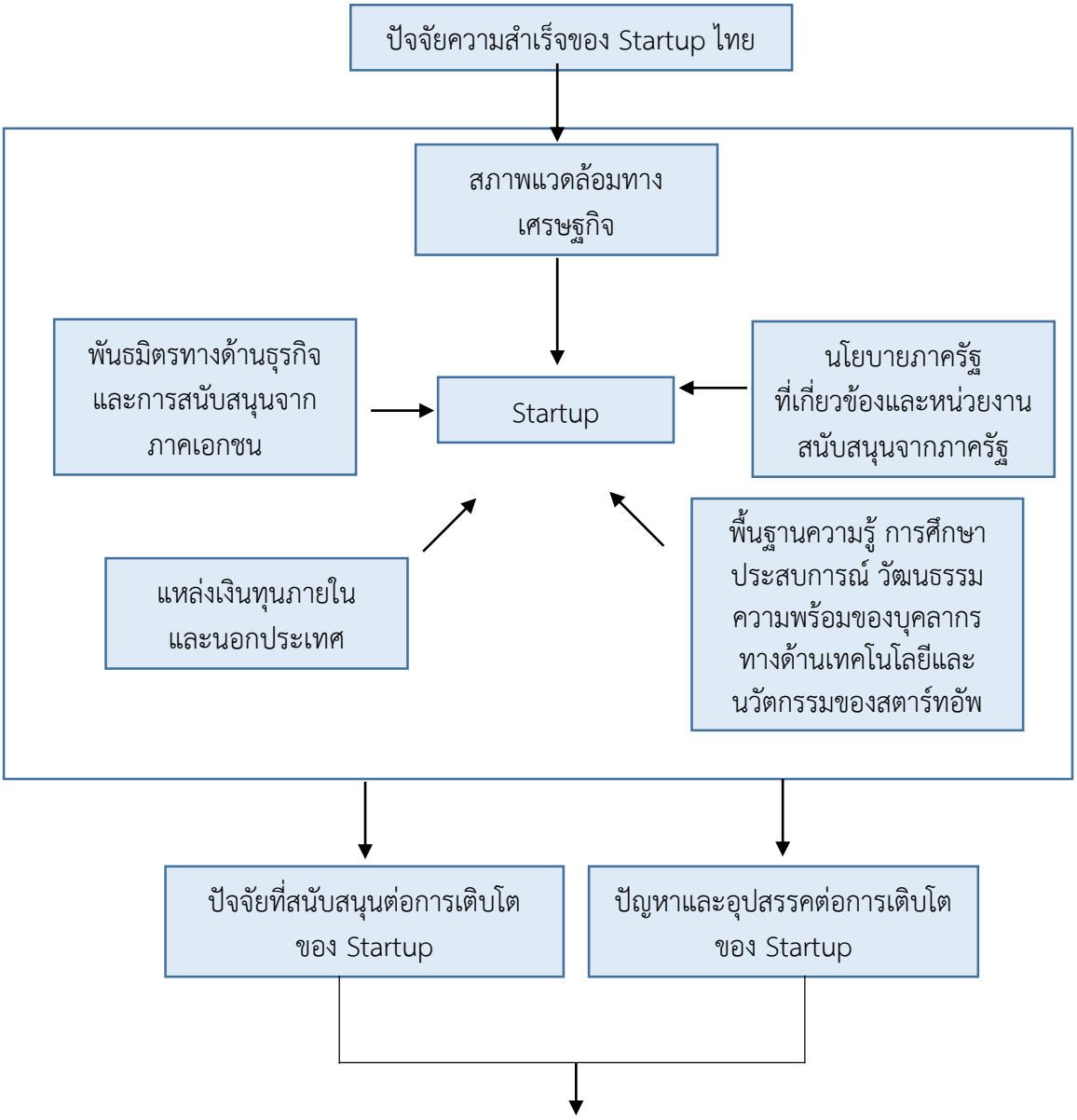
Lim, S. Y., & Anderson, E. G (2016) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของสถาบันต่อการกระจายนวัตกรรม จากมุมมองของสตาร์ทอัพด้านสุขภาพดิจิทัล ผลการศึกษา พบว่า การเติบโตของตลาดแอพพลิเคชั่นสำหรับอุตสาหกรรมต่าง ๆ นั้นเติบโตอย่างรวดเร็ว CEO ยืนยันว่าเมื่อเทียบกับการลงทุนก่อนหน้านี้ การค้นพบเบื้องต้นที่สำคัญ คือ ผลกระทบที่ไม่สมดุลของแรงกดดันด้านกฎระเบียบ แม้ว่าผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพจะเป็นไปตามข้อกำหนดด้านกฎระเบียบ แต่ผู้ให้บริการด้านการแพทย์ก็ลังเล อุปสรรคสุดท้ายคือความจำเป็นในการซื้อแบบสหสาขาวิชาชีพจากผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ รวมถึงผู้จ่ายเงินและผู้ขาย

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสตาร์ทอัพทั้งในและต่างประเทศ ประกอบกับการศึกษาระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับสตาร์ทอัพ โดยเฉพาะจากภาครัฐ พบว่า ปัจจัยความสำเร็จหรือล้มเหลวของสตาร์ทอัพมาจากหลากหลายองค์ประกอบ ทั้งจากตัวสตาร์อัพเองและบุคคลหรือหน่วยงานภาครัฐและหรือเอกชน ตลอดจนนักลงทุนและสภาวะแวดล้อมของการประกอบธุรกิจ พฤติกรรมของผู้บริโภค รูปแบบของการทำธุรกิจ นวัตกรรม เป็นต้น ดังนั้นกรอบแนวคิดของการวิจัยในครั้งนี้ จึงจัดหมวดหมู่ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์อัพไทย ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ
2. นโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานสนับสนุนจากภาครัฐ
3. พันธมิตรทางด้านธุรกิจ และการสนับสนุนจากภาคเอกชน
4. แหล่งเงินทุนสนับสนุนจากนักลงทุน ทั้งในและต่างประเทศ
5. คุณสมบัติความรู้ ความสามารถ บุคลากร เทคโนโลยี และนวัตกรรมของสตาร์ทอัพ

แผนภาพที่ 2-3 กรอบแนวคิดของการวิจัย



ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย, 2563.

บทที่ 3
วิเคราะห์สถานภาพระบบนิเวศธุรกิจสตาร์ทอัพ และปัจจัยดำเนินธุรกิจ

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาเกี่ยวกับ “ปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาสถานภาพระบบนิเวศของสตาร์ทอัพในประเทศไทย รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ 2. เพื่อศึกษาปัจจัย ซึ่งส่งผลต่อการยกระดับความสามารถ (ปัจจัยบวก) และการลดทอนความสามารถ (ปัจจัยลบ) ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในไทย 3. เสนอแนะแนวทางสะท้อนมุมมองในการแก้ไขปัญหา และส่งเสริมธุรกิจสตาร์ทอัพของประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมากำหนดเป็นคำถามในการวิจัย จากนั้นได้สัมภาษณ์โดยสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลที่มีบทบาทสำคัญในระบบนิเวศสตาร์ทอัพไทย นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เขียนสรุปและนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ในแต่ละประเด็นตามกรอบแนวคิดของการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งได้ตามนี้

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาและประกอบการอธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยผู้วิจัยได้ศึกษาจากบทความ สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและงานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้ในแง่มุมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. ภาคธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยกลุ่มเป้าหมายมีทั้งสตาร์ทอัพระยะแรกเริ่มธุรกิจ (Seed Stage Startup) และสตาร์ทอัพระยะเติบโต (Growth Stage Startup) เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมจากสตาร์ทอัพที่หลากหลายระดับขั้นธุรกิจ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำแนกได้ ดังนี้

1.1 สตาร์ทอัพระยะแรกเริ่มธุรกิจ (Seed Stage Startup)

1.1.1 คุณธันยธร เพ็ญบำรุงวงศ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท เก็ต สนีก จำกัด (Get Sneak) สตาร์ทอัพพัฒนาแพลตฟอร์มวางแผนการท่องเที่ยวด้วยรูปภาพเพื่อให้การวางแผนท่องเที่ยวง่ายที่สุด

1.1.2 คุณอินทัช มาศวงษ์ปกรณ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท เวีย กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด สตาร์ทอัพพัฒนาแอปพลิเคชันเวียบัส (Via Bus) เพื่อดูตำแหน่งรถประจำทางแบบเรียลไทม์

1.2 สตาร์ทอัพระยะเติบโต (Growth Stage Startup)

1.2.1 คุณสิรสิทธิ์ สุริยพัฒนพงศ์ ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ช็อคโก้ คาร์ด เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (Choco CRM) สตาร์ทอัพพัฒนาระบบบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM Loyalty Platform) สำหรับกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs)

1.2.2 คุณภัทรพร โพธิ์สุวรรณ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท อีเว้นท์ ป็อป โฮลดิ้งส์ พีทีอี ลิมิเต็ด (Event Pop) ผู้พัฒนาแพลตฟอร์มจัดการงานอีเว้นท์ (End-to-End Event Management Platform) ด้วยการใช้เทคโนโลยีการจัดการที่ครบวงจรตั้งแต่การขายบัตรออนไลน์ การดูแลบริหารการตลาด การลงทะเบียนเข้างานรวมถึงระบบการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

2. ภาครัฐ มีบทบาทในการกำกับดูแล พิจารณากฎหมาย กฎระเบียบและประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานเพื่อสนับสนุนระบบนิเวศสตาร์ทอัพให้เติบโต โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นหน่วยงานรัฐที่ทำงานใกล้ชิดกับสตาร์ทอัพ โดยสัมภาษณ์ตัวแทนจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Depa) ดังนี้

2.1 ดร.ชินาวุธ ชินะประยูร ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ด้านเศรษฐกิจดิจิทัล

2.2 ดร.วาริน รัชนานุสรณ์ ผู้อำนวยการสถาบันส่งเสริมวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้น

3. ภาคนักลงทุน มีบทบาทให้เงินทุนสนับสนุนแก่สตาร์ทอัพทั้งในช่วงเริ่มต้นในการพัฒนาธุรกิจและในช่วงขยายตลาดต่อไป โดยสัมภาษณ์ตัวแทนที่มีประสบการณ์ด้านการลงทุนในสตาร์ทอัพ ดังนี้

3.1 คุณพลภัทร อัครปรีดี อดีตกรรมการผู้จัดการ หน่วยงานทุนองค์กร บริษัท ดิจิทัล เวนเจอร์ส จำกัด (Digital Ventures)

3.2 คุณณิชาภัทร อัครปรีดี ตัวแทนประจำประเทศไทย โอเพ่นสเปซ เวนเจอร์ (Openspace Ventures)

3.3 คุณกัมปนาท วิมลโนท หัวหน้าด้านการลงทุน กรุงศรี ฟินโนเวต (Krungsri Finnovate)

4. ภาคสื่อมีเดีย มีบทบาทสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ให้กับสตาร์ทอัพไทยในระบบนิเวศเพื่อแสดงถึงศักยภาพของสตาร์ทอัพไทยให้กับนักลงทุนทั้งในและนอกประเทศ โดยสัมภาษณ์คุณอรนุช เลิศสุวรรณกิจ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท เทคซอส มีเดีย จำกัด (Techsauce)

5. ภาคหน่วยงานสนับสนุนสตาร์ทอัพ โดยสัมภาษณ์คุณอมฤต เจริญพันธ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ฮับบา จำกัด (Hubba)

แผนภาพที่ 3-1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์งานวิจัย

ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย, 2563.

โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องอยู่ในระบบนิเวศสตาร์ทอัพไทย โดยมีจุดมุ่งหมายต้องการสนับสนุนระบบนิเวศสตาร์ทอัพไทยให้เติบโตแข็งแกร่งเพื่อแข่งขันกับผู้เล่นต่างประเทศได้

2. เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสตาร์ทอัพเป็นอย่างดี มีการทำงานใกล้ชิดกับสตาร์ทอัพและรู้ถึงปัญหาอุปสรรคที่สตาร์ทอัพไทยเผชิญอยู่

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

1. การกำหนดประเด็นคำถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผู้วิจัยใช้ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด ไม่มีการกำหนดหรือเรียงลำดับหัวข้อคำถาม การสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ 2 แบบ 1) การสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์มีความเป็นอิสระที่จะเล่าเรื่องต่าง ๆ ในบทบาทหน้าที่ในระบบนิเวศสตาร์ทอัพไทยในแต่ละภาคส่วน ข้อมูลพื้นฐานด้านการศึกษา ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับด้านสตาร์ทอัพ แรงบันดาลใจในการปฏิบัติงาน รูปแบบขั้นตอนในการทำงานและความสำเร็จที่ผ่านมา 2) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นการสัมภาษณ์เจาะจงในเรื่องที่เป็นจุดสนใจของผู้วิจัย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเรื่องความท้าทายในแต่ละด้านที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้มีประสบการณ์ในการทำงานด้านสตาร์ทอัพ

2. ใช้การจดบันทึกโดยละเอียดภายหลังจากที่ได้จากการสนทนา การสัมภาษณ์ การตั้งสมมติฐานชั่วคราวจากการวิเคราะห์ข้อมูล ช่วยให้สามารถเรียบเรียงความคิดในการวางแผน

งานต่อไป นอกจากนี้ยังช่วยให้สรุปข้อมูลได้เป็นระยะ ๆ อีกด้วย ส่วนใหญ่การสังเกตจะทำไปควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์ โดยมีผู้สัมภาษณ์และผู้จดบันทึกแยกจากกันทำให้การสนทนาเป็นไปอย่างธรรมชาติ

3. ขั้นตอนการดำเนินงาน มีขั้นตอนการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างเครื่องมือและคำถามสัมภาษณ์ โดยนำแนวทางจากประสบการณ์ซึ่งผู้วิจัยได้มาจากการเป็นผู้เชี่ยวชาญการทำงานในสายงานด้านสตาร์ทอัพมาสร้างเป็นข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์

ขั้นตอนที่ 2 สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ตามแนวทางและประเด็นซึ่งกำหนดไว้เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาจัดเป็นกลุ่มหมวดหมู่เพื่อใช้การวิเคราะห์สรุปเนื้อหาและการจัดกลุ่มข้อมูล

ตารางที่ 3-1 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

ประวัติพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	พื้นฐานการศึกษา สภาพแวดล้อมของครอบครัว
	ประวัติการทำงาน ลักษณะธุรกิจที่ประกอบ
	บทบาทของท่านในระบบนิเวศสตาร์ทอัพไทย
สถานการณ์ระบบนิเวศสตาร์ทอัพในประเทศไทยในปัจจุบัน	ท่านคิดว่าระบบนิเวศสตาร์ทอัพในประเทศไทยปัจจุบันเป็นอย่างไร เมื่อเทียบกับต่างประเทศมีความแตกต่างกันอย่างไร
	ท่านคิดว่าสถานการณ์สตาร์ทอัพไทยในแต่ละขั้นธุรกิจ (Stage) ในปัจจุบันเป็นอย่างไร
	ท่านคิดว่าปัจจัยใดเป็นอุปสรรคปัญหาในการทำสตาร์ทอัพในประเทศไทย
	ท่านคิดว่าเหตุใดประเทศไทยจึงยังไม่มีสตาร์ทอัพระดับยูนิคอร์น
	ท่านคิดว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมหรือธุรกิจด้านใดที่สตาร์ทอัพไทยความมุ่งเน้นเป็นพิเศษ
	ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่สนันสนุนให้สตาร์ทอัพไทยประสบความสำเร็จ
พื้นฐานของผู้ก่อตั้งสตาร์ทอัพ	ท่านคิดว่าการศึกษาและประสบการณ์ทำงานของผู้ก่อตั้งมีผลอย่างไรต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพไทย
	ท่านคิดว่าสตาร์ทอัพไทยควรมีกรอบแนวคิดทัศนคติ (Mind Set) ที่แข็งแรงในด้านใดเพื่อส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ
	ท่านคิดว่าความหลากหลายในองค์กรทั้งในแง่เชื้อชาติและทักษะการทำงานมีผลอย่างไรต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพไทย
การระดมทุนของสตาร์ทอัพ	ท่านคิดว่าการระดมทุนของสตาร์ทอัพไทยผ่าน VC หรือ CVC มีอุปสรรคปัญหาด้านใดอย่างไร
	ท่านคิดว่าสตาร์ทอัพไทยต้องเตรียมตัวอย่างไรเพื่อให้การระดมทุน

	ประสบความสำเร็จในแต่ละระดับขั้น (Stage)

ตารางที่ 3-1 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ (ต่อ)

การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ	ท่านคิดว่าการสนับสนุนจากภาครัฐ ในด้านนโยบาย กฎเกณฑ์ ข้อบังคับต่าง ๆ ในการสนับสนุนสตาร์ทอัพไทยเป็นอย่างไร
	ท่านคิดว่าภาครัฐควรผลักดันสนับสนุนสตาร์ทอัพไทย หรือสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยในด้านใดที่จะสามารถยกระดับสตาร์ทอัพไทยให้ไปถึงระดับยูนิคอร์นได้

ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย, 2563.

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากบทความ วารสารวิชาการ สืบค้นข้อมูลจากอินเตอร์เน็ตและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในแง่มุมต่าง ๆ

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (In-depth Interview)

2.1 ผู้วิจัยได้กำหนดวัน เวลา และสถานที่สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

2.2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการจดบันทึกการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

2.3 ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญแล้วนำมาวิเคราะห์ พร้อมทั้งแยกแยะจับประเด็นอีกทั้งตัดข้อมูลไม่เกี่ยวข้องกับการวิจัยออกไป เพื่อให้ข้อมูลนั้นเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563 โดยมีตารางแผนปฏิบัติการวิจัยไว้ ดังนี้

ตารางที่ 3-2 แผนปฏิบัติการศึกษาวิจัย

ที่	กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินงาน					
		ม.ค. 63	ก.พ. 63	มี.ค. 63	เม.ย. 63	พ.ค. 63	มิ.ย. 63
1.	ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	→					
2.	เริ่มเขียนเค้าโครงวิจัยและรวบรวมความสำคัญของปัญหา	→	→				
3.	ปรับปรุงงานวิจัย		→				
4.	สร้างเครื่องมือ		→				
5.	ลงภาคสนามทำการสังเกตและสัมภาษณ์			→	→		
6.	วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลวิจัยและจัดทำเล่มเอกสาร				→	→	→

ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย, 2563.

การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลวิธีการเชิงคุณภาพ โดยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแบบบรรยายและพรรณนา (Descriptive Research) สำหรับเครื่องมือเก็บข้อมูลใช้แนวคำถาม ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเอกสารและภาคการสัมภาษณ์ได้เพียงพอต่อการศึกษาตามวัตถุประสงค์บ้างแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้น โดยนำมาจัดหมวดหมู่ให้เป็นระเบียบตามเค้าโครงเรื่อง แล้วสรุปออกมาเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และหาข้อมูลเพิ่มเติมต่อไป

หลังจากนั้นมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์ โดยการสัมภาษณ์ซ้ำในบางประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ข้อมูลมากขึ้น และทำการวิเคราะห์ข้อมูลอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริงมากขึ้น

บทที่ 4
ปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย” ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่เป็นตัวแทนภาคธุรกิจสตาร์ทอัพ ภาครัฐ ภาคนักลงทุน ภาคสื่อมีเดีย และภาคหน่วยงานสนับสนุนสตาร์ทอัพ ได้รวบรวมและวิเคราะห์ ปัจจัยที่ส่งผลทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพไทย ซึ่งงานวิจัยนี้ขอแบ่งการนำเสนอข้อมูลตามกรอบแนวคิดของการวิจัย จำแนกได้ดังนี้

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

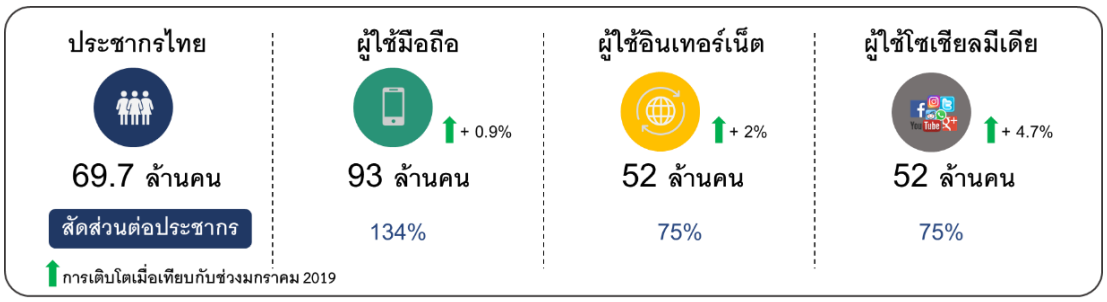
ความสำเร็จของสตาร์ทอัพไทยขึ้นอยู่กับปัจจัยมหภาคหลายปัจจัยที่ช่วยขับเคลื่อนให้ระบบนิเวศสตาร์ทอัพไทยเติบโต เช่น ความพร้อมทางด้านพื้นฐานโทรคมนาคมของประเทศ การเปิดรับเทคโนโลยีของประชากร การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชากรไทย พฤติกรรมผู้บริโภคทางด้านดิจิทัล เป็นต้น ทำให้สตาร์ทอัพไทยสามารถนำเสนอสินค้าหรือบริการในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันให้แก่ผู้บริโภคซึ่งก่อให้เกิดคุณค่าในระบบเศรษฐกิจในทุกภาคส่วน สตาร์ทอัพไทยในระบบนิเวศจึงมีความหลากหลายทางอุตสาหกรรม อาทิเช่น ด้านการเงิน (FinTech) ด้านการแพทย์ (HealthTech) ด้านท่องเที่ยว (TravelTech) ด้านการเกษตร (AgriTech) ด้านการศึกษา (EdTech) ด้านอสังหาริมทรัพย์ (PropTech) ด้านบริการธุรกิจ (Business Services) ด้านไลฟ์สไตล์และบันเทิง (Lifestyle and Entertainment) เป็นต้น จากการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญนั้น สามารถสรุปปัจจัยบวกและปัจจัยลบทางด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจได้ ดังนี้

1. ปัจจัยเชิงบวกทางด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

1.1 พื้นฐานทางด้านโทรคมนาคมและพฤติกรรมผู้บริโภคทางด้านดิจิทัลของประชากรไทย

พื้นฐานทางด้านโทรคมนาคมและพฤติกรรมผู้บริโภคทางด้านดิจิทัลของประชากรไทยช่วยส่งเสริมพฤติกรรมผู้บริโภคให้ใช้บริการดิจิทัลต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย ซึ่งเป็นปัจจัยเร่งการพัฒนาออกผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพไทยออกสู่ตลาดและเกิดการใช้งานอย่างกว้างขวาง จากรายงาน Digital Thailand 2020 โดย We are Social และ Hootsuite พบว่าประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2019 มีจำนวนผู้ใช้งาน 52 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วน 75% ต่อประชากรไทย มีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ 134% ของต่อสัดส่วนประชากรไทย และมีผู้ใช้โซเชียลมีเดียมากถึง 52 ล้านคน ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคทางดิจิทัลในเชิงบวกนี้จะช่วยให้ผู้บริโภคเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ช่วยส่งเสริมการใช้งานผลิตภัณฑ์สตาร์ทอัพไทยในตลาดได้

แผนภาพที่ 4-1 การเติบโตของพฤติกรรมการใช้งานดิจิทัลของประชากรไทย

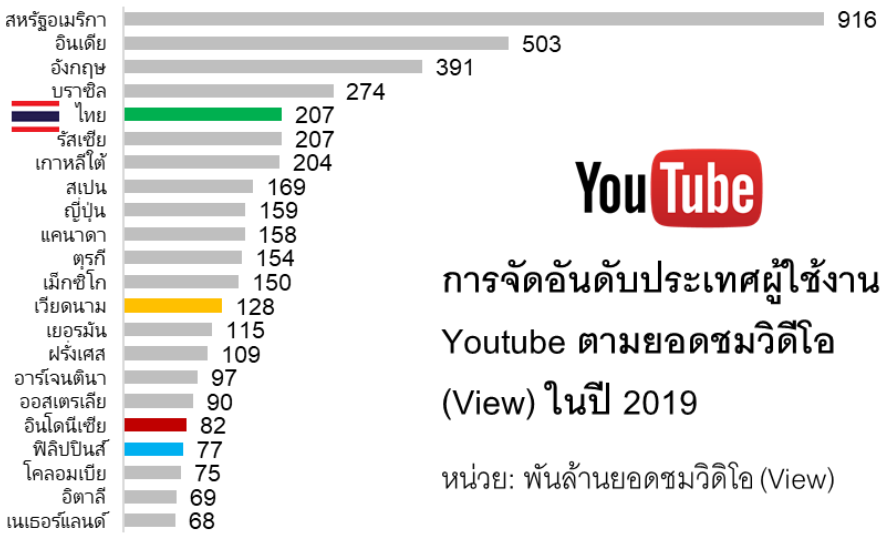


ที่มา : รายงาน We are Social & Hootsuite, 2020.

1.2 การเปิดรับและปรับใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ๆ ของประชากรไทย

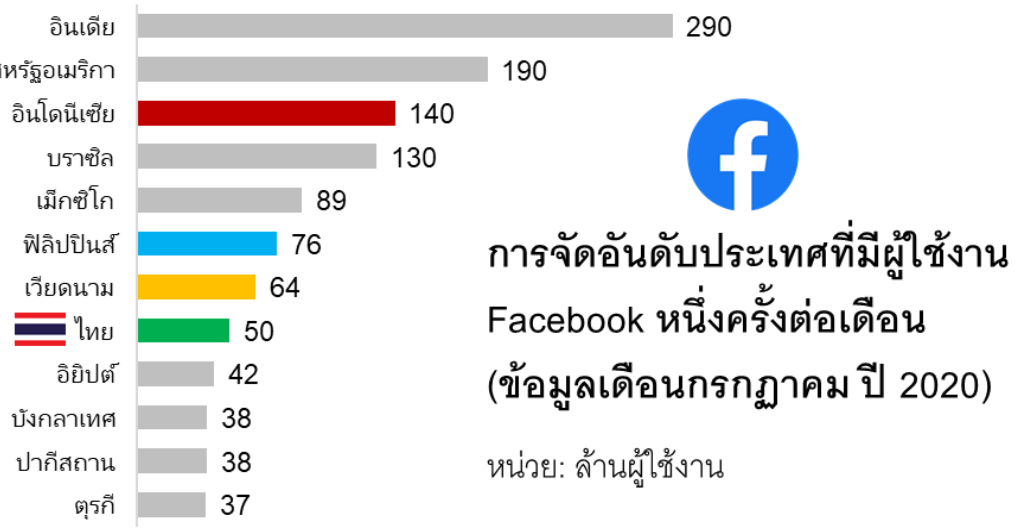
จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้เห็นตรงกันว่า คนไทยมีการเปิดรับและปรับใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ๆ (Technology Adoption) ในชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี ทั้งด้านการบันเทิง การสื่อสาร โดยเฉพาะการใช้งานโซเชียลมีเดียและอินเทอร์เน็ตของคนไทยที่นิยมใช้งานกันอย่างมาก เช่น YouTube และ Facebook เป็นต้น

แผนภาพที่ 4-2 การจัดอันดับประเทศผู้ใช้งาน YouTube ตามยอดชมวิดีโอ (View) ในปี 2019



ที่มา : Statista และ ChannelMeter, 2019.

แผนภาพที่ 4-3 การจัดอันดับประเทศที่มีผู้ใช้งาน Facebook หนึ่งครั้งต่อเดือน



ที่มา : Statista และ ChannelMeter, 2020.

2. ปัจจัยเชิงลบทางด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

2.1 ข้อจำกัดของการใช้บริการสตาร์ทอัพในอุตสาหกรรมที่กฎเกณฑ์หรือกฎหมายยังเป็นอุปสรรคต่อสตาร์ทอัพ เช่น ธุรกิจด้านการธนาคาร ธุรกิจด้านการแพทย์

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า โครงสร้างของบางอุตสาหกรรมยังขาดความพร้อมหรือมีปัจจัยที่ยังไม่สนับสนุนกิจการสตาร์ทอัพให้เติบโตได้ เช่น ภาคการเงิน (FinTech) ที่ธนาคารขนาดใหญ่มีการปรับตัวอย่างรวดเร็วตลอดเวลา ทำให้ผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพเป็นเพียงส่วนเสริมผลิตภัณฑ์หลักของธนาคาร อีกทั้งธนาคารส่วนมากมักจะพัฒนาผลิตภัณฑ์เอง สำหรับด้านการเกษตร (AgriTech) พบว่าผู้ประกอบการสตาร์ทอัพส่วนหนึ่งเริ่มมีแนวคิดทำธุรกิจตั้งแต่ขณะเรียนขั้นมหาวิทยาลัย โดยปัจจุบันจะเห็นสตาร์ทอัพที่พัฒนาเทคโนโลยีระดับสูงที่ผ่านการวิจัย (Deep Technology) ในด้านการเกษตรมากขึ้น แต่เมื่อจบการศึกษาแล้วเริ่มทำธุรกิจนั้นผู้ก่อตั้งธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ยังไม่มีประสบการณ์ด้านบริหารจัดการทางธุรกิจ ส่วนในด้านการแพทย์ (HealthTech) นั้น นักลงทุนต้องแบกรับความเสี่ยงที่ค่อนข้างสูงด้านกฎหมายหรือกฎเกณฑ์ต่าง ๆ จึงทำให้สตาร์ทอัพด้านนี้ได้รับการลงทุนค่อนข้างยาก เป็นต้น

2.2 ตลาดในประเทศไทยยังคงมีขนาดเล็กสำหรับสตาร์ทอัพ ส่งผลให้การเติบโตของผลการดำเนินงาน (Traction) ของสตาร์ทอัพยังไม่ดึงดูดนักลงทุน

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นตรงกันว่า สตาร์ทอัพไทยส่วนใหญ่ไม่สามารถขยายไปต่างประเทศ เน้นทำธุรกิจแค่ในตลาดประเทศไทยซึ่งเป็นตลาดที่ค่อนข้างเล็ก ส่งผลให้ผลการดำเนินงาน (Traction) ของสตาร์ทอัพไม่ดึงดูดนักลงทุนเท่าที่ควร โดยสตาร์ทอัพไทยส่วนมากทำธุรกิจแบบขายสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคโดยตรง (B2C) ซึ่งมีหลายปัจจัยที่ทำให้ Traction ไม่เติบโต เช่น การตอบรับของพฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการของตลาด กฎหมายที่รองรับ เป็นต้น สำหรับสตาร์ทอัพ

ที่ทำธุรกิจแบบขายสินค้าหรือบริการให้กับหน่วยธุรกิจ (B2B) นั้นพบว่าการนำเสนอโซลูชันของสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ยังไม่ตอบโจทย์องค์กรใหญ่ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลถึง Traction ของสตาร์ทอัพ หากสตาร์ทอัพมี Traction ที่น่าดึงดูดจะแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของบริษัท ส่งผลให้การขอเงินระดมจากนักลงทุนได้ง่ายขึ้น

นโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานสนับสนุนจากภาครัฐ

ภาครัฐมีบทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแล พิจารณากฎหมาย กฎระเบียบและประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานเพื่อสนับสนุนระบบนิเวศสตาร์ทอัพให้เติบโต นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่ทำงานใกล้ชิดกับสตาร์ทอัพอย่างสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Depa) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) ที่คอยให้คำปรึกษา จัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้และให้เงินทุนสตาร์ทอัพเพื่อพัฒนาต่อยอดธุรกิจ จากการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญนั้นสามารถสรุปปัจจัยบวกและปัจจัยลบทางด้านนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานสนับสนุนจากภาครัฐได้ ดังนี้

1. ปัจจัยเชิงบวกทางด้านนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานสนับสนุนจากภาครัฐ

1.1 นโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของสตาร์ทอัพ

ภาครัฐมีการสนับสนุนสตาร์ทอัพตามนโยบาย Thailand 4.0 ปรับเปลี่ยนจากระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพไปสู่ระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม มีการส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ที่มีศักยภาพสูง (High Potential Startups) โดยมีมาตรการรสร้างระบบนิเวศน์ที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในหลายด้าน ยกตัวอย่างเช่น

1.1.1 มาตรการสนับสนุนด้านการเงิน เช่น มีการจัดตั้ง Government Angel Fund เพื่อให้ Seed Money หรือเงินทุนสนับสนุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ในเบื้องต้น (Prototype) ผ่านโครงการต่าง ๆ ที่หน่วยงานรัฐจัด รวมทั้งสนับสนุนภาคเอกชน ตั้ง Angel Fund และ Corporate Venture Capital Fund เป็นต้น

1.1.2 มาตรการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของสตาร์ทอัพไทย เช่น รัฐร่วมมือกับมหาวิทยาลัยจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาสตาร์ทอัพด้านธุรกิจ เทคโนโลยีและนวัตกรรมตามพื้นที่และความถนัดพิเศษพร้อมจัดตั้ง VC Unit เพื่อร่วมลงทุนกับงานวิจัยของคณาจารย์ นักศึกษาและสตาร์ทอัพ นอกจากนี้ยังสนับสนุนภาคเอกชนจัดตั้ง Startup Center ให้องค์ความรู้ เทคโนโลยีและร่วมลงทุนกับสตาร์ทอัพ

1.1.3 มาตรการสร้างความเชื่อมโยงกับภูมิภาคและประชาคมโลก เช่น สนับสนุนด้าน Smart Visa เพื่อดึงดูดบุคลากร Tech Talent ที่มีทักษะและเทคโนโลยีขั้นสูงจากทั่วโลกเข้ามาทำงานในประเทศ หรือสนับสนุนการจัดงาน Startup Expo/Forum เป็นประจำทุกปีเพื่อเป็น Showcase แสดงศักยภาพของสตาร์ทอัพไทยให้กับนักลงทุนทั่วโลก เป็นต้น

1.2 หน่วยงานรัฐกำลังปรับตัวสู่องค์กรดิจิทัลและช่วยผลักดันให้เกิดการใช้งานผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพอย่างแพร่หลาย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐมีความตื่นตัวที่จะปรับตัวให้เป็นองค์กรดิจิทัล (Digital Transformation) ซึ่งต้องมีการบูรณาการบุคลากร

เทคโนโลยีและกระบวนการทำงานเข้าด้วยกันและผลักดันให้เกิดการนำดิจิทัลมาใช้ในหน่วยงานรัฐมากขึ้น โดยสนับสนุนให้เกิดการนำผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพมาใช้ในหน่วยงานรัฐมากขึ้นพร้อมทั้งช่วยติดต่อประสานงานสตาร์ทอัพให้พบกับหน่วยงานรัฐที่สามารถตอบโจทย์การใช้งานได้จริง ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่สตาร์ทอัพไทยจะได้นำเสนอโซลูชันในด้านต่าง ๆ ให้กับหน่วยงานรัฐได้ใช้งานอย่างแพร่หลายมากขึ้น

1.3 ภาครัฐสนับสนุนตรงไปยังสตาร์ทอัพเพื่อให้สตาร์ทอัพเติบโต

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า ปัจจุบันมีหน่วยงานรัฐที่คอยสนับสนุนดูแลสตาร์ทอัพอย่างใกล้ชิด มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสตาร์ทอัพอย่างครอบคลุมทุกภาคส่วนทั่วประเทศ ยกตัวอย่างประเภทกิจกรรม ดังนี้

1.3.1 โครงการให้เงินทุนสตาร์ทอัพทั้งระดับเริ่มต้น (Seed Startup) และระดับเติบโต (Growth Startup) ผ่านการแข่งขันเสนอแผนธุรกิจ (Pitching) ตามประเภทธุรกิจที่กำหนดซึ่งจัดแบ่งตามแต่ละภาคให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

1.3.2 โครงการบ่มเพาะสตาร์ทอัพ โครงการให้สตาร์ทอัพที่ร่วมโครงการได้อบรมอย่างเข้มข้นกับเมนเทอร์จากต่างประเทศ ยกระดับทักษะความรู้และช่วยให้มีโอกาสได้พบปะกับนักลงทุนทั้งชาวไทยและต่างชาติ

1.3.3 การสร้างเครือข่ายสตาร์ทอัพเพื่อให้เกิดกิจกรรมแบ่งปันประสบการณ์ทั้งประสบความสำเร็จและล้มเหลวให้เกิดประโยชน์และเป็นแรงบันดาลใจให้สตาร์ทอัพนำไปปรับใช้ได้

1.3.4 การจัดการอบรมให้ความรู้ที่จำเป็นต่อสตาร์ทอัพในด้านต่าง ๆ ในการประกอบธุรกิจ

1.3.5 การพาสตาร์ทอัพไปไปต่างประเทศเพื่อศึกษางานและมีโอกาสพบกับนักลงทุนในต่างประเทศ

2. ปัจจัยเชิงลบทางด้านนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานสนับสนุนจากภาครัฐ

2.1 ข้อจำกัดของกฎหมายในปัจจุบัน

กฎหมายในประเทศไทยปัจจุบันนั้นยังมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การประกอบธุรกิจของกลุ่มบริษัทสตาร์ทอัพยังไม่มีความสะดวกดังที่ควร ซึ่งปัจจุบันมีสตาร์ทอัพไทยจำนวนไม่น้อยที่เลือกจดทะเบียนบริษัทในต่างประเทศโดยเฉพาะที่ประเทศสิงคโปร์เนื่องจากกฎหมายอำนวยความสะดวกและให้สิทธิประโยชน์แก่สตาร์ทอัพมากกว่าการจดทะเบียนบริษัทในประเทศไทย สามารถสรุปข้อจำกัดได้ดังนี้

2.1.1 เงินกู้แปลงสภาพ (Convertible Debt) บริษัทจำกัดที่จดทะเบียนในประเทศไทยไม่สามารถแปลงหนี้เป็นหุ้นโดยตรงได้ ทำให้ไม่สามารถออกเงินกู้แปลงสภาพซึ่งเป็นเครื่องมือการระดมทุนที่เป็นที่นิยมของบริษัทสตาร์ทอัพในการระดมทุนรอบเล็กหรือที่เวลาจำกัดโดยเฉพาะในกรณีการระดมทุนรอบเล็กก่อนระดมทุนด้วยหุ้นรอบใหญ่ถัดไป (Bridge Round) โดยในปัจจุบันมีความยุ่งยากและค่าใช้จ่ายที่สูงในการทำสัญญาหลายฉบับประกอบกัน

2.1.2 ระบบการจัดสรรหุ้นพนักงานบริษัท (ESOP) บริษัทจำกัดที่จดทะเบียนในประเทศไทยไม่สามารถถือหุ้นตัวเองได้ รวมถึงไม่สามารถชี้ชวนให้ประชาชนทั่วไปทำการซื้อหุ้นของบริษัทหรือเสนอขายหุ้นให้พนักงานโดยไม่เสนอให้ผู้ถือหุ้นเดิมก่อนได้ ทำให้ไม่สามารถจัดตั้งระบบการ

จัดสรรหุ้นพนักงานบริษัทรวมถึงเงื่อนไขการทยอยให้หุ้น (Vesting) ได้โดยสะดวก ส่งผลให้ผู้ประกอบการหาทรัพยากรบุคคลที่มีความสามารถเข้ามาทำงานในบริษัทสตาร์ทอัพได้ยาก หากไม่ใช่ผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะแรกเริ่มของธุรกิจที่บริษัทยังไม่มีเงินทุนมากพอในการจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงานในอัตราที่แข่งขันกับตลาดได้

2.1.3 หุ้นบุริมสิทธิ (Preferred shares) บริษัทจำกัดที่จดทะเบียนในประเทศไทยไม่สามารถแก้ไขเปลี่ยนแปลงบุริมสิทธิในหุ้นได้เมื่อมีการกำหนดออกมาแล้ว รวมถึงไม่สามารถแปลงหุ้นบุริมสิทธิเป็นหุ้นสามัญได้ ความไม่ยืดหยุ่นในการจัดการหุ้นบุริมสิทธินี้ทำให้นักลงทุนต่างชาติที่ต้องการถือหุ้นบุริมสิทธิซึ่งมีข้อกำหนด (Term) ในการปกป้องนักลงทุนที่ดีกว่านั้นมีความสนใจลงทุนในบริษัทสตาร์ทอัพในประเทศไทยน้อยกว่าประเทศอื่นที่มา Techsauce

โดยปัจจุบันกฎเกณฑ์ดังกล่าวกำลังอยู่ในระหว่างดำเนินการแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของสตาร์ทอัพไทย

2.2 ขนาดเงินทุนสนันสนุนของภาครัฐยังไม่เพียงพอความต้องการของสตาร์ทอัพ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า สตาร์ทอัพในช่วงเริ่มต้นธุรกิจมีความจำเป็นต้องใช้เงินทุนเพื่อต่อยอดไอเดีย ทดลองผิดทดลองถูกเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถออกสู่ตลาดได้ซึ่งจำเป็นต้องใช้เงินทุนค่อนข้างมากประกอบกับสตาร์ทอัพในช่วงนี้ยังไม่มีรายได้เข้าบริษัทมากนักเพื่อใช้หมุนเวียนในบริษัท จึงต้องการเงินทุนจากภาครัฐเพื่อมาช่วยสนับสนุนบริษัทในช่วงต้น แต่เงินทุนที่ได้จากภาครัฐค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับความต้องการของสตาร์ทอัพอีกทั้งการได้มาซึ่งเงินทุนส่วนใหญ่มาจากการแข่งขันเพื่อประกวดแผนธุรกิจ ซึ่งมีเพียงผู้ชนะจำนวนน้อยรายเท่านั้นที่ได้เงินทุนสนับสนุนจากกิจกรรมทำให้ยังมีสตาร์ทอัพอีกจำนวนไม่น้อยที่ยังเข้าไม่ถึงเงินทุนจากภาครัฐ

2.3 ปัญหาการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและสตาร์ทอัพ

การที่ภาครัฐกำลังผลักดันการนำโซลูชั่นของสตาร์ทอัพเข้าไปประยุกต์ใช้ในหน่วยงานรัฐนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่าหน่วยงานรัฐมีความต้องการโซลูชั่นที่พร้อมมาตอบโจทย์การใช้งานในองค์กรได้จริง เนื่องจากหน่วยงานรัฐต้องป้องกันความเสี่ยงจากการนำเทคโนโลยีมาใช้ปรับในองค์กร ซึ่งสำหรับสตาร์ทอัพนั้นยังมีสตาร์ทอัพจำนวนไม่น้อยที่มีข้อจำกัดในการร่วมงานกับภาครัฐ เนื่องจากความไม่พร้อมทางด้านผลิตภัณฑ์ หรือความไม่พร้อมในการปรับตัวให้ตรงกับความต้องการของหน่วยงานรัฐ ดังนั้นการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและสตาร์ทอัพยังคงเป็นปัญหาหนึ่งที่ควรเร่งปรับให้ตรงความต้องการซึ่งกันและกัน

พื้นฐานความรู้ การศึกษา ประสบการณ์ วัฒนธรรม ความพร้อมของบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของสตาร์ทอัพ

ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพโดยเฉพาะผู้ก่อตั้ง (Founder) มีบทบาทสำคัญที่จะนำพาธุรกิจไปสู่เป้าหมายที่วางแผนไว้ ไม่ว่าจะเป็นการระดมทุน การขยายธุรกิจ เป็นต้น นอกจากนี้ความเชี่ยวชาญของทีมงาน ความหลากหลายในองค์กร รวมทั้งวัฒนธรรมของสตาร์ทอัพล้วนแล้วแต่ส่งผลถึงความสำเร็จในการทำธุรกิจของสตาร์ทอัพไทย จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญนั้นสามารถสรุปปัจจัยบวกและปัจจัยลบทางด้านพื้นฐานความรู้ การศึกษา ประสบการณ์ วัฒนธรรม ความพร้อมของบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของสตาร์ทอัพได้ดังนี้

1. ปัจจัยเชิงบวกทางด้านพื้นฐานความรู้ การศึกษา ประสบการณ์ วัฒนธรรม ความพร้อมของบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของสตาร์ทอัพ

1.1 ภาคการศึกษาของไทยปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการนวัตกรรมตั้งแต่รั้วมหาวิทยาลัย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า ปัจจุบันภาคการศึกษามีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนความเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่ระดับมหาวิทยาลัย โดยปัจจุบันมีหลักสูตรการเรียนการสอนที่เน้นในด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น นอกจากนี้มหาวิทยาลัยยังมีโครงการที่ส่งเสริมการสร้างสรรค์นวัตกรรมสำหรับนิสิตนักศึกษา โครงการเหล่านี้มีบุคลากรที่เชี่ยวชาญช่วยให้ความรู้ คำปรึกษา บ่มเพาะนักศึกษาที่มีไอเดียสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมซึ่งต่อยอดมาจากโครงการวิจัยที่นิสิตนักศึกษาคิดค้นขึ้นมา เพื่อให้ต่อยอดจากงานวิจัยไปเป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ได้ อีกทั้งโครงการเหล่านี้ยังมีเงินทุนสนับสนุนเบื้องต้นให้ต่อยอดพัฒนาแนวคิดให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้จริง พร้อมทั้งช่วยติดต่อกับหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อทำการทดลองผลิตภัณฑ์ในช่วงแรกเริ่มให้ด้วย ดังนั้นภาคการศึกษาถือเป็นจุดเริ่มต้นในการปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพและเป็นรากฐานที่สำคัญที่จะช่วยสร้างสตาร์ทอัพที่มีคุณภาพเข้าสู่ระบบนิเวศต่อไป

1.2 การศึกษาด้านวิชาการพร้อมเสริมด้วยกิจกรรมนอกห้องเรียนจะช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพมีความพร้อมในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น

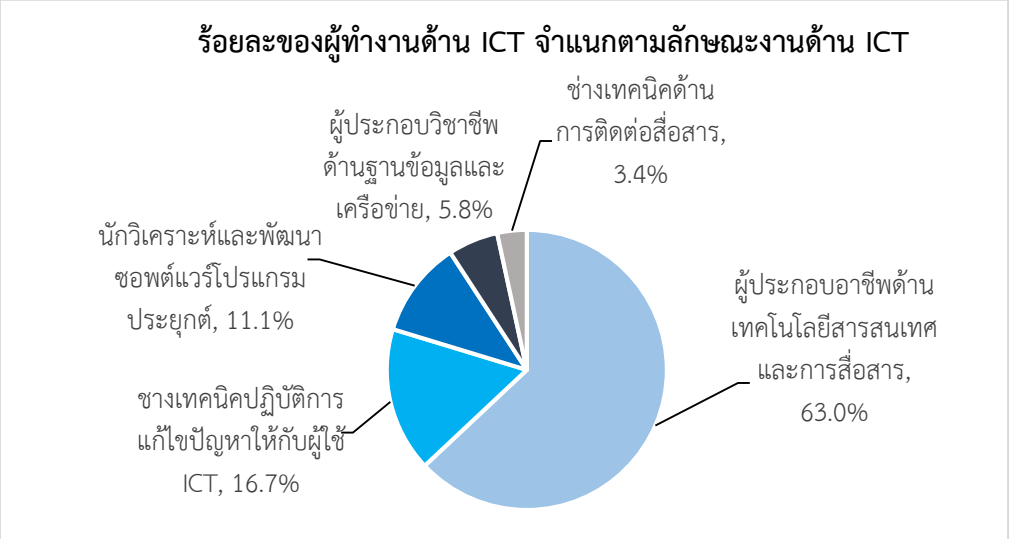
จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า การศึกษาทางด้านวิชาการในห้องเรียนไม่ว่าจะเป็นการศึกษาในประเทศไทยหรือต่างประเทศนั้นได้รับความรู้ที่เท่าเทียมกัน แต่การศึกษาในต่างประเทศมีกิจกรรมนอกห้องเรียนที่ส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพได้ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย (Tech Startup Event) ซึ่งภายในงานมีผู้เชี่ยวชาญและผู้มีประสบการณ์จริงจากการทำสตาร์ทอัพมาช่วยแบ่งปันให้คำปรึกษาอยู่เสมอ ทำให้สตาร์ทอัพที่ไปร่วมกิจกรรมได้เรียนรู้และเก็บเกี่ยวประสบการณ์นั้นมาปรับใช้ได้กับธุรกิจตนได้ มีแนวคิดวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล อีกทั้งยังได้สร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ (Networking) กับลูกค้า คู่ค้าและนักลงทุนได้เป็นอย่างดี

2. ปัจจัยเชิงลบทางด้านพื้นฐานความรู้ การศึกษา ประสบการณ์ วัฒนธรรม ความพร้อมของบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของสตาร์ทอัพ

2.1 บุคคลากรสายงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี (Tech Talent) ในประเทศไทยยังมีจำนวนน้อย

ประเทศไทยมีบุคคลสายงานด้านเทคโนโลยีที่มีคุณภาพแต่ยังมีจำนวนน้อย โดยเฉพาะนักพัฒนาซอฟต์แวร์และโปรแกรมประยุกต์ (Software Engineer) โดยผู้ทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในประเทศไทย มีสัดส่วนแรงงานด้าน Software Engineer เพียง 11.1% เมื่อเทียบกับงาน ICT ด้านอื่น ๆ

แผนภาพที่ 4-4 ร้อยละของผู้ทำงานด้าน ICT จำแนกตามลักษณะงานด้าน ICT



ที่มา : รายงานผู้ทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563.

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า แรงงานด้าน Software Engineer ค่อนข้างขาดแคลนในตลาด ประกอบกับฝ่ายทรัพยากรบุคคลในองค์กรไม่ตระหนักถึงบทบาทความสำคัญของบุคลากรสายงานนี้โดยให้ค่าตอบแทนไม่ดึงดูดเพียงพอสำหรับสายงานด้าน Software Engineer ส่งผลให้การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลในระดับการศึกษาในประเทศยังมีน้อยอยู่ เมื่อเยาวชนเรียนสาขาอาชีพกลุ่มนี้เป็นจำนวนน้อย จำนวนแรงงานกลุ่มนี้จึงออกสู่ตลาดน้อยลงประกอบกับค่าตอบแทนที่ไม่ดึงดูดส่งผลให้ Software Engineer ที่มีคุณภาพย้ายไปทำงานในองค์กรในต่างประเทศกันมากขึ้น

ตัวอย่างปัญหาที่กระทบต่อสายงานด้าน Software Engineer ในส่วนของการทำงานกับซอฟต์แวร์เฮ้าส์ (Software House) หรือบริษัทที่จัดทำซอฟต์แวร์ให้กับองค์กรแบบเฉพาะเจาะจงตามขอบเขตงานที่องค์กรว่าจ้าง ซึ่ง Software House ได้รับค่าตอบแทนค่อนข้างสูงสำหรับโปรเจกต์ที่รับจ้างทำ ในทางกลับกัน Software Engineer ที่รับจ้างทำงานให้กับ Software House เหล่านี้กลับได้ค่าตอบแทนที่ต่ำจึงส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของ Software Engineer ในสายงานอาชีพนี้

2.2 สตาร์ทอัพไทยพบปัญหาการสรรหาและได้มาซึ่ง Tech Talent ที่มีฝีมือ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า สตาร์ทอัพไทยพบปัญหาการสรรหาและได้มาซึ่ง Tech Talent เนื่องจากฐานเงินเดือนที่ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถจ่ายได้ยังไม่ดึงดูดเท่ากับฐานเงินเดือนขององค์กรใหญ่ ดังนั้น Tech Talent เหล่านี้จึงเลือกทำงานกับองค์กรใหญ่เป็นส่วนมากหรือย้ายไปทำงานที่ต่างประเทศด้วยฐานเงินเดือนที่สูงกว่า

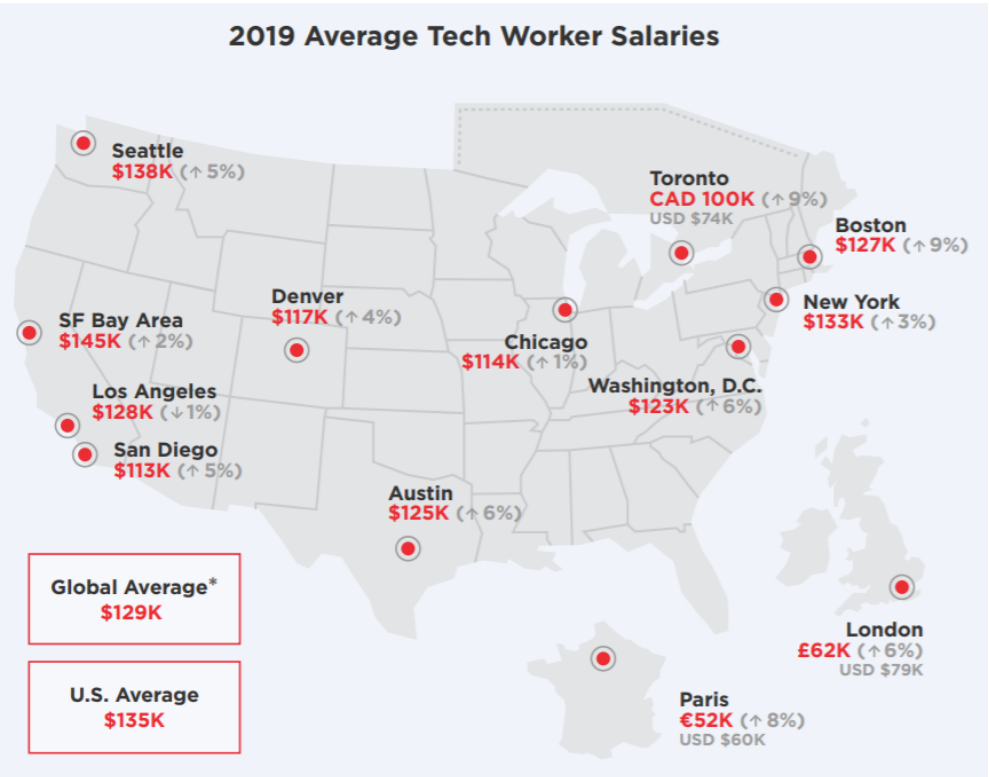
แผนภาพที่ 4-5 ค่าตอบแทนแรงงานโดยเฉลี่ยด้าน IT และ Digital Innovations ในประเทศไทย

IT & Digital Innovations Positions

Job Position	New Graduate		Exp. 1-5 years		Exp. 5 years and up	
	Min (฿)	Max (฿)	Min (฿)	Max (฿)	Min (฿)	Max (฿)
Software Engineer	-	-	40,000	45,000	75,000	120,000
System Analyst / Business Analyst	-	-	50,000	50,000	75,000	120,000
System Engineer	-	-	-	-	50,000	70,000
Training Executive / Officer	-	-	-	-	30,000	50,000
Web Designer	20,000	30,000	25,000	45,000	-	-
Webmaster	-	-	-	-	60,000	75,000

ที่มา : รายงาน Thailand Salary Guide จาก Adecco

แผนภาพที่ 4-6 ค่าตอบแทนแรงงานโดยเฉลี่ยสายเทคโนโลยีทั่วโลกและสหรัฐอเมริกา



ที่มา : รายงาน State of Salaries Report จาก Hired, 2019.

ยกตัวอย่างค่าตอบแทนแรงงานด้าน Software Engineer ในประเทศไทยเฉลี่ย 40,000-120,000 บาทต่อเดือน ขึ้นกับประสบการณ์และระยะเวลาในการทำงาน ในขณะที่ค่าตอบแทนเฉลี่ยทั่วโลกอยู่ที่ 129,000 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อปี (หรือประมาณ 344,000 บาทต่อเดือน หากใช้อัตราแลกเปลี่ยนที่ 32 บาทต่อหนึ่งดอลลาร์สหรัฐฯ) และค่าตอบแทนเฉลี่ยในสหรัฐอเมริกา อยู่ที่ 135,000 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อปี (หรือประมาณ 360,000 บาทต่อเดือน หากใช้อัตราแลกเปลี่ยนที่ 32 บาทต่อหนึ่งดอลลาร์สหรัฐฯ) ค่าตอบแทนแรงงานที่สูงกว่าในต่างประเทศจึงเป็นแรงจูงใจให้บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี (Tech Talent) ของไทยตัดสินใจย้ายไปทำงานในองค์กรที่อยู่ต่างประเทศ ทำให้องค์กรสตาร์ทอัพจะต้องปรับวัฒนธรรมองค์กรและสวัสดิการให้เป็นองค์กรที่น่าทำงานเพื่อดึงดูด Tech Talent เหล่านี้

2.3 ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพไทยยังขาดทักษะในเชิงบริหารธุรกิจ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพบางรายเมื่อจบการศึกษาก็เริ่มประสบการณ์ทำงานด้วยการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ ทำให้ยังไม่มีประสบการณ์การทำงานและทักษะบริหารคน หากเทียบกับผู้ประกอบการบางรายที่ได้มีโอกาสเรียนรู้และเก็บเกี่ยวประสบการณ์จากบริษัทองค์กรใหญ่มาก่อนจะได้เปรียบกว่าเนื่องด้วยผู้ประกอบการจะได้เข้าใจระบบการบริหารจัดการงาน การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ การแก้ปัญหาธุรกิจ การบริหารจัดการคนไปจนถึงสวัสดิการต่าง ๆ ที่บริษัทควรมีเพื่อมาเสริมสร้างการบริหารธุรกิจสตาร์ทอัพ

2.4 ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพไทยยังขาดความรู้ที่จำเป็นต้องใช้เพื่อระดมทุนหรือขยายธุรกิจ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า สตาร์ทอัพไทยยังขาดความรู้ที่จำเป็นต้องใช้เพื่อระดมทุนหรือขยายธุรกิจ เช่น ความรู้ทางด้านการเงิน ความรู้ทางด้านบัญชี ความรู้ทางด้านกฎหมาย เป็นต้น เนื่องจากการระดมทุนของสตาร์ทอัพโดยนักลงทุนจะมีขั้นตอนการตรวจสอบบริษัทเพื่อแสวงหาว่ามีความเสี่ยงอะไรบ้างที่จะกระทบการดำเนินงานในอนาคต (Due Diligence) ซึ่งสตาร์ทอัพหลายรายมีปัญหาในขั้นตอนนี้ อาทิเช่น งบการเงินไม่ถูกต้อง เอกสารทางบัญชีไม่ครบถ้วน การต่อรองทำสัญญากับคู่ค้าไม่สำเร็จ การขาดเอกสารทางกฎหมาย ซึ่งปัญหาเหล่านี้จะทำให้การดำเนินการระดมทุนเกิดความล่าช้า จนอาจถึงขั้นระดมทุนไม่สำเร็จหากบริษัทไม่ตระหนักในส่วนนี้ ดังนั้นหากผู้ประกอบการสตาร์ทอัพเห็นว่าบริษัทไม่มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในด้านที่กล่าวไปข้างต้นนั้น บริษัทควรจ้างที่ปรึกษาหรือผู้เชี่ยวชาญมาดูแลในส่วนนี้

2.5 สตาร์ทอัพเน้นธุรกิจในไทย ไม่ขยายไปต่างประเทศ

สตาร์ทอัพไทยส่วนมากไม่พร้อมขยายธุรกิจไปต่างประเทศซึ่งเป็นสิ่งที่นักลงทุนให้ความสำคัญในการพิจารณาก่อนให้เงินทุน จากการสัมภาษณ์นักลงทุนพบว่าสาเหตุที่สตาร์ทอัพไม่พร้อมขยายหรือไม่มีแผนขยายไปต่างประเทศเนื่องจากปัจจัยหลายด้าน เช่น ความพร้อมด้านธุรกิจ ความพร้อมด้านบุคลากร ความพร้อมด้านภาษา ความเข้าใจในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งการหาพันธมิตรธุรกิจในต่างประเทศ ดังนั้นสตาร์ทอัพจึงเน้นทำธุรกิจแค่ตลาดในประเทศไทยซึ่งเป็นตลาดที่ค่อนข้างเล็ก ซึ่งนักลงทุนทั้งไทยและต่างชาติโดยเฉพาะ VC ต่างชาติให้ความสำคัญกับศักยภาพในการขยายไปต่างประเทศค่อนข้างมาก สตาร์ทอัพไทยจึงไม่ดึงดูด VC ต่างชาติมากนัก ประกอบกับ VC ต่างชาติมีตัวเลือกการลงทุนค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นสตาร์ทอัพจากประเทศเพื่อนบ้านอย่างสิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย เป็นต้นซึ่งเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหญ่เมื่อเทียบกับประเทศไทย จึงเป็นสาเหตุที่สตาร์ทอัพไทยได้รับเงินลงทุนค่อนข้างยาก

2.6 ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพไทยยังขาดทักษะทางด้านภาษาอังกฤษ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า สตาร์ทอัพไทยมีทักษะภาษาอังกฤษที่ไม่แข็งแรงซึ่งอาจทำให้เสียโอกาสทางธุรกิจในหลายด้าน เนื่องจากภาษาอังกฤษเป็นสิ่งสำคัญที่ใช้สื่อสารเพื่อใช้ในการนำเสนอบริษัท (Pitching) ให้กับนักลงทุนต่างชาติเพื่อระดมเงินทุนในรอบถัดไป การสื่อสารกับพันธมิตรธุรกิจและการเจรจาข้อตกลงทางธุรกิจต่าง ๆ เพื่อขยายธุรกิจไปต่างประเทศ ซึ่งเป็นทักษะสำคัญที่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพควรพึงมีและเร่งพัฒนาทักษะอยู่เสมอ

2.7 ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพควรมีการปรับกระบวนการทางความคิด (Mindset) ที่เอื้อต่อการทำธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างยั่งยืน

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพควรมี Growth Mindset ที่ต้องพัฒนาและปรับตัวเองอยู่ตลอด เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการดำเนินธุรกิจ เรียนรู้ที่จะสร้างธุรกิจให้เติบโต กล้าที่จะเผชิญความท้าทายหรือล้มเหลว เรียนรู้จากความล้มเหลวและปรับตัวได้เร็ว เป็นคุณสมบัติที่จำเป็นต่อความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างยั่งยืน ซึ่ง Mindset ดังกล่าวยังเป็นคุณสมบัติที่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพไทยบางรายยังต้องพัฒนาเพิ่มเติม

2.8 สตาร์ทอัพไทยยังขาดความหลากหลายของบุคคลในองค์กร

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า สตาร์ทอัพไทยยังขาดความหลากหลายของบุคคลในองค์กรทั้งในแง่ความหลากหลายทางเชื้อชาติและทักษะการทำงาน โครงสร้างองค์กรของสตาร์ทอัพไทยยังประกอบไปด้วยคนไทยเป็นส่วนใหญ่ เนื่องด้วยอัตราค่าจ้างแรงงานต่างชาติที่สูง การเปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติในทีมงานยังไม่แพร่หลายรวมถึงทักษะทางภาษาในการสื่อสารของคนในองค์กร ส่งผลให้องค์กรที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติพบได้น้อยในสตาร์ทอัพไทย หากสำรวจในระบบนิเวศจะพบว่าสตาร์ทอัพไทยที่ประสบความสำเร็จในการระดมทุนหรือขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศได้นั้นส่วนมากมีความหลากหลายทางเชื้อชาติในองค์กร ยกตัวอย่างเช่น เอคอมเมิร์ซ (aCommerce) บริษัท ทูซีทูพี (ประเทศไทย) (2C2P) บริษัท โพเมโล แฟชั่น จำกัด (POMELO) เป็นต้น ความหลากหลายในองค์กรช่วยให้ทีมได้เรียนรู้ แบ่งปันทักษะความรู้ แลกเปลี่ยนความคิดระหว่างกันได้ ก่อให้เกิดไอเดียใหม่ ๆ ขึ้นในองค์กร ที่สำคัญยังได้มุมมองแนวคิดคนต่างชาติเพื่อให้บริษัทเข้าใจความต้องการของตลาดต่างประเทศได้เป็นอย่างดี

แหล่งเงินทุนภายในและนอกประเทศ

เงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้สตาร์ทอัพดำเนินธุรกิจทั้งในช่วงเริ่มต้นในการพัฒนาธุรกิจและในช่วงขยายตลาดต่อไป ซึ่งมีแหล่งเงินทุนมาจากนักลงทุนในประเทศและนอกประเทศโดยนักลงทุนแต่ละประเภทจะมีแนวทางการให้เงินทุนที่แตกต่างกัน จากการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญนั้นสามารถสรุปปัจจัยบวกและปัจจัยลบทางด้านแหล่งเงินทุนภายในและนอกประเทศได้ดังนี้

1. ปัจจัยเชิงบวกทางด้านแหล่งเงินทุนภายในและนอกประเทศ

1.1 สตาร์ทอัพมีโอกาสได้รับเงินทุนจากแหล่งเงินทุนที่หลากหลายทั้งในและนอกประเทศ

1.1.1 แหล่งเงินทุนจากกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital) หรือ VC ต่างประเทศที่เข้ามาเสาะหาสตาร์ทอัพไทยที่น่าสนใจเพื่อลงทุน โดย VC นิยมลงทุนตั้งแต่สตาร์ทอัพระดับเริ่มต้น (Seed Startup) ไปจนถึงบริษัทที่เติบโตแล้ว จึงเป็นโอกาสสำหรับ Seed Startup ที่จะได้รับเงินลงทุนจากต่างชาติอีกทั้งยังมีเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจกับต่างประเทศอีกด้วย

1.1.2 แหล่งเงินทุนจากองค์กรที่มีหน่วยงานเพื่อลงทุนในกองทุนหรือสตาร์ทอัพ (Corporate Venture Capital) ที่ปัจจุบันได้หันมาสนับลงทุนในสนุนสตาร์ทอัพกันหลากหลายอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นบริษัทองค์กรใหญ่จากธุรกิจโทรคมนาคม ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจประกัน เป็นต้น ซึ่ง CVC นอกจากให้เงินทุนแล้วยังให้ความช่วยเหลือสตาร์ทอัพในด้านต่าง ๆ เช่น การเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ การมีเครือข่ายธุรกิจที่กว้างขวาง การนำผลิตภัณฑ์สตาร์ทอัพไปใช้ในองค์กร เป็นต้น

1.1.3 แหล่งเงินทุนจากภาครัฐผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Depa) ที่สนับสนุนการให้เงินทุนสตาร์ทอัพระดับเริ่มต้นผ่านการคัดเลือกตามกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งมีหลากหลายอุตสาหกรรมธุรกิจให้สตาร์ทอัพได้เข้าร่วม

1.1.4 แหล่งเงินทุนจากโครงการบ่มเพาะธุรกิจ (Incubator and Accelerator Program) เมื่อสตาร์ทอัพเข้าร่วมโครงการหากมีผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจและเป็นผู้ชนะมีโครงการก็มีสิทธิ์ได้รับเงินทุนแม้เงินทุนจำนวนไม่มากแต่ช่วยต่อยอดธุรกิจในช่วงต้นได้

1.2 **การเพิ่มขึ้นขององค์กรที่มีหน่วยงานเพื่อลงทุนในกองทุนหรือสตาร์ทอัพ (Corporate Venture Capital) ในประเทศไทย**

การลงทุนในรูปแบบ Corporate Venture Capital ของบริษัทไทยเริ่มขึ้นเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2555 และเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงปัจจุบัน เนื่องด้วยบริษัทและองค์กรขนาดใหญ่ต่างหันมาปรับกลยุทธ์ที่สนับสนุนสตาร์ทอัพเพื่อสร้างโอกาสเติบโตและปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วให้ทันเทคโนโลยี โดยช่วงปี พ.ศ. 2560 เกิด Corporate Venture Capital ขึ้นจำนวนมากในหลากหลายอุตสาหกรรมเพื่อเข้าไปลงทุนในสตาร์ทอัพ ส่วนหนึ่งมาจากความมั่นใจในศักยภาพของสตาร์ทอัพที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งนอกจากเป้าหมายทางด้านการเงินแล้ว Corporate Venture Capital เหล่านี้ยังมีเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ซึ่งการลงทุนในสตาร์ทอัพทำให้บริษัทได้เข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆที่นำมาปรับใช้กับธุรกิจปัจจุบันที่องค์กรทำอยู่เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคในตลาดได้มากขึ้นหรือนำผลิตภัณฑ์สตาร์ทอัพมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับธุรกิจเดิม เช่น ลดต้นทุนในส่วนงานต่าง ๆ ประหยัดเวลาในการผลิต เป็นต้น จึงเป็นโอกาสของสตาร์ทอัพที่จะได้รับเงินทุนสนับสนุนจาก Corporate Venture Capital เหล่านี้

แผนภาพที่ 4-7 หน่วยงานเพื่อลงทุนในกองทุนหรือสตาร์ทอัพขององค์กรใหญ่ในประเทศไทย
ในรูปแบบ Corporate Venture Capital

ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย, 2563.

2. ปัจจัยเชิงลบทางด้านแหล่งเงินทุนภายในและนอกประเทศ

2.1 เงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐยังเข้าไม่ถึงความต้องการของสตาร์ทอัพในหลายด้าน

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า สตาร์ทอัพไทยมีความต้องการเงินทุนสนับสนุนในช่วงเริ่มต้นธุรกิจจากรัฐบาล เพื่อใช้ในการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์และทำการตลาดในเบื้องต้น แต่ปัจจุบันเงินทุนสนับสนุนจากรัฐบาลยังเข้าไม่ถึงความต้องการของสตาร์ทอัพในหลายด้าน เช่น

2.1.1 ขนาดของเงินทุนที่ยังไม่เพียงพอสำหรับใช้พัฒนาธุรกิจ เนื่องจากสตาร์ทอัพช่วงเริ่มต้นธุรกิจมีความจำเป็นต้องใช้เงินทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์พร้อมทั้งทำการตลาดเบื้องต้นเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคในช่วงแรกเริ่มธุรกิจ

2.1.2 การกระจายของเงินทุนที่ยังเข้าไม่ถึงสตาร์ทอัพ โดยประเภทธุรกิจที่หน่วยงานรัฐได้มีการจัดแข่งขันเพื่อชิงเงินทุนนั้นยังไม่หลากหลายพอ ทำให้สตาร์ทอัพบางประเภทขาดโอกาสในการขอเงินทุน

2.1.3 ข้อจำกัดการใช้เงินลงทุนตามเงื่อนไข เช่น เงินทุนที่ได้รับไม่อนุญาตให้ใช้กับงานการตลาดหรืองานส่วนอื่น ๆ ที่กำหนดไว้ ทำให้สตาร์ทอัพไม่มีความยืดหยุ่นทางด้านการใช้เงินทุน

2.1.4 กระบวนการขอเงินทุนที่ค่อนข้างใช้เวลานาน เนื่องจากกระบวนการทำงานในหน่วยงานรัฐมีลำดับขั้นตอนค่อนข้างมาก สตาร์ทอัพต้องใช้ระยะเวลานานกว่าจะได้เงินทุน ซึ่งบางครั้งอาจทำให้เสียโอกาสในการพัฒนาธุรกิจ

2.2 การร่วมลงทุนในรูปแบบ CVC ที่เน้นเป้าหมายทางกลยุทธ์ (Strategic Fit) ทำให้จำกัดทั้งนักลงทุนและสตาร์ทอัพ

องค์กรที่มีหน่วยงานเพื่อลงทุนในกองทุนหรือสตาร์ทอัพหรือ CVC จะมองหาการลงทุนในสตาร์ทอัพที่มีนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่จะช่วยเพิ่มความแข็งแกร่ง ส่งเสริมกลยุทธ์ และความสามารถในการแข่งขันของบริษัทแม่เป็นหลัก ดังนั้น CVC จึงเลือกลงทุนในสตาร์ทอัพที่มีผลิตภัณฑ์ช่วยต่อยอดธุรกิจเดิมหรือขยายธุรกิจใหม่ได้ แม้สตาร์ทอัพจะมีความน่าสนใจในการลงทุน แต่หากไม่สอดคล้องกับนโยบายการลงทุนของ CVC แล้วก็จะไม่เกิดการลงทุน ยกตัวอย่างเช่น หน่วยงาน CVC ธุรกิจธนาคารซึ่งปัจจุบันมีอยู่เพียง 4-5 รายก็จะมองหาแค่สตาร์ทอัพทางการเงิน (FinTech) ที่มีโซลูชันตอบโจทย์กับธนาคารของตนเท่านั้น หรือหน่วยงาน CVC ของธุรกิจโทรคมนาคม ซึ่งมองหาการลงทุนในสตาร์ทอัพที่พัฒนาด้านบริการดิจิทัลซึ่งค่อนข้างหลากหลายกว่า แต่ก็จะมี CVC เพียง 2 รายในอุตสาหกรรมนี้ ดังนั้นการร่วมลงทุนในรูปแบบ CVC ที่เน้นเป้าหมายทางกลยุทธ์ (Strategic Fit) จึงทำให้จำกัดทั้งนักลงทุนและสตาร์ทอัพส่งผลให้การลงทุนไม่เกิดอย่างแพร่หลาย

พันธมิตรทางด้านธุรกิจและการสนับสนุนจากภาคเอกชน

ในระบบนิเวศสตาร์ทอัพไทยนอกจากผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ภาครัฐ นักลงทุน ภาคส่วนสำคัญที่จะช่วยให้สตาร์ทอัพประสบความสำเร็จและสร้างระบบนิเวศสตาร์ทอัพให้เติบโตยั่งยืนนั้น พันธมิตรทางด้านธุรกิจและการสนับสนุนจากภาคเอกชนก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้สตาร์ทอัพจะประสบความสำเร็จ จากการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญนั้นสามารถสรุปปัจจัยบวกและปัจจัยลบทางด้านพันธมิตรธุรกิจและการสนับสนุนจากภาคเอกชนได้ดังนี้

1. ปัจจัยเชิงบวกทางด้านพันธมิตรธุรกิจและการสนับสนุนจากภาคเอกชน

1.1 มีหน่วยงานหลายภาคส่วนที่ช่วยส่งเสริมระบบนิเวศสตาร์ทอัพให้แข็งแกร่ง

1.1.1 โครงการบ่มเพาะและเร่งการเติบโตสตาร์ทอัพ (Incubator and Accelerator Program) โครงการเน้นเร่งให้สตาร์ทอัพเติบโตเพื่อเพิ่มมูลค่าธุรกิจที่มีอยู่แล้วให้พร้อมแข่งกันในตลาด ซึ่งปัจจุบันมีทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชนที่หันมาทำโครงการบ่มเพาะเพื่อช่วยให้ความรู้คำปรึกษาปลุกปั้นสตาร์ทอัพระยะแรกเริ่มให้สามารถออกสู่ตลาดได้

แผนภาพที่ 4-8 โครงการบ่มเพาะและเร่งการเติบโตสตาร์ทอัพในประเทศไทย

ที่มา : Techsauce

1.1.2 สื่อมีเดีย (Tech Media) ช่วยสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ให้กับสตาร์ทอัพไทยในระบบนิเวศ เพื่อแสดงถึงศักยภาพของสตาร์ทอัพไทยให้กับนักลงทุนทั้งในและนอกประเทศ ที่สำคัญช่วยเผยแพร่ความรู้ที่ถูกต้องเหมาะสมให้กับสตาร์ทอัพ ประชาสัมพันธ์และจัดงานกิจกรรมที่ช่วยให้สตาร์ทอัพได้รับความรู้ สร้างชุมชนเพื่อแบ่งปันประสบการณ์ สร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับพันธมิตรและได้พบกับนักลงทุนเพื่อโอกาสในการเติบโตขยายธุรกิจของสตาร์ทอัพ

1.1.3 สมาคม (Association) ที่คอยช่วยเหลือสตาร์ทอัพ ซึ่งสมาคมเหล่านี้จัดขึ้นเพื่อปรับปรุงคุณภาพคอมมูนิตี้สตาร์ทอัพ เชื่อมโยง และประสานงานกับทุกภาคส่วนทั้งผู้ประกอบการ สื่อ เอกชน นักลงทุนและภาครัฐเข้าด้วยกัน

1.1.4 โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-Working Space) พื้นที่นั่งทำงานที่มุ่งเน้นการสร้างบรรยากาศที่กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ แบ่งปันประสบการณ์ พร้อมช่วยสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจได้ตั้งแต่การเริ่มสร้างเครือข่ายผู้ใช้งาน การพบปะลูกค้า การพบปะนักลงทุน หรือใช้เป็นพื้นที่สำหรับจัดงานกิจกรรมสตาร์ทอัพต่าง ๆ บางแห่งยังมีพันธมิตรผู้เชี่ยวชาญจากไทยและต่างประเทศที่สามารถกระจายความรู้พร้อมให้คำปรึกษาแก่สตาร์ทอัพได้ ซึ่ง Co-Working Space ในประเทศไทยได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยมีทั้งแบรนด์ไทยและแบรนด์ต่างประเทศที่เข้ามาให้บริการในประเทศ

2. ปัจจัยเชิงลบทางด้านธุรกิจและการสนับสนุนจากภาคเอกชน

2.1 โครงการบ่มเพาะธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยในปัจจุบันเริ่มมีจำนวนลดน้อยลง

ปัจจุบันโครงการบ่มเพาะธุรกิจสตาร์ทอัพที่คอยให้คำปรึกษาแก่สตาร์ทอัพในช่วงเริ่มธุรกิจ (Incubator Program) และโครงการเน้นเร่งให้สตาร์ทอัพเติบโตเพื่อเพิ่มมูลค่าธุรกิจที่มีอยู่แล้วให้พร้อมแข่งกันในตลาด (Accelerator Program) ที่มีอยู่ในประเทศไทยลดจำนวนน้อยลง

ส่งผลให้สตาร์ทอัพรายใหม่ที่ยังขาดประสบการณ์ในการทำธุรกิจนั้นขาดที่ปรึกษาและผู้คอยแนะนำทักษะต่าง ๆ เช่น การทดสอบไอเดีย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดสอบตลาด การทำการตลาดไปจนถึงการให้เงินทุนแรกเริ่มเพื่อต่อยอดธุรกิจ เป็นต้น อีกทั้งโครงการบ่มเพาะยังถือเป็นเวทีแรกที่ให้สตาร์ทอัพได้แข่งขันประชันไอเดีย ช่วยให้สตาร์ทอัพรายใหม่ได้เป็นที่รู้จักในวงกว้างอีกด้วย ดังนั้นหากขาดโครงการบ่มเพาะเหล่านี้แล้วอาจส่งผลให้สตาร์ทอัพรายใหม่จำนวนไม่น้อยมีโอกาสปิดตัวลง ส่งผลต่อเนื่องให้จำนวนสตาร์ทอัพในระบบนิเวศลดจำนวนไปตามกัน

2.2 ขาดพันธมิตรผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศมาช่วยให้ความรู้และปลุกปั้นสตาร์ทอัพไทย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญพบว่า ประเทศไทยยังขาดผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศที่มีประสบการณ์และมีชื่อเสียงมาอบรมให้ความรู้ ให้แนวคิดในการทำธุรกิจแก่สตาร์ทอัพเพื่อเสริมมุมมอง เพิ่มพูนแนวคิดใหม่ แม้จะมีผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศมาคอยให้ความรู้ คำปรึกษาในรูปแบบพันธมิตรกับโครงการอย่าง Incubator และ Accelerator Program แต่ยังไม่เพียงพอต่อสตาร์ทอัพทั้งระบบนิเวศที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ

ตารางที่ 4-1 ตารางสรุปปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย จำแนกตามกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ดังนี้

กรอบแนวคิดของการวิจัย	ปัจจัยเชิงบวก (1)	ปัจจัยเชิงลบ (2)
สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ	1. พื้นฐานทางด้านโทรคมนาคมและพฤติกรรมผู้บริโภคทางด้านดิจิทัลของประชากรไทย 2. การเปิดรับและปรับใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ๆ ของประชากรไทย	1. ข้อจำกัดของการใช้บริการสตาร์ทอัพในอุตสาหกรรมที่กฎเกณฑ์หรือกฎหมายยังเป็นอุปสรรคต่อสตาร์ทอัพ 2. ตลาดในประเทศไทยยังคงมีขนาดเล็กสำหรับสตาร์ทอัพ ส่งผลให้การเติบโตของผลการดำเนินงาน (Traction) ของสตาร์ทอัพยังไม่ดึงดูดนักลงทุน
นโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานสนับสนุนจากภาครัฐ	1. นโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของสตาร์ทอัพ 2. หน่วยงานรัฐกำลังปรับตัวสู่องค์กรดิจิทัลและช่วยผลักดันให้เกิดการใช้งานผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพอย่างแพร่หลาย 3. ภาครัฐสนับสนุนตรงไปยังสตาร์ทอัพเพื่อให้สตาร์ทอัพเติบโต	1. ข้อจำกัดของกฎหมายในปัจจุบัน 2. ขนาดเงินทุนสนันสนุนของภาครัฐยังไม่เพียงพอความต้องการของสตาร์ทอัพ 3. ปัญหาการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและสตาร์ทอัพ

ตารางที่ 4-1 ตารางสรุปปัจจัยเชิงลบและปัจจัยเชิงบวกที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย จำแนกตามกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ดังนี้ (ต่อ)

กรอบแนวคิดของการวิจัย	ปัจจัยเชิงบวก (1)	ปัจจัยเชิงลบ (2)
พื้นฐานความรู้ การศึกษา ประสบการณ์ วัฒนธรรม ความพร้อมของบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของสตาร์ทอัพ	1. ภาคการศึกษาของไทยปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการนวัตกรรมตั้งแต่รั้วมหาวิทยาลัย 2. การศึกษาด้านวิชาการพร้อมเสริมด้วยกิจกรรมนอกห้องเรียนจะช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพมีความพร้อมในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น	1. บุคคลากรสายงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี (Tech Talent) ในประเทศไทยยังมีจำนวนน้อย 2. สตาร์ทอัพไทยพบปัญหาการสรรหาและได้มาซึ่ง Tech Talent ที่มีฝีมือ 3. ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพไทยยังขาดทักษะในเชิงบริหารธุรกิจ 4. ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพไทยยังขาดความรู้ที่จำเป็นต้องใช้เพื่อระดมทุนหรือขยายธุรกิจ 5. สตาร์ทอัพเน้นธุรกิจในไทยไม่ขยายไปต่างประเทศ 6. ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพไทยยังขาดทักษะทางด้านภาษาอังกฤษ 7. ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพควรมีการปรับกระบวนการทางความคิด (Mindset) ที่เอื้อต่อการทำธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างยั่งยืน 8. สตาร์ทอัพไทยยังขาดความหลากหลายของบุคคลในองค์กร
แหล่งเงินทุนภายในและนอกประเทศ	1. สตาร์ทอัพมีโอกาสได้รับเงินทุนจากแหล่งเงินทุนที่หลากหลายทั้งในและนอกประเทศ 2. การเพิ่มขึ้นขององค์กรที่มีหน่วยงานเพื่อลงทุนในกองทุนหรือสตาร์ทอัพ (Corporate Venture Capital) ในประเทศไทย	1. เงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐยังเข้าไม่ถึงความต้องการของสตาร์ทอัพในหลายด้าน 2. การร่วมลงทุนในรูปแบบ CVC ที่เน้นเป้าหมายทางกลยุทธ์ (Strategic Fit) ทำให้จำกัดทั้งนักลงทุนและสตาร์ทอัพ

ตารางที่ 4-1 ตารางสรุปปัจจัยเชิงลบและปัจจัยเชิงบวกที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย จำแนกตามกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ดังนี้ (ต่อ)

กรอบแนวคิดของการวิจัย	ปัจจัยเชิงบวก (1)	ปัจจัยเชิงลบ (2)
พันธมิตรทางด้านธุรกิจและการสนับสนุนจากภาคเอกชน	1. มีหน่วยงานหลายภาคส่วนที่ช่วยส่งเสริมระบบนิเวศสตาร์ทอัพให้แข็งแกร่ง	1. โครงการบ่มเพาะธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยในปัจจุบันเริ่มมีจำนวนลดน้อยลง 2. ขาดพันธมิตรผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศมาช่วยให้ความรู้และปลุกปั้นสตาร์ทอัพไทย

ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย, 2563.

บทที่ 5
สรุปและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย จึงนำมาสู่ข้อเสนอแนะซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมต่อการสร้างระบบนิเวศที่ดีสำหรับสตาร์ทอัพไทยต้องการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา สื่อมีเดีย โครงการบ่มเพาะธุรกิจ (Incubator/Accelerator) กลุ่มนักลงทุนทั้ง VC และ CVC รวมจนถึงสตาร์ทอัพเอง ดังต่อไปนี้

เน้นส่งเสริมการเพิ่มจำนวนสตาร์ทอัพในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการพัฒนาระบบนิเวศได้อย่างยั่งยืน

สืบเนื่องจากปัจจัยทางโครงสร้างของอุตสาหกรรมของเมืองไทยที่ยังไม่เอื้ออำนวยต่อการสนับสนุนกิจการสตาร์ทอัพในเรื่องต่าง ๆ เช่น ภาคธุรกิจขององค์กรใหญ่ในประเทศไทยยังไม่สนับสนุนการใช้งานของสตาร์ทอัพไทยอย่างแพร่หลาย ยังคงนโยบายในการเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายในองค์กรมากกว่า ดังนั้นการเพิ่มจำนวนสตาร์ทอัพไทยให้มีจำนวนที่มากขึ้นและตอบโจทย์ในหลากหลายธุรกิจนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมสตาร์ทอัพในเชิงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ดังนั้นทางรัฐบาลหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นสมาคมต่าง ๆ ที่ทำงานกับสตาร์ทอัพควรมุ่งเน้นปฏิบัติเพื่อให้คุณค่าและประโยชน์ของการใช้งานของสตาร์ทอัพผ่านกิจกรรมดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 5-1 ข้อเสนอแนะ : การส่งเสริมการเพิ่มจำนวนสตาร์ทอัพในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการพัฒนาระบบนิเวศได้อย่างยั่งยืน

ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย, 2563.

1. การส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่ายของสตาร์ทอัพ (Support Cluster Growth) ตัวอย่างการสร้างกลุ่มเครือข่ายของสตาร์ทอัพในประเทศต่าง ๆ ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการบริหารจัดการอุทยานวิทยาศาสตร์เพื่อเป็นสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีเป็นแห่งแรกของโลก มีชื่อเรียกว่า ซิลิคอนวัลเลย์ (Sillicon Valley) ซึ่งปัจจุบันได้นับเป็นหัวใจด้านไอทีและนวัตกรรมของโลก เป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่ที่มีชื่อเสียงของบริษัทด้านไอทีชั้นนำอย่างเช่น กูเกิล (Google) เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อีเบย์ (eBay) แอปเปิล (Apple) ไมโครซอฟท์ (Microsoft) และยังเป็นจุดเป็นจุดกำเนิดของสตาร์ทอัพและบริษัทไอทีขนาดเล็กและใหญ่ในปัจจุบัน อย่างเช่น ซูม (Zoom) แอร์บีเอ็นบี (AirBnB) อีกด้วย นอกจากนี้ยังแวดล้อมด้วยมหาวิทยาลัยชั้นนำ อย่างเช่น มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) เช่นเดียวกันกับกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย ตัวอย่างเช่น ในประเทศจีน ได้มีการจัดตั้งเขตนิคมอุตสาหกรรมเซินเจิ้นในจีน เน้นจัดตั้งบริษัทที่เน้นด้านวิทยาศาสตร์-เทคโนโลยี เพิ่มความพยายามส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเกิดใหม่ที่มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ เป็นแบบอย่างของการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยมีบริษัทยักษ์ใหญ่ของประเทศจีนอย่างเช่น หัวเหว่ย (Huawei) เทนเซนต์ (Tencent) ดีเจไอ (DJI) ตลอดจนฟ็อกซ์คอนน์ (Foxconn) ผู้ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับบริษัทไอทีชื่อดังต่าง ๆของโลก ไม่ว่าจะเป็น เดลล์ (Dell) ฮิวเลตต์-แพคการ์ต (Hewlett-Packard) รวมจนถึงให้กับบริษัทแอปเปิล (Apple) ซึ่งการพัฒนาเมืองเซินเจิ้นนั้นได้จัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone) โดยเป็นเขตเศรษฐกิจนำร่องสำหรับการใช้นโยบายการปฏิรูประบบเศรษฐกิจอย่างเต็มรูปแบบที่สามารถเป็นแบบอย่างสำหรับการพัฒนาพื้นที่อื่น ส่วนในประเทศเกาหลีใต้ ได้จัดตั้งแทจอน (Daejeon) เป็นเมืองวิทยาศาสตร์ที่มีบริษัทนับพันตั้งอยู่ซึ่งเป็นแหล่งวิจัยและพัฒนาวิทยาศาสตร์ที่สำคัญของประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งมีบริษัทยักษ์ใหญ่ของประเทศเกาหลีใต้ ได้แก่ ซัมซุง (Samsung) แอลจี (LG) และมีสถาบันชั้นสูงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเกาหลี (Korea Advanced Institute of Science & Technology, KAIST) ซึ่งได้รับการพัฒนามาจากโมเดลเดียวกับ Silicon Valley ที่เป็นแหล่งกำเนิดนวัตกรรมของโลกด้วยเช่นกัน

ตารางที่ 5-1 ตัวอย่างการจัดการอุทยานวิทยาศาสตร์ในประเทศต่าง ๆ

ประเทศ	ชื่อโครงการ	ตัวอย่างบริษัทที่สำคัญ
ประเทศสหรัฐอเมริกา	อุทยานวิทยาศาสตร์ซิลิคอนวัลเลย์	Apple, Facebook, Google
ประเทศจีน	นิคมอุตสาหกรรมเซินเจิ้น	Huawei, Tencent, DJI
ประเทศเกาหลีใต้	อุทยานวิทยาศาตร์แทจอน	Samsung, LG

ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย, 2563.

ซึ่งจะเห็นได้ชัดว่า การส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่ายของสตาร์ทอัพโดยการเน้นการสร้างอุทยานวิทยาศาสตร์หรือเขตเศรษฐกิจพิเศษ เป็นการสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับสตาร์ทอัพไทยได้อย่างยั่งยืน โดยการเน้นการพัฒนาด้านเทคโนโลยีเพื่อสร้างสรรค์เทคโนโลยีใหม่ ๆ และเป็นศูนย์กลางของนวัตกรรม การดึงดูดเงินลงทุนจากนักลงทุนจากไทยและต่างประเทศ เพื่อรองรับกับการพัฒนาประเทศไปสู่นโยบาย Thailand 4.0 ทั้งนี้ได้มีโครงการระเบียงเศรษฐกิจเอเชียตะวันออก (Eastern Economic Corridor – EEC) ซึ่งครอบคลุมพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง โดยมีการวางแผนทั้งด้านผังเมือง และมุ่งหวังที่จะสร้างเป็นเมืองนำร่องแห่งโครงการเมืองอัจฉริยะ (Smart city) ซึ่งนำโดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล การกำหนดนโยบายเหล่านี้จะมีส่วนช่วยในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ต่อไป ตัวอย่างการพัฒนาในปัจจุบัน เช่น การส่งเสริมธุรกิจด้าน Smart city ตามกลุ่มจังหวัดเป้าหมาย ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา ในการจัดโครงการ Smart City D – Boost Camp โดยรับสมัครบุคลากรทั่วไป ที่มีความสามารถด้านเทคโนโลยี (Tech Talent) การสร้างธุรกิจ (Business) หรือ ความคิดสร้างสรรค์ (Creative) โดยจะได้รับการอบรมเข้มข้น มีการต่อยอดและพัฒนาธุรกิจตามแนวคิด Smart city อีกด้วย ดังนั้นทางสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลควรสนับสนุนให้เกิดการต่อยอดนอกเหนือจากความเป็น Smart city ไปยัง Smart Economy, Smart Mobility, Smart Living, Smart People, Smart Energy and Environment, Smart Governance เพื่อให้ครอบคลุมในทุก ๆ ด้าน รวมไปจนถึงการขยายไปยังหัวเมืองต่าง ๆ เช่น ขยายไปยังภาคเหนือ หรือภาคใต้เพิ่มขึ้น และยังควรสนับสนุนให้เป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของบริษัทไอทีชั้นนำของต่างชาติและประเทศไทย นอกจากนี้ยังควรกำหนดนโยบายที่สนับสนุนศักยภาพอย่างเช่นเขตเศรษฐกิจพิเศษเชินเจิ้น ตัวอย่างเช่น (เฉลิมพงศ์ ตั้งบริบูรณ์รัตน์ และนายเจตนา เหล่ารักวงศ์, (ม.ป.ป.))

1. การอนุญาตให้ลงทุนในกิจการที่ถือหุ้น 100% จากนักลงทุนจากต่างประเทศ
2. สามารถให้นักลงทุนเข้าถึงทุนทางที่ดินและโครงสร้างพื้นฐานได้ด้วยการให้เช่า 99 ปี
3. การอนุญาตให้บริษัทต่างชาติสามารถส่งกำไรกลับประเทศได้
4. ส่งเสริมนโยบายการนำเข้าและส่งออก

รวมไปจนถึงการพัฒนาอุทยานนวัตกรรม (Innovation Park) โดย สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ที่เป็นแหล่งรวมบริการธุรกิจและข้อมูลข่าวสาร โดยให้บริการแบบรวมศูนย์ เน้นการสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับแพลตฟอร์มนวัตกรรม พร้อมสร้างเครือข่ายประชาคมนวัตกรรมอีกด้วย แต่ปัญหาของประเทศไทย ยังมีข้อจำกัดในเรื่องการใช้ประโยชน์ ซึ่งอาจจะต้องการการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ที่จะกล่าวในข้อต่อไป ดังนั้นเพื่อประโยชน์ในการสร้างระบบนิเวศที่ดีกับสตาร์ทอัพไทยผ่านการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายยังคงเป็นส่วนสำคัญ และสามารถดึงดูดนักลงทุนต่างชาติและเม็ดเงินเพื่อเข้ามาช่วยเพิ่มจำนวนและพัฒนาสตาร์ทอัพไทยในการได้อีกทางหนึ่ง

2. การประชาสัมพันธ์เรื่องราวของสตาร์ทอัพผ่านสื่อต่าง ๆ อีกหนึ่งส่วนสำคัญในการเพิ่มจำนวนสตาร์ทอัพ คือการบอกต่อเรื่องราวความสำเร็จของสตาร์ทอัพผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความตระหนักถึงความสำคัญของสตาร์ทอัพต่อประเทศไทย สื่อสำคัญต่อสตาร์ทอัพในสังคมไทยได้แก่ Techsauce ซึ่งมีส่วนช่วยในการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการของสตาร์ทอัพ ข่าวสารการลงทุน ความร่วมมือต่าง ๆ จากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ดังนั้นเราควรมีสื่อที่มีความน่าเชื่อถือ

และสามารถเข้าถึงสังคมไทยในวงกว้าง เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลความรู้โดยเน้นสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชนชน เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้อง รวมถึงสามารถช่วยในการสร้างค่านิยมที่ถูกต้องรวมถึงภาพพจน์ที่ดีของสตาร์ทอัพได้อีกด้วย

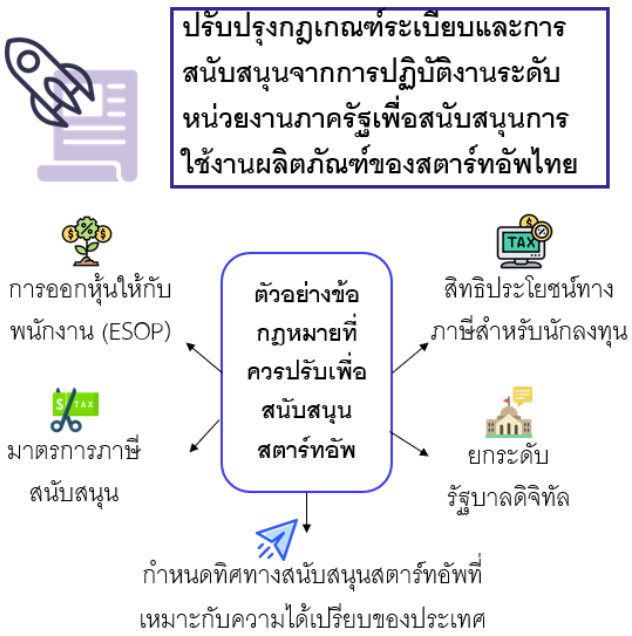
3. การสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับสตาร์ทอัพ จากการวิจัยพบว่า จำนวนสตาร์ทอัพที่น้อยนั้นเกิดมาจากหลายปัจจัยไม่ว่าจะเป็น โครงการบ่มเพาะธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยลดจำนวนน้อยลง ระบบนิเวศของสตาร์ทอัพไทยยังขาดพันธมิตรผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศมาช่วยบ่มเพาะสตาร์ทอัพในประเทศไทย รวมไปจนถึงสตาร์ทอัพไทยปัจจุบันยังไม่สามารถขยายตลาดไปยังประเทศอื่น ๆ ได้ และส่วนมากจะอยู่ในช่วงเริ่มต้นทดลองธุรกิจทำให้ขาดเงินลงทุนหรือการพัฒนาในระดับขั้นต่อ ๆ ไป ดังนั้นวงการสตาร์ทอัพไทยยังขาดสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จอย่างชัดเจน เพื่อเป็นต้นแบบแรงบันดาลใจให้กับสตาร์ทอัพรุ่นใหม่ ๆ ทำให้จำนวนสตาร์ทอัพไทยมีจำนวนลดน้อยลง ดังนั้นปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมได้คือ การสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ของสตาร์ทอัพ (Startup Networking) โดยสตาร์ทอัพควรเข้าร่วมงาน Networking, Tech Conference, Business Matching ทั้งในประเทศและนอกประเทศ ยกตัวอย่าง เช่น งาน Techsauce Global Summit ซึ่งจัดโดย Techsauce ซึ่งเป็นสื่อหลักของสตาร์ทอัพประเทศไทยเป็นงานใหญ่ประจำปีของวงการเทคโนโลยีและสตาร์ทอัพ มีการแบ่งปันประสบการณ์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เจ้าของบริษัท นักลงทุน หรือผู้เชี่ยวชาญสายเทคโนโลยี รวมไปจนถึงกิจกรรมการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ปัจจัยเหล่านี้จะช่วยสร้างการตื่นตัวของความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มจำนวนของสตาร์ทอัพได้อีกด้วย เพราะงานเหล่านี้จะรวบรวมบุคคลและหน่วยงานจากทั่วทุกมุมโลก ทั้งผู้ประกอบการ นักพัฒนา นักลงทุน หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานเอกชน Accelerators และสื่อมวลชน ทำให้ผลักดันการเติบโตของระบบนิเวศได้เรียนรู้ข้อมูลต่าง ๆ จากหัวข้อสัมมนาต่าง ๆ ซึ่งเป็นการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ นอกจากนี้อาจได้พบกับ Mentor หรือ Accelerator ที่มีส่วนสำคัญในการช่วยเหลือแก่สตาร์ทอัพรายใหม่ในการพัฒนาธุรกิจ ซึ่งในงานเหล่านี้สตาร์ทอัพจะมีโอกาสได้การมองหาพาร์ทเนอร์หรือลูกค้า ทดสอบผลิตภัณฑ์กับตลาดและยังมีโอกาสได้รับเงินทุนจากนักลงทุนในการต่อยอดธุรกิจอีกด้วย

ปรับปรุงกฎเกณฑ์ระเบียบที่เอื้อต่อการส่งเสริมและดูแลการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนจากการปฏิบัติงานระดับหน่วยงานภาครัฐเพื่อสนับสนุนการใช้งานผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพไทย

รัฐบาลไทยควรมุ่งเน้นในการแก้ไข ปรับเปลี่ยน กฎระเบียบและการสนับสนุนให้ดีขึ้นเพื่อสตาร์ทอัพไทยจะได้ไม่ต้องย้ายไปต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น การออกเงินกู้แปลงสภาพ (Convertible Debt) ซึ่งทางสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้ออกหลักเกณฑ์เปิดโอกาสให้สตาร์ทอัพสามารถระดมทุนจากผู้ลงทุนในวงจำกัดได้ โดยสตาร์ทอัพสามารถใช้หุ้นกู้เป็นหลักประกันในการเสนอขายให้แก่ผู้ลงทุนรายย่อยได้ไม่เกิน 10 รายและมีมูลค่าการระดมทุนไม่เกิน 20 ล้านบาท เมื่อเดือนมีนาคม ปี 2563 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นเครื่องมือในการระดมทุนที่เป็นนิยมสำหรับการระดมรอบเล็กหรือมีเวลาจำกัด เนื่องจากเป็นการลดระยะเวลาในการ

ประเมินบริษัท โดยสามารถแปลงหนี้เป็นทุน โดยถือหุ้นกู้เป็นหลักประกัน และเมื่อถึงระยะเวลาการแปลงสภาพ ผู้ลงทุนสามารถเปลี่ยนหุ้นกู้ดังกล่าวเป็นหุ้นสามัญได้ นอกจากนี้ในเดือนมิถุนายน ปี 2563 ทางที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) ได้มีมติเห็นชอบให้แก้ไขพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) กฎหมายภาษีที่เรียกเก็บภาษีจากบริการต่างประเทศ หรือที่เรียกว่า การจัดเก็บภาษี ‘e-Service’ ตัวอย่างเช่น มีการเรียกเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากแพลตฟอร์มดิจิทัลของบริษัทต่างประเทศที่ให้บริการในไทยเช่น Facebook, Google, Netflix , Grab, LINE , Shopee และ Lazada เป็นต้น ซึ่งคาดว่าจะสร้างรายได้ให้แก่ประเทศประมาณ 3,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งเป็นก้าวสำคัญของกฎหมายไทยที่สำคัญต่อการเติบโตของสตาร์ทไทย นอกจากนี้ยังมีข้อกฎหมายอีกหลายประการที่ควรพิจารณาดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 5-2 ข้อเสนอแนะ : การปรับปรุงกฎเกณฑ์ระเบียบและการสนับสนุนจากการปฏิบัติงานระดับหน่วยงานภาครัฐเพื่อสนับสนุนการใช้งานผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพไทย



ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย, 2563.

1. การออกหุ้นให้กับพนักงานของบริษัท (Employee Stock Ownership Plan หรือ ESOP) เป็นการให้สิทธิ์พนักงานในบริษัทในการซื้อหุ้นสามัญของบริษัทในราคาคงที่และการทยอยให้หุ้นตามเวลา (Vesting) ซึ่งจะเป็นการให้หุ้นที่จะให้แก่พนักงานเมื่อบรรลุเงื่อนไขและเวลาตามที่กำหนด เหล่านี้เป็นกลไกที่ใช้ในการรักษาบุคลากรให้อยู่กับบริษัท โดยทั้งสองกลไกจะทำให้พนักงานรักบริษัทมากขึ้น เพราะจะมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง โดยรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของในบริษัทจะทำให้ทุ่มเทงานได้อย่างเต็มที่

2. สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับนักลงทุน ซึ่งกฎหมายนี้จะเสนอมีการให้สิทธิพิเศษทางภาษีเพิ่มเติม โดยให้มีการยกเว้นภาษีเงินได้จากส่วนต่างการขายหุ้น (Capital Gain) เป็นเวลานาน 5-10 ปี เพื่อจูงใจให้นักลงทุนไทยและต่างประเทศเข้ามาลงทุนในสตาร์ทอัพมากขึ้น

3. มาตรการภาษีสนับสนุนสำหรับสตาร์ทอัพ เพิ่มมาตรการสนับสนุนสตาร์ทอัพในการเปิดตลาดต่างประเทศเช่น จัดทำบริการในการจด Trademark ในประเทศอื่น ๆ ให้หรือกองทุนให้กู้ยืมในการไปจดทะเบียนในต่างประเทศ (บางประเทศ จะต้องมีเงินทุนเพื่อการเปิดบริษัทในกรณีที่เป็นบริษัทต่างชาติ) นอกจากนี้ทางรัฐบาลอาจพิจารณาในการลดภาษีให้กับสตาร์ทอัพไทยในเรื่องของภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งอาจดำเนินการผ่าน BOI ถ้าไม่สามารถเก็บจาก Platform ต่างประเทศได้ก็ต้องงดเว้น Platform ของไทยเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในเรื่องราคาให้แก่สตาร์ทอัพไทยอีกด้วย

4. การสนับสนุนในเรื่อง Smart Visa ให้กับบุคลากรที่มีทักษะและเทคโนโลยีขั้นสูงเข้ามาทำงานในประเทศ เพื่อเป็นการดึงดูด Tech Talent จากทั่วโลกเข้ามาทำงานในประเทศ โดยมีระยะการพำนักอาศัยไม่เกินระยะเวลาที่กำหนดตามแต่ละประเภท และต้องมีการรายงานตัวทุก ๆ 1 ปี ในส่วนของ Smart Visa ของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup entrepreneurs) สามารถยื่นของวีซ่าได้ 3 ประเภท คือ ประเภท 6 เดือน 1 ปี และ 2 ปี ซึ่งรัฐบาลอาจมีส่วนช่วยในการออกวีซ่า ได้รับยกเว้นการขอ Re-entry Permit ในการเข้าออกประเทศไทย รวมถึงสิทธิประโยชน์สำหรับครอบครัวในการพำนักในประเทศไทย เป็นต้น

นอกจากนี้ยังควรร่วมกำหนดแนวทางในการปฏิบัติในระดับหน่วยงานรัฐ เพื่อสร้างเสริมให้ทำงานกับสตาร์ทอัพให้แพร่หลาย เน้น Use case การใช้งานจริง ๆ ตัวอย่างเช่น การผลักดันร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในการสนับสนุนและส่งเสริมสตาร์ทอัพไทย โดยสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ หรือ Thailand Tech Startup Association หรือสมาคมสตาร์ทอัพไทย โดยส่งเสริมนโยบายด้านการกระตุ้นให้หน่วยงานรัฐใช้บริการสตาร์ทอัพไทย (Thailand Tech Startup Association) ตัวอย่างข้อเสนอที่น่าสนใจ อย่างเช่น

5. ยกระดับรัฐบาลดิจิทัล โดยสนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐแต่ละกระทรวงมีการใช้งานสตาร์ทอัพไทยอย่างน้อยกระทรวงละ 1 โครงการ โดยมีการจัดทำ Catalogue ในการแนะนำสตาร์ทอัพที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในแต่ละกระทรวง โดยความร่วมมือมีได้หลายรูปแบบ ได้แก่ การใช้บริการของสตาร์ทอัพที่มีอยู่เดิม การร่วมพัฒนาบริการต่าง ๆ ร่วมกันเพื่อประชาชน เป็นต้น ทั้งนี้ในปัจจุบันนำโดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม แต่ยังพบปัญหาในการใช้งานจริง อย่างเช่น เรื่องการไม่สามารถปรับความต้องการให้ตรงกับภาครัฐได้หรือสามารถปรับได้แต่อาจใช้เวลานาน หรือมีปัญหาด้านงบประมาณ ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จในการร่วมมือระหว่างภาครัฐและสตาร์ทอัพ ดังนั้นควรเน้นการผลักดันให้ภาครัฐมีการใช้งานสตาร์ทอัพเพิ่มขึ้น โดยเน้นความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์และอุปทานเพิ่มมากขึ้น โดยมีการศึกษาความต้องการในแต่ละกระทรวง เพื่อเป็นโจทย์ให้แก่สตาร์ทอัพในการพัฒนาและเน้นการใช้งานได้จริง และมีการวางแผนงบประมาณที่ชัดเจนก่อนเริ่มงานเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว

6. Open API มีการเปิดใช้ Open API platform ที่มีความแม่นยำและถูกต้อง เพื่อเป็นศูนย์กลางในการเข้าถึงข้อมูลเปิดของภาครัฐ ที่ทางสตาร์ทอัพสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เพื่อนำไปต่อยอดทางธุรกิจ ตัวอย่างการใช้ อย่างเช่น การใช้ข้อมูล NDID หรือข้อมูลรายงานด้าน COVID-19 เป็นต้น ทั้งนี้รัฐบาลอาจพิจารณาเน้นทดลองเปิดใช้ เช่นการสร้างเป็น Portal สำหรับการใช้งานกับธุรกิจหลากหลายประเภท เพื่อเปิดโอกาสให้ทางสตาร์ทอัพได้เข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ สามารถเข้าถึงระบบนิเวศได้ดียิ่งขึ้นและเข้าถึงประชนชนในวงกว้าง รวมไปจนถึงการสร้างธุรกิจใหม่ ๆ อีกมากมายให้กับสตาร์ทอัพ

7. Startup SandBox เน้นการพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรม และรูปแบบธุรกิจใหม่อย่างรวดเร็ว ดังนั้นควรมีการส่งเสริมการจัดตั้ง SandBox เพื่อช่วยในการส่งเสริมการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและสตาร์ทอัพ โดยมีสิทธิที่ได้รับการยกเว้นการบังคับใช้กฎหมายที่เป็นอุปสรรคบางประการ แต่ต้องอยู่ในการจำกัดขอบเขตเพื่อควบคุมโครงการการดำเนินงาน เพื่อก่อให้เกิดสิทธิประโยชน์และแรงจูงใจในการทดลองและพัฒนาธุรกิจให้ทัดเทียมกับต่างชาติได้

นอกจากนี้ควรกำหนดทิศทางสนับสนุนสตาร์ทอัพที่เหมาะกับความได้เปรียบของประเทศไทยเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เน้นการใช้งานจริงเพื่อให้รัฐบาลได้ร่วมมือกับสตาร์ทอัพ เพื่อเรียนรู้การทำงานร่วมกัน การร่วมพัฒนาบริการต่าง ๆ รวมไปจนถึงการให้เงินทุนสนับสนุนกับสตาร์ทอัพที่ตรงกับความต้องการ การเน้นในภาคอุตสาหกรรมที่สามารถเติบโตได้ดีในประเทศไทย โดยไม่จำเป็นต้องแข่งขันด้านแพลตฟอร์มจากผู้เล่นจากต่างประเทศ เนื่องจากบางภาคอุตสาหกรรมนั้นมีผู้เล่นต่างประเทศที่เป็นเจ้าตลาดครองอยู่แล้วอย่าง เช่น อีคอมเมิร์ซ ซึ่งต้องใช้เงินทุนค่อนข้างมากเพื่อแข่งกันในตลาด ดังนั้นจึงควรเน้นภาคอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยได้เปรียบทางการแข่งขัน

1. การเป็นเมืองอาหารอันดับต้นๆของโลกจึงเป็นโอกาสสำหรับสตาร์ทอัพด้าน Food Tech ในปัจจุบันมีการวิจัยและพัฒนาอาหารที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ประเทศ ทั้งนี้หน่วยงานที่รับผิดชอบปัจจุบันคือ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติมีส่วนช่วยในการเชื่อมโยงหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งแหล่งความรู้ แหล่งเงินทุน มหาวิทยาลัย โดยที่ผ่านมาอาจได้รับโจทย์นวัตกรรมอาหารจากหลากหลายภาคส่วน เช่น บริษัทขนาดใหญ่ บริษัทเอกชน SMEs และ OTOP ปัญหาสำคัญของ Foodtech คือสตาร์ทอัพที่มีศักยภาพยังไม่เพียงพอ ที่ผ่านมามีโครงการอย่างเช่น โครงการ Space F และ LINE Food Tech ที่มุ่งเน้นในการช่วยเพิ่มจำนวนสตาร์ทอัพ แต่ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จในเมืองไทย ทั้งนี้จำเป็นที่สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติจะต้องช่วยเสริมสร้างสตาร์ทอัพด้วยองค์ความรู้ที่สำคัญ นวัตกรรมด้านวิทยาศาสตร์ รวมไปจนถึงสร้างเครือข่ายที่ทำให้สตาร์ทอัพสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ตอบโจทย์และเติบโตได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

2. การสนับสนุนสตาร์ทอัพด้าน Agri Tech ในการช่วยเหลือเกษตรกร ตัวอย่างเช่น การพัฒนาเทคโนโลยี IoT สำหรับการเกษตร เนื่องจาก IoT มีความสามารถในการติดตาม ตรวจสอบสถานะต่าง ๆ ได้อย่างเรียลไทม์เพื่อช่วยผู้ประกอบการ หรือ หุ่นยนต์ที่สามารถบินได้โดยไร้คนขับ (Drone) เพื่อมาใช้ในการเกษตร เพื่อการสำรวจ การฉีดพ่น เพื่อให้เพิ่มประสิทธิภาพทางการเกษตรได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้สตาร์ทอัพมีส่วนช่วยในการเสนอโซลูชั่นใหม่ ๆ ดังนั้นหน่วยงานที่สำคัญอย่างเช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (DEPA) นั้นมีส่วนช่วยอย่างมากในการให้โจทย์ที่ได้รับมาจาก

หลาย ๆ หน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชน รวมไปจนถึง ช่วยให้คำปรึกษา อบรม เพื่อให้สตาร์ทอัพด้าน Agritech สามารถนำโจทย์เพื่อไปพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อใช้ได้จริงในอนาคต ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมไปจนถึงนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งสามารถดึงดูดเงินได้จากนักลงทุนได้ในอนาคตอีกด้วย อีกทั้งยังควรเน้นให้ความรู้แก่เกษตรกร เพื่อให้มีความเข้าใจในด้านเทคโนโลยีและธุรกิจทางการเกษตรรุ่นใหม่ได้อีกด้วย

3. ประเทศไทยมีชื่อเสียงบริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพ เป็นที่นิยมของชาวต่างชาติที่เลือกเข้ามารักษาสุขภาพในประเทศไทยและเลือกเป็นที่อยู่ในบั้นปลายชีวิตหลังจากเกษียณอายุ โดยเฉพาะในช่วงระบาดของโรคโควิด– 19 ประเทศไทยได้ขึ้นชื่อว่าประสบความสำเร็จในเชิงที่มีมาตรการป้องกันและควบคุมโรคโควิด-19 ปัจจุบันประเทศไทยอยู่อันดับที่ 6 ของโลกและถูกยกย่องว่าเป็นประเทศมีความพร้อมรับมือโรคระบาดมากที่สุด หนึ่งในตัวอย่างที่น่าสนใจ คือ โครงการเป็ดไทยสู้ภัย ซึ่งเป็นการร่วมมือครั้งสำคัญของพันธมิตรสตาร์ทอัพและองค์กรผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ นำโดย สมาคมไทยเทคสตาร์ทอัพ (TTSA) ร่วมมือกับ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข และภาคีเครือข่าย ทั้งสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติและสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งเป็นหนึ่งตัวอย่างสำคัญที่ประยุกต์ใช้งานสตาร์ทอัพด้านต่าง ๆ เข้ากับโจทย์ที่เน้นการแก้ปัญหาด้านสุขภาพปัจจุบันอย่างเช่นเรื่อง โควิด– 19 ได้อย่างครบวงจร

แผนภาพที่ 5-3 Technology & Innovation ของ “เป็ดไทยสู้ภัย”

ที่มา : https://taejai.com/th/d/pedthaisupai/

อีกหนึ่งตัวอย่างที่ทางรัฐบาลควรให้การสนับสนุนในพันธกิจแห่งชาติ คือ นวัตกรรมของเทคโนโลยีสุขภาพและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี 5G เพื่อช่วยยกระดับการดูแลสุขภาพสู่มิติใหม่ ตัวอย่างเช่น

1. อุปกรณ์สวมใส่ด้านสุขภาพ (Smart wearable) ที่เน้นการตรวจวัดสุขภาพเบื้องต้น

2. การปรึกษาแพทย์ผ่านทางออนไลน์ (Telemedicines) ซึ่งสามารถตรวจและวินิจฉัยโรคทางไกล โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังโรงพยาบาล

3. การช่วยเหลือผู้ป่วยก่อนถึงโรงพยาบาล (Super ambulance) โดยสามารถอัพเดทข้อมูล และสถานการณ์ต่าง ๆ ภายในรถฉุกเฉิน พร้อมเชื่อมต่อข้อมูลตรงสู่ห้องฉุกเฉินในโรงพยาบาล

4. การศึกษาและการฝึกอบรมทางการแพทย์ (Remote surgery) ไม่ว่าจะเป็นการสาธิตการผ่าตัดด้วยเครือข่าย 5G โดยใช้เทคโนโลยีสำคัญอย่าง AR/VR เพื่อการฝึกอบรมเสมือนจริง หรือการควบคุมหุ่นยนต์จากระยะไกลเพื่อการผ่าตัดคนไข้ในโรงพยาบาลที่อยู่ห่างไกล

นอกจากนี้ ปัจจัยอื่น ๆ เช่น การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทยทำให้เกิดแนวโน้มความต้องการเครื่องจักรกลเข้ามาแทนที่แรงงานในอนาคต จึงเป็นโอกาสของสตาร์ทอัพด้าน Robotics และ AI และโอกาสการขยายไปเทคโนโลยีอื่น ๆ ในอนาคต เป็นต้น แต่อย่างไรก็ดี ยังติดปัญหาในข้อกฎหมายต่าง ๆ ทำให้ HealthTech ในประเทศไทยไม่สามารถพัฒนาได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นรัฐบาลมีส่วนอย่างมากในการช่วยพิจารณาข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมการเติบโตของสตาร์ทอัพด้าน HealthTech แต่อย่างไรก็ดี เราเห็นพัฒนาการเชิงบวกจากการเปิดรับเทคโนโลยีเรื่อง Telemedicine มากขึ้นจากวิกฤตโควิด-19 ที่ผ่านมา ทำให้มีความเชื่อมั่นได้ว่าไม่ว่าจะเป็นแรงผลักดันทางเศรษฐกิจ การเป็นผู้นำด้านสาธารณสุข สังคมสูงวัย และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่แพร่หลายในประเทศไทย ยังมีส่วนช่วยผลักดันและเป็นแรงกระตุ้นให้ Healthtech มีโอกาสเติบโตได้ดีในอนาคต

4. ความหลากหลายซับซ้อนและปัญหาเฉพาะด้านของคนในประเทศไทย เช่น ปัญหาระดับสังคม ปัญหาการขนส่งสาธารณะ เหล่านี้เป็นโอกาสที่ภาครัฐจะเลือกมุ่งเน้นการพัฒนาสตาร์ทอัพเฉพาะด้านที่แก้ปัญหาเฉพาะและตอบโจทย์ของคนในประเทศ เช่น สตาร์ทอัพด้าน Transportation Tech ในด้านการเดินทางคมนาคม เช่นสตาร์ทอัพ ที่มีชื่อว่า ViaBus ซึ่งเป็นคู่หูการเดินทาง เป็นแอพพลิเคชั่นในการติดตามและนำทางขนส่งโดยสารแบบเรียลไทม์ โดยเน้นการเดินทางแบบขนส่งสาธารณะ เชื่อมต่อทั้งรถโดยสารประจำทาง รถไฟฟ้า และเรือ เป็นต้น ทั้งนี้ทาง ViaBus ได้รับการสนับสนุนอย่างบูรณาการตั้งแต่ CU Innovation Hub ซึ่งเป็นผู้บ่มเพาะและช่วยในการสร้างธุรกิจใหม่ขึ้นมา โดยมีการแนะนำให้รู้จักกับพันธมิตรที่สำคัญอย่าง องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ซึ่งสามารถทำให้แก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด และตอบสนองการใช้งานได้อย่างง่าย และครอบคลุมการเดินทางหลากหลายรูปแบบ หรือการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ หรือที่เรียกว่า TravelTech ซึ่งมีสตาร์ทอัพตอบโจทย์หลายประเภท ไม่ว่าจะเป็น Get Sneak ซึ่งเป็นสตาร์ทอัพที่มีโซลูชั่นในวางแผนการท่องเที่ยวโดยใช้รูปภาพ ทั้งนี้ภาครัฐอย่างเช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล หรือ DEPA ก็มีส่วนช่วยในการสนับสนุนเทคโนโลยีเหล่านี้ในการปรับใช้กับ

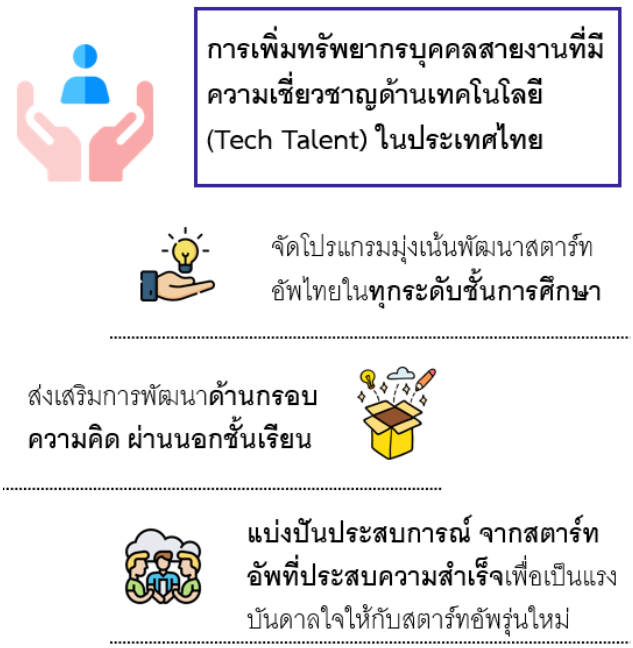
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งสามารถวางแผนการท่องเที่ยวได้ทั้งในและนอกประเทศ ดังนั้นส่วนสำคัญในการปั้นสตาร์ทอัพด้านการท่องเที่ยวคงจะต้องอาศัย การสร้างสตาร์ทอัพที่มีคุณภาพผ่านโครงการบ่มเพาะต่าง ๆ หรือ แม้กระทั่งการส่งเสริมในการใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยี ผ่านหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ และ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล แต่อีกหนึ่งส่วนสำคัญคือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผู้ซึ่งจะเป็นผู้ที่ต่อยอดการใช้งาน เป็นการเชื่อมต่อการใช้งานในระดับจังหวัดผ่านการโปรโมทจากการท่องเที่ยวไทยต่าง ๆ หรือการท่องเที่ยวชุมชน และยังเป็นการช่วยสตาร์ทอัพในการหาพันธมิตรต่างประเทศจากการ Roadshow ได้อีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งปัจจุบันทาง ททท. มีโครงการคัดเลือกสตาร์ทอัพผ่านโครงการ “TAT Startup ผู้ประกอบการยุคใหม่” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและมีโอกาสได้ไปนำเสนอผลงานในงาน World Travel Market (WTM) อีกด้วย ทั้งนี้ควรเน้นบูรณาการทุกภาคส่วนเพื่อช่วยในการพัฒนาสตาร์ทอัพไทยต่อไป

ข้อเสนอแนะอีกหนึ่งข้อคือทางภาครัฐควรให้ความสำคัญให้การเพิ่มจำนวนสตาร์ทอัพและมุ่งเน้นในการสร้างงาน (Job Creation) ไปควบคู่กัน ที่ผ่านมาการกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPIs) ที่เหมาะสมของหน่วยงานภาครัฐ ไม่ควรเน้นการสร้างผลตอบแทนในสตาร์ทอัพจากการให้เงินทุนสนับสนุนของทางภาครัฐ แต่หากควรเน้นเป้าหมายไปยังการสร้างงานที่เกิดจากการจ้างงานของสตาร์ทอัพ รวมไปจนถึงการเพิ่มจำนวนสตาร์ทอัพต่อจำนวนประชากร เพื่อให้เกิดการพัฒนาระบบนิเวศได้อย่างยั่งยืน

การเพิ่มทรัพยากรบุคคลสายงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี (Tech Talent) ในประเทศไทย

เป็นอีกหนึ่งหัวใจสำคัญในการสร้างระบบนิเวศที่ดีสำหรับสตาร์ทอัพ คือ การสร้างคน โดยเฉพาะบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดัน และสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจสตาร์ทอัพ ปัญหาสำคัญของสตาร์ทอัพในเมืองไทย คือ ภาวะการขาดแคลนกลุ่มคนที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี และจะสะท้อนไปสู่ต้นทุนที่สูงขึ้นจากการแข่งขันทางด้านราคาแรงงาน ดังนั้นในการสร้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ ควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาให้สอดคล้องกับการพัฒนาสตาร์ทอัพ ดังนี้

แผนภาพที่ 5-4 ข้อเสนอแนะ : การเพิ่มทรัพยากรบุคคลสายงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี (Tech Talent) ในประเทศไทย



ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย, 2563.

1. ควรจัดโปรแกรมเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาสตาร์ทอัพตั้งแต่ระดับมหาวิทยาลัย เพื่อทำหน้าที่ในการสร้างความรู้ อบรม และบ่มเพาะนักศึกษาให้มีความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมเมื่อจบการศึกษา ไม่ว่าจะเข้าทำงานด้านสายเทคโนโลยี หรือเป็นผู้ก่อตั้งสตาร์ทอัพใหม่ ๆ

2. มีการส่งเสริมการแบ่งปันประสบการณ์ ความรู้ จากสตาร์ทอัพรุ่นก่อนที่ประสบความสำเร็จเพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้สตาร์ทอัพรุ่นใหม่ได้ปฏิบัติเป็นแนวทาง โดยเน้นการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาสตาร์ทอัพในอนาคต

3. ส่งเสริมพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลทุกระดับการศึกษา ทั้งองค์ความรู้ในชั้นเรียนและการเพิ่มคลังความรู้ทางออนไลน์ให้นักเรียนนักศึกษาได้ค้นคว้าเพิ่มเติม รวมถึงการเพิ่มหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับสตาร์ทอัพ เช่น หลักสูตรผู้ประกอบการ หลักการบัญชีเบื้องต้น กฎหมายที่ควรรู้สำหรับการทำธุรกิจ

4. ส่งเสริมการพัฒนาด้านกรอบความคิด ผ่านชั้นเรียนนอกหลักสูตร เช่น การคิดนอกกรอบ โดยเฉพาะแนวคิดเรื่อง Growth mindset เป็นกุญแจสำคัญของสตาร์ทอัพหลายรายโดยแนวคิดเหล่านี้เป็นการสนับสนุนการกล้าคิดกล้าทำ ไม่ยึดติดในกรอบความคิดเดิม ๆ สามารถเปิดกว้างทางความคิดและการเรียนรู้

5. ส่งเสริมทักษะภาษาอังกฤษที่จำเป็นแก่สตาร์ทอัพ บางครั้งสตาร์ทอัพไทยมีความรู้ความสามารถที่ดี แต่ไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ ทำให้เสียโอกาสและไม่สามารถระดมทุนกับ VC ต่างประเทศได้ ดังนั้นการที่เน้นการศึกษาโดยการพัฒนาภาษาอังกฤษ ก็เป็นทักษะที่จำเป็นในการขยายตลาดและสามารถแข่งขันกับต่างชาติได้ อาจเริ่มต้นจากการฝึกฝนในเรื่องการนำเสนอบริษัท (Pitching) หรือการถามตอบในเรื่องที่เกี่ยวข้องในสายงาน (Q&A) และฝึกฝนอย่างจริงจังและเป็นประจำ เพื่อพัฒนาทักษะสำหรับการใช้งานจริง ดังนั้นการที่สตาร์ทอัพมีทักษะภาษาอังกฤษที่ดีอาจเป็นโอกาสที่จะสามารถนำเสนอบริษัทให้แก่นักลงทุนทั้งในประเทศไทยและต่างชาติ และยังเป็นส่วนช่วยให้สตาร์ทอัพประสบความสำเร็จในการระดมทุนได้อีกด้วย

ทักษะต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความเป็นผู้ประกอบการ ทักษะในเชิงบริหารธุรกิจ ทักษะด้านภาษาอังกฤษ เหล่านี้จะสามารถสรรหาและได้มาซึ่ง Tech Talent ที่มีฝีมือ อีกทั้งยังมีการปรับกระบวนการทางความคิด (Mindset) ที่เอื้อต่อการทำธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ทางภาครัฐยังสามารถให้การสนับสนุนทางด้านการศึกษาเชิงบูรณาการโดยตรงกับสตาร์ทอัพ เพื่อให้สตาร์ทอัพได้มีทักษะในเชิงบริหารธุรกิจและความรู้ที่จำเป็นที่จะต้องใช้ในการระดมทุนหรือขยายธุรกิจได้ดังต่อไปนี้

1. ควรมีการแก้ปัญหาในเรื่องของฐานเงินเดือน โดยภาครัฐอาจมีส่วนช่วยในการผลักดันเรื่องค่าตอบแทนแรงงานโดยเฉลี่ยสายเทคโนโลยี ให้ทัดเทียมกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคได้อีกด้วย เพื่อดึงดูดแรงงานที่มีคุณภาพและมีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี เพื่อให้สร้างเสริมระบบนิเวศที่ดีของสตาร์ทอัพได้อีกด้วย

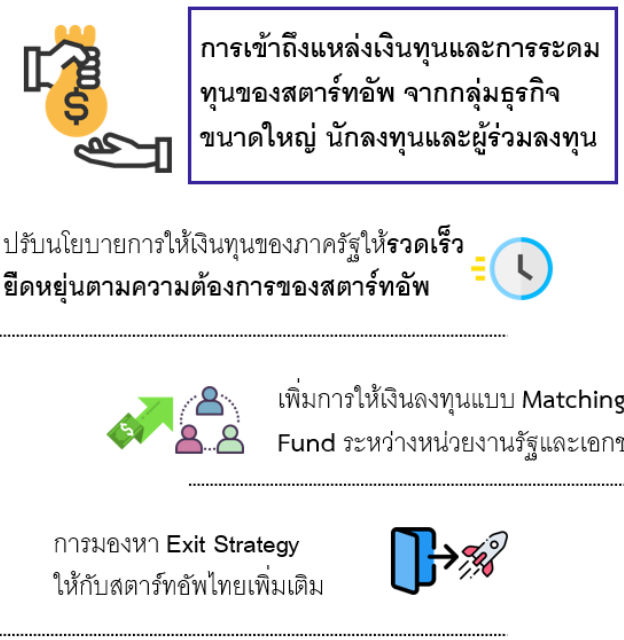
2. ให้ความสำคัญกับการให้ความรู้โดยกองทุนร่วมทุนจากต่างประเทศ (Regional VC) รัฐบาลควรมีการจัดสัมมนาหรือการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้เข้าใจถึงวิสัยทัศน์หรือพันธกิจของธุรกิจที่เติบโตได้ดีในต่างประเทศ รวมถึงการแบ่งปันความรู้ต่าง ๆ เพื่อเป็น กรณีศึกษา เพื่อให้สตาร์ทอัพไทยได้ปรับใช้ เพื่อที่จะสามารถขยายธุรกิจให้เติบโตได้ในอนาคตทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

โดยภาครัฐอาจเข้าไปศึกษาตัวอย่างจากประเทศสิงคโปร์ ที่มีการส่งเสริมให้มีการพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ที่มีชื่อเรียกว่าโครงการ Skill Future โดยพลเมืองสิงคโปร์ทุกคนสามารถเข้าโปรแกรม Skills Future โดยเน้นการพัฒนาความรู้ความสามารถและทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็น เพื่อการทำงานในอนาคตได้ อาจมีการทำงานร่วมกับทางภาครัฐและเอกชน ในการมุ่งหาทักษะที่ขาดแคลนและจำเป็น อย่างเช่น ประเทศไทยควรเน้นด้านเทคโนโลยี ดิจิทัล เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสการจ้างงานซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการพัฒนาสตาร์ทอัพอีกด้วย โดยไม่ลืมที่จะคำนึงถึงค่าตอบแทนที่เหมาะสม ปัจจัยเหล่านี้จะช่วยความพร้อมของบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของสตาร์ทอัพได้

การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการระดมทุนของสตาร์ทอัพ จากกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ นักลงทุนและผู้ร่วมลงทุน

การที่สตาร์ทอัพจะเติบโตได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีเงินทุนเพื่อนำมาลงทุนพัฒนาเทคโนโลยี และต่อยอดทางธุรกิจ ยิ่งโดยเฉพาะกับธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีความเสี่ยงสูงนั้น จึงมีวิธีการหาเงินทุนที่แตกต่างจากธุรกิจทั่วไป ซึ่งในปัจจุบันสตาร์ทอัพมีโอกาสได้รับเงินทุนหลากหลาย โดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของหน่วยงานเพื่อลงทุนในกองทุนหรือสตาร์ทอัพ (Corporate Venture Capital) แต่อย่างไรก็ตาม และ เงินลงทุนจากต่างประเทศ ปัญหาสำคัญของสตาร์ทอัพ คือการเข้าถึงแหล่งเงินทุนต่าง ๆ เพราะขาดคุณสมบัติที่ไม่ตรงตามหลักเกณฑ์ ไม่สามารถนำเสนอบริษัทหรือสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้ หรือสตาร์ทอัพอาจจะมีรายได้ไม่ชัดเจน หรือมีฐานลูกค้าจำนวนน้อย (Traction) ขาดความน่าเชื่อถือของระบบบันทึกบัญชี เหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญเมื่อต้องการเข้าหานักลงทุนเพื่อนำข้อมูลมาพิจารณาในการขอเงินลงทุน ดังนั้นทางสตาร์ทอัพควรมุ่งเน้นที่จะพัฒนาธุรกิจให้เติบโต สร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างแท้จริง มี UX UI ที่ดี มุ่งเน้นการสร้างฐานลูกค้าและรายได้ที่ดีเพื่อดึงดูดนักลงทุนได้ในรอบต่าง ๆ นอกเหนือจากนี้ ทางหน่วยงานลงทุนต่าง ๆ ควรมีมาตรการสนับสนุนผ่อนปรนบางหลักเกณฑ์หรือปรับนโยบายให้สอดคล้องกับสตาร์ทอัพหรือมีวิธีวัดที่แตกต่างกันไปในแต่ละธุรกิจ ดังนั้นควรปรับหลักเกณฑ์ตามแนวทางดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 5-5 ข้อเสนอแนะ : การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการระดมทุนของสตาร์ทอัพ จากกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ นักลงทุนและผู้ร่วมลงทุน



ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย, 2563.

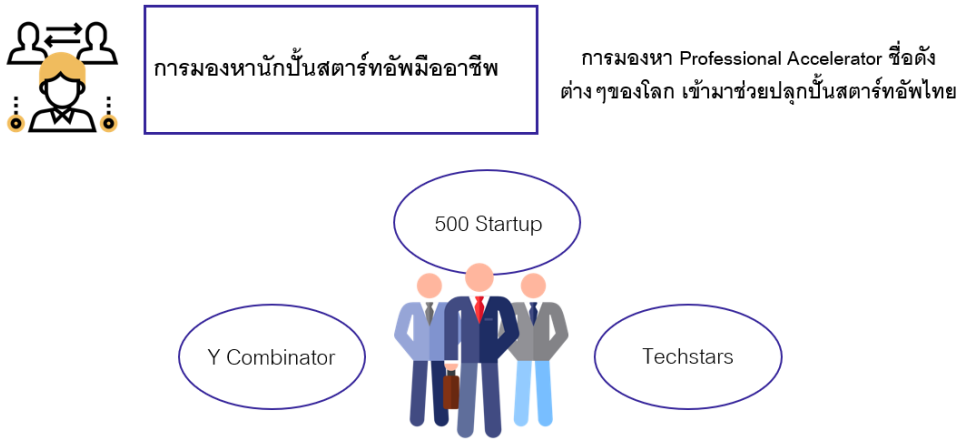
1. เน้นปรับนโยบายการให้เงินทุนของภาครัฐให้รวดเร็ว ยืดหยุ่นตามความต้องการของสตาร์ทอัพ ปัจจัยที่สำคัญอย่างเช่น ทั้งขนาดของเงินทุนที่ยังไม่เพียงพอต่อการพัฒนาธุรกิจการกระจายเงินทุนในแต่ละ Stage ข้อจำกัดการใช้เงินทุนที่ได้รับ และกระบวนการการขอเงินทุนที่ใช้เวลานาน ล้วนเป็นปัญหาที่ต้องการการแก้ไขในเชิงมหภาค ทางรัฐบาลควรจัดตั้ง VC แห่งชาติ ทั้งดูในเรื่องการกระจายเงินทุนที่เหมาะสมกับช่วงการเติบโตของสตาร์ทอัพใน และครอบคลุมหลากหลายธุรกิจ โดยอาจเน้นเป็น 2 Stage คือ Early Stage และ Growth Stage โดย Early Stage นั้นมุ่งเน้นการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของสตาร์ทอัพระยะเริ่มต้นธุรกิจ ในการกำหนดเทคโนโลยีเป้าหมายและพื้นที่ที่ต้องรับผิดชอบ แต่มุ่งเน้นการลงทุนในหลากหลายธุรกิจ เน้นการบริหารแบบรวมศูนย์เพื่อไม่ให้ทับซ้อนเหมือนในปัจจุบัน ในขณะเดียวกัน Growth Stage ต้องมุ่งเน้นในการกำหนดเทคโนโลยีเป้าหมายเฉพาะที่ประเทศไทยได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อให้เติบโตได้ในภูมิภาค และรัฐบาลควรมุ่งเน้นการมุ่งแก้ปัญหาอื่น ๆ อย่างเช่น เรื่องการลดระยะเวลาการพิจารณาในกระบวนการขอเงินลงทุน และการขยายการใช้เงินตามจุดประสงค์ต่าง ๆ โดยไม่จำกัดการใช้เงินการลงทุนตามเงื่อนไขโดยเน้นให้มีความยืดหยุ่น โดยสามารถใช้ได้ในการพัฒนาโปรดักส์ หรือสามารถนำไปใช้สำหรับกิจกรรมทางการตลาด รวมไปจนถึงขนาดของเงินลงทุนที่เหมาะสม อาจเน้นในเรื่องการประเมินมูลค่าที่เหมาะสม เนื่องจากปัจจุบันขนาดเงินลงทุนที่สนับสนุนอาจจะยังไม่เพียงพอต่อการเติบโตของธุรกิจ เพื่อประโยชน์ให้สตาร์ทอัพสามารถนำเงินลงทุนเหล่านั้นไปพัฒนาธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพได้อีกด้วย ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสทางการลงทุนและลดปัญหาการระดมทุนในแต่ละรอบการลงทุนรวมไปจนถึงเพิ่มโอกาสในการระดมทุนในรอบถัด ๆ ไปได้

2. เพิ่มการให้เงินลงทุนแบบ Matching Fund ทั้งในรูปแบบของ Matching Fund กับบริษัทเอกชน หรือ Matching Fund กับกลุ่มนักลงทุนมืออาชีพ ทั้งนี้ภาครัฐสามารถเน้นการจัดตามหัวข้อ/นโยบายต่าง ๆ ที่สนใจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประเทศในแต่ละด้าน อย่างเช่น AgriTech HealthTech หรือ EdTech ต่าง ๆ ในการลงทุนแบบ Matching Fund อาจมีการรวบรวม VC หรือ CVC หลายๆรายเข้าด้วยกัน ข้อดีก็คือเป็นการลดความเสี่ยงของแต่ละเจ้า เพื่อเพิ่มความมั่นใจของกลุ่มนักลงทุน เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการลงทุนในสตาร์ทอัพ เนื่องจากในปัจจุบันมีเงินทุนที่พร้อมเสี่ยงในการลงทุนสตาร์ทอัพในระดับที่ต่ำ รวมไปจนถึงมีกฎระเบียบที่ไม่เอื้ออำนวยอยู่พอสมควร ดังนั้นในการรวมกลุ่มการลงทุนที่นำโดยรัฐบาลน่าจะช่วยเพิ่มศักยภาพให้นักลงทุนมีความมั่นใจมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่นโครงการ Innospace ซึ่งเป็น National Startup Platform ที่รวบรวมภาคเอกชน 13 หน่วยงาน และหน่วยงานภาครัฐอย่างเช่น กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) มหาวิทยาลัยต่าง ๆ พร้อมเชื่อมต่อองค์กรสตาร์ทอัพจากต่างประเทศ อย่างเช่น Hong Kong CyberPort และหน่วยงานส่งเสริมสตาร์ทอัพประเทศอิสราเอลเพื่อสนับสนุน Startup ไทยให้เข้มแข็ง เชื่อมต่อกับระบบนิเวศสากล อีกด้วย

3. มองหา Exit Strategy ให้กับสตาร์ทอัพไทย จากการศึกษาพบว่า ในประเทศไทยยังไม่มีตัวอย่างสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ ไม่ว่าจะเป็น จุดที่ธุรกิจเติบโตจนสามารถ IPO ได้ หรือสามารถขายกิจการให้กับบริษัทใหญ่ ๆ ได้ ดังนั้น ควรมองหาสตาร์ทอัพดาวเด่นที่จะสามารถ Exit Case ได้ ทั้งนี้จะสามารถสร้างความเชื่อมั่นของนักลงทุนได้

การมองหามือปั้นมืออาชีพ

แผนภาพที่ 5-6 ข้อเสนอแนะ : การมองหามือปั้นสตาร์ทอัพมืออาชีพ



ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย, 2563.

เนื่องจากโครงการบ่มเพาะธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยในปัจจุบันเริ่มมีจำนวนลดน้อยลง และยังขาดพันธมิตรที่มีประสบการณ์ หรือ ผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเขามาช่วยให้ความรู้และปลุกปั้นสตาร์ทอัพไทย ทางหน่วยงานอย่างเช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ควรมองหา Professional Accelerator ชื่อดังต่าง ๆ ของโลก ได้แก่ Y Combinator, Techstars และ 500 Startup ที่จะเข้ามาเพื่อเป็นผู้ปั้นสตาร์ทอัพ ตัวอย่างเช่น Y Combinator ซึ่งได้ชื่อว่า เป็น Startup Incubator ที่มีชื่อเสียงมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก เป็นผู้ปั้นสตาร์ทอัพ อย่างเช่น Dropbox, Airbnb, Stripe, Reddit เพื่อพัฒนา Startup Program ที่เน้นการปั้นสตาร์ทอัพที่มีคุณภาพให้แก่ประเทศไทย เป็นศูนย์กลางเพื่อพัฒนาองค์ความรู้อันเป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ที่สนใจ หรือ สตาร์ทอัพที่จะเกิดใหม่ โดยอาจมีการเชื่อมต่อกับพันธมิตรในปัจจุบันอย่างเช่น สมาคมที่คอยช่วยเหลือสตาร์ทอัพ ได้แก่ สมาคมไทยผู้ประกอบธุรกิจเงินร่วมลงทุน (TVCA) สมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ (Thailand Tech Startup Association) หรือ โคเวิร์คกิ้งสเปซ (Co-Working Space) เช่น ฮับบา (Hubba) รวมไปจนถึงสื่อต่าง ๆ เทคซอส (Techsauce) ช่วยสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ให้กับสตาร์ทอัพไทยในระบบนิเวศได้อีกทางหนึ่งด้วย

นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอแนะอื่น ๆ อย่างเช่น การเน้นการสร้างค่านิยมทางสังคมที่ดีต่อสตาร์ทอัพ ก็ยังเป็นส่วนช่วยในการสร้างคุณสมบัติที่ดีสำหรับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ อย่างเช่น ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการดำเนินธุรกิจ เรียนรู้ที่จะสร้างธุรกิจให้เติบโต เพื่อให้ระบบนิเวศนี้เจริญได้อย่างยั่งยืนอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง

1. ส่งเสริมความหลากหลายทางด้านความคิด วัฒนธรรมการคิดต่างในสังคม เพื่อส่งเสริมผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในทุกช่วงวัย ตั้งแต่ระดับขั้นการศึกษา ระดับการทำงานในองค์กรใหญ่ ไปจนถึงระดับครอบครัว

2. ส่งเสริมการสร้าง DNA หรืออุปนิสัยที่เหมาะแก่การทำสตาร์ทอัพ เช่น ความกล้าคิดกล้าทำ กล้าในการทดลองสิ่งใหม่ ๆ การคิดนอกกรอบ การรู้จักแก้ปัญหาด้วยตนเอง เนื่องจากธุรกิจสตาร์ทอัพเกิดจากการนำแนวคิดหรือไอเดียใหม่ ๆ ที่มีเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ ดังนั้นจึงมีโอกาสเสี่ยงสูง สตาร์ทอัพจึงต้องเรียนรู้จากความล้มเหลวและปรับให้เร็วพอ

3. ส่งเสริมวัฒนธรรมการสร้าง Internal startup program ในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการทำงานร่วมกันกับสตาร์ทอัพ หรือการเน้นสร้างสตาร์ทอัพขึ้นมาในองค์กร หรือที่เรียกว่า Venture Builder เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนและผลักดันนวัตกรรมในองค์กร โดยเป็นการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรมได้ในอนาคต

4. ส่งเสริมบรรยากาศที่เอื้อต่อการเกิดสตาร์ทอัพผลักดันชุมชนสตาร์ทอัพ (Startup Community) ให้เติบโตและกระจายไปยังหัวเมืองจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อให้เป็นศูนย์รวมทั้งสตาร์ทอัพ ผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ และนักลงทุนในการแบ่งปันประสบการณ์ ทั้งในแง่การดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จและการเผชิญหน้ากับอุปสรรคต่าง ๆ โดย Startup Community จะช่วยให้ภาคส่วนต่าง ๆ ในระบบนิเวศสตาร์ทอัพได้ติดต่อเชื่อมโยงช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

5. ส่งเสริมการรับรู้ถึงบทบาทอาชีพของสตาร์ทอัพในสังคม โดยเฉพาะในระดับครอบครัวให้มีทัศนคติที่ดีต่อสตาร์ทอัพว่าเป็นอาชีพที่เน้นการสร้างนวัตกรรมให้กับสังคม มีความสำคัญและมั่นคงในอาชีพเทียบเท่ากับอาชีพในองค์กรใหญ่ เนื่องจากครอบครัวเป็นรากฐานสนับสนุนขั้นแรกสำหรับผู้ที่สนใจเริ่มทำธุรกิจสตาร์ทอัพ

6. ส่งเสริมในเรื่องค่าตอบแทนของสตาร์ทอัพหรืองานสายด้านเทคโนโลยี ให้มีความเหมาะสมและสามารถเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อเป็นแรงจูงใจในด้านผลตอบแทนในการจ้างงานด้าน Tech Talent ในประเทศไทย

ข้อแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติที่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพควรมีในการทำธุรกิจ

ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ดีจะต้องพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา เนื่องด้วยสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องมีความพร้อมที่จะเผชิญปัญหาและนำพาบริษัทไปสู่เป้าหมายที่วางแผนไว้ โดยคุณสมบัติที่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพควรมีในการทำธุรกิจมีดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 5-7 ข้อเสนอแนะ : คุณสมบัติที่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพควรมีในการทำธุรกิจ

ที่มา : ประมวลผลโดยผู้วิจัย, 2563.

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

กิติมา หงส์ศิริกาญจน์. การศึกษาภาวะผู้นำธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม, 2562.

คราญ ไชยเมือง และจิรัฏฐ์ กาญจน์บุญเรือง. การจัดการเชิงกลยุทธ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมสู่ประเทศไทย 4.0. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยพายัพ, 2560.

โครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ มศก. โมเดลธุรกิจสตาร์ทอัพ. กรุงเทพฯ : Acme Themes, 2560.

ชัยวัฒน์ ใบไม้. สตาร์ทอัพ : นิยามความสำคัญและแนวทางการทำวิจัย. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2561.

ชุติมา โอภาสานนท์. ก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการ. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและสถาบันพัฒนารัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2543.

ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี. SET Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ. กรุงเทพฯ : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560.

พงศ์ปิติ เอกเธียรชัย. สตาร์ทอัพไทยเติบโตอย่างไรในปี 2562. กรุงเทพฯ : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562.

นวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), สำนักงาน. บริการและกิจกรรมส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรม. กรุงเทพฯ : ย่านนวัตกรรมโยธี, 2561.

รัชจรินทร์ พรชัยวิเศษกุล, วิวรรณรักษ์ จรัสวิริยะกุล, อัญชลีวิสุทธิมรรค และสุรัต พิชัย. การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

สภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, สำนักงาน. สถานภาพการพัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup). กรุงเทพฯ : สอวช, 2562.

อำนาจ ธีระวนิช. การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ : ธรรมศาสตร์, 2549.

วารสาร

กฤษยา มะแอ และกฤษณา ฝังใจ. “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในประเทศไทย”, วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ. 28 (2), 2561. หน้า 143-158.

วิเลิศ ภูริวัชร และสุชาติ ไตรภพสกุล. “การพัฒนาแบบจำลองความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการโดยการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกทวิ : กรณีศึกษาประเทศไทย”, วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์. 37 (145), 2558. หน้า 63-81.

เอกสารวิจัย

ธุรกิจ มหาธีรานนท์ และคณะ. “วิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพรีไฟแนนซ์แห่งหนึ่ง”. สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, 2560.

วรัญญา สิทธิสมเรือง. “การศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจสตาร์ทอัพ : กรณีศึกษาธุรกิจจองช่วงเวลาล้างรถแบบมีส่วนลดออนไลน์”. วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการตลาด, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2560.

สัมภาษณ์

ธันยธร เพ็ญบำรุงวงศ์, ประธานกรรมการบริหาร และผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท เก็ต สนึก จำกัด. สัมภาษณ์. มีนาคม 2563.

อินทัช มาศวงษ์ปกรณ์, ประธานกรรมการบริหาร และผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท เวีย กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด. สัมภาษณ์. มีนาคม 2563.

สิรสิทธิ์ สุริยพัฒนพงศ์, ผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท ช็อคโก้ คาร์ด เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด. สัมภาษณ์. เมษายน 2563.

ภัทรพร โพธิ์สุวรรณ์, ประธานกรรมการบริหาร บริษัท อีเว้นท์ ป๊อป โฮลดิ้งส์ พีทีอี ลิมิเต็ด จำกัด. สัมภาษณ์. เมษายน 2563.

ดร.ชินาวุธ ชินะประยูร, ผู้ช่วยผู้อำนวยการ ด้านเศรษฐกิจดิจิทัล สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. สัมภาษณ์. เมษายน 2563.

ดร.วาริน รัชนานุสรณ์, ผู้อำนวยการสถาบันส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. สัมภาษณ์. เมษายน 2563.

พลภัทร อัครปรีดี, อดีตกรรมการผู้จัดการ หน่วยงานทุนองค์กร บริษัท ดิจิทัล เวนเจอร์ส จำกัด. สัมภาษณ์. เมษายน 2563.

ณิชาภัทร อัครปรีดี, ที่ปรึกษา บริษัท โอเพ่นสเปซ เวนเจอร์ จำกัด. สัมภาษณ์. เมษายน 2563.

กัมปนาท วิมลโนท, หัวหน้าสายงานลงทุน บริษัท กรุงศรี ฟินโนเวต จำกัด. สัมภาษณ์. เมษายน 2563.

อรนุช เลิศสุวรรณกิจ. ประธานกรรมการบริหาร และผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท เทคซอส มีเดีย จำกัด. สัมภาษณ์. เมษายน 2563.

อมฤต เจริญพันธ์, ประธานกรรมการบริหาร และผู้ก่อตั้ง บริษัท ฮับบา จำกัด. สัมภาษณ์. เมษายน 2563.

เอกสารไม่ตีพิมพ์

สมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่. “รายงานผลสำรวจระบบนิเวศสตาร์ทอัพของประเทศไทยปี 2561”. เอกสารประกอบการสัมมนา ณ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. 2561.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, สำนักงาน. “ก.ล.ต. ออกเกณฑ์เปิดโอกาสเอสเอ็มอีและสตาร์ทอัพ ระดมทุนจากผู้ลงทุนในวงจำกัดได้”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : https://www.sec.or.th/TH/Pages/News_Detail.aspx?SECID=8027, 2563.

เทคซอส. “Startup ต้องรู้ 4 ผลกระทบต่อผู้ประกอบการหลังแก้กฎหมายแพ่งและพาณิชย์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : https://techsauce.co/tech-and-biz/thai-law-amendment-for-startups, 2560.

นวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), สำนักงาน. “รายงานประจำปี 2562”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : https://creation.smartcatalogue.com/public/products/user_000756/00002174/pdf/200708160859-0000002174.pdf, 2562.

พัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน), สำนักงาน. “บทบาทของสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : https://www.dga.or.th/th/role/, 2563.

พัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน), สำนักงาน. “แผนการขับเคลื่อน Digital government Technology and Innovation Center”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : https://www.dga.or.th/upload/download/file_6e4e8a4741bfab08eaa2473de54bddbf.pdf, 2563.

ส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, สำนักงาน. “โครงการสถาบันส่งเสริมวิสาหกิจดิจิทัลเริ่มต้น”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : https://www.depa.or.th/th/startup-institute, 2563.

สถิติแห่งชาติ, สำนักงาน. “สรุปผลที่สำคัญผู้ทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พ.ศ. 2562”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/%e0%b8%94%e0%b9%89%e0%b8%b2%e0%b8%99ICT/%e0%b8%aa%e0%b8%b3%e0%b8%a3%e0%b8%a7%e0%b8%88%e0%b8%9c%e0%b8%b9%e0%b9%89%e0%b8%97%e0%b8%b3%e0%b8%87%e0%b8%b2%e0%b8%99%e0%b8%94%e0%b9%89%e0%b8%b2%e0%b8%99%e0%b9%80%e0%b8%97%e0%b8%84%e0%b9%82%e0%b8%99%e0%b9%82%e0%b8%a5%e0%b8%a2%e0%b8%b5%e0%b8%aa%e0%b8%b2%e0%b8%a3%e0%b8%aa%e0%b8%99%e0%b9%80%e0%b8%97%e0%b8%a8/2562/2562_ICT-Worker.pdf, 2562.

สภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, สำนักงาน. “บทวิเคราะห์อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยด้านโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และด้านการศึกษา ประจำปี 2562”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://stiic.sti.or.th/wp-content/uploads/2019/07/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%B0%E0%B8%AB%E0%B9%8C-IMD-2019-web-ver.pdf, 2562.

สมาร์ทเอสเอ็มอี. “สตาร์ทอัพไทย ก้าวอย่างไรเพื่อไปถึงยูนิคอร์น”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : https://www.smartsme.co.th., 2560.

สุพเนตร แสนเสนา และคณะ. “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ Startup”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://sc2.kku.ac.th/stat/statweb/images/Eventpic/60/Seminar/01_1_Startup.pdf, 2560.

สุรชัย ภัทรบรรเจิด. “คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://www.pattanakit.net/index.php?lay=show&ac=article&Id=538705672&Ntype=124, 2554.

ภาษาต่างประเทศ

Books

Bruton & Ahlstrom. Developments in Chinese Entrepreneurship : Key Issues and Challenges. Berlin : Springer, 2003.

BUSEM. Global Entrepreneurship Monitor Thailand Report 2013. Bangkok : Bangkok University, 2013.

Nybakk et al. Value Addition of Horticultural Crops: Recent Trends and Future Directions. Berlin : Springer, 2009.

Van Stel, A., Thurik, R., Verheul I. and Baljeu, L. The Contribution of Business Ownership in Bringing Down Unemployment in Japan, Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy #0506. Jena : Max Planck Institute of Economics, 2005.

Wiltbank. The Dynamics of Entrepreneurship: Evidence from Global Entrepreneurship. Oxford : Oxford University Press, 2005.

Journals

Acs, Z. J., & Szerb, L. “Entrepreneurship Economic Growth and Public Policy”, Small Business Economics, 28 (2-3), 2007 p. 109-122.

Alain, F., Gailly, B., Kickul, J., Lassas-Clerc, N., & Whitcanack, L. “Capturing Variations in Attitudes and Intentions: A Longitudinal Study to Assess the Pedagogical Effectiveness of Entrepreneurship Teaching Programs”, The European Institution for Lifelong Learning, 2005.

Angerer, M., Brem, A., Kraus, S., & Peter, A. “Start-up Funding Via Equity Crowdfunding in Germany: A Qualitative Analysis of Success Factors”, The Journal of Entrepreneurial Finance (JEF), 19 (1), 2017 p. 1-34.

Avlonitis et al. “Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus of Control and Innovativeness”, Journal of Business Venturing, 16 (1), 1994 p. 51-75.

Gelard, P., & Saleh, K. E. “Impact of some contextual factors on entrepreneurial intention of university students”, African Journal of Business Management, 5 (26), 2011. p. 10707.

Gurel et al. “The moderating role of higher education on entrepreneurship”, International Journal of hospitality management, 31 (2), 2010 p. 489-499.

Gurol & Atsan. “Entrepreneurial characteristics amongst university students: Some insights for entrepreneurship education and training in Turkey”, Education and Training, 48 (1), 2006 p. 25-38.

Husain, G., Hamdan, A., Al-Sartawi, A., & Al Dhaen, E. “The Factors Affecting Enterprise Startup: Proposed Research”, In International Conference on Innovation and Entrepreneurship Academic Conferences International Limited, 2019, September. p. 401-XXII.

Kickul, J., Wilson, F., Marlino, D., & Barbosa, S. D. “Are Misalignments of Perceptions and Self‐efficacy Causing Gender Gaps in Entrepreneurial Intentions Among Our Nation's Teens?”, Journal of Small Business and Enterprise Development, 15 (2), 2008 p. 321-335.

Kobayashi, N. “A Factor Analysis of Business Start-up Rates in Japan: Contemporary and Historical Context (No. 202)”, Journal of Industrial Economics, 4 (2), 2020 p. 5-28.

Lado-Sestayo, R., Vivel-Búa, M., & Otero-González, L. “Drivers and Barriers to Entry for New Hotel Start-ups”, Tourism Management Perspectives, 23, p. 87-96.

Levie, J., & Autio, E. “A Theoretical Grounding and Test of The GEM Model”, Small Business Economics, 31 (3), 2008. p. 235-263.

Lim, S. Y., & Anderson, E. G. “Institutional Barriers Against Innovation Diffusion: From the Perspective of Digital Health Startups”, In 2016 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS), 2016. p. 3328-3337.

McClelland. “Toward a Theory of Motive Acquisition”, American Psychologist, 20 (5), 1965 p. 321–333.

Naldi, L., Baù, M., Ahl, H., & Markowska, M. “Gender (in) Equality Within the Household and Business Start-up Among Mothers”, Small Business Economics, 2019 p. 1-16.

Rachmawan, A., Lizar, A. A., & Mangundjaya, W. L. “The Role of Parent's Influence and Self-efficacy on Entrepreneurial Intention”, The journal of developing areas, 2015 p. 417-430.

Sozen, E., & O’Neill, M. “An Exploration of The Motivations Driving New Business Start-up in The United States Craft Brewing Industry”, In Craft Beverages and Tourism, 2, 2018 p. 195-212.

Tegarden, L. F., Echols, A. E., & Hatfield. “Emerging Technology, Academic Research, and Commercial Success, Conditionally Accepted at: IEEE Transactions on Engineering Management”, Journal of Industrial Economics, 44, 2000 p. 53-68.

WANG, S., & XU. “Relationship Between Startup and Company”, Journal of Intellectual Capital, 2 (28), 2016 p. 56-68.

Xu, Z., Sukumar, A. P., & Chen. “Mining Social Media to Identify Heat Waves”, International Journal of Environmental Research and Public Health, 16 (5), 2019 p. 762.

Electronic Database

Techsauce. “Thailand Tech Startup Ecosystem Report 2019. Retrieved 6 April 2020”. (Online). Available : https://www.slideshare.net/techsauce/thailand-tech-startup-ecosystem-report-2019-by-techsauce, 2019.

We are Social และ Hootsuite. “Digital 2020 Thailand. Retrieved 10 April 2020”. (Online). Available : https://datareportal.com/reports/digital-2020-thailand, 2020.

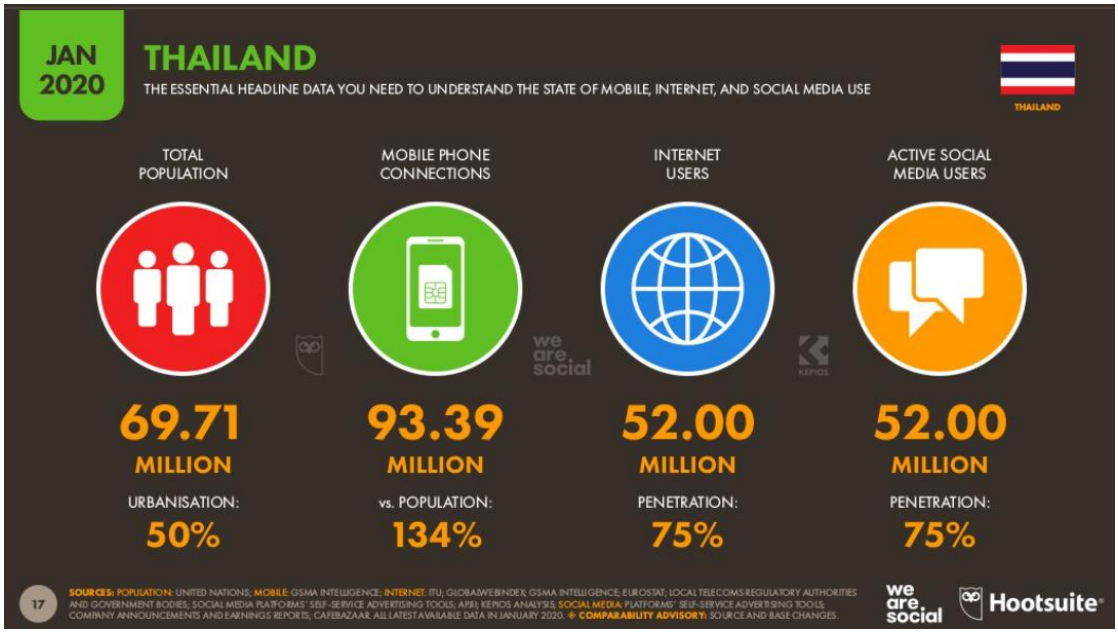
Adecco. “Thailand’s Salary Guide 2020. Retrieved 10 April 2020”. (Online). Available : https://adecco.co.th/uploads/Article/2020/01%20Jan%20-%20Salary%20Guide/Adecco-thailand-salaryguide-2020.pdf, 2020.

HIRED. “2019 State of Salaries Report. Retrieved 12 April 2020”. (Online). Available : http://pages.hired.email/rs/289-SIY-439/images/hired-state_of_salaries.pdf?mkt_tok=eyJpIjoiWkdJelltUXhZV1F3WTJFMiIsInQiOiJMd3NBWFFqc1h6djNjb0FDTzM0QkdaVWp1MVwvclhKdkdjUFBGUzg1SkdQZldVNkFkODFMMURWOGN4VzhiNzBNWDA2U0srSVV0VGUzTDFsMjFNYXJGNzNsK3NPUlMyU3NcL2VyMVZndWkxQWFqclJvY2g0aTYybCtnV25BMWNpVkFzIn0%3D, 2019.

ภาคผนวก

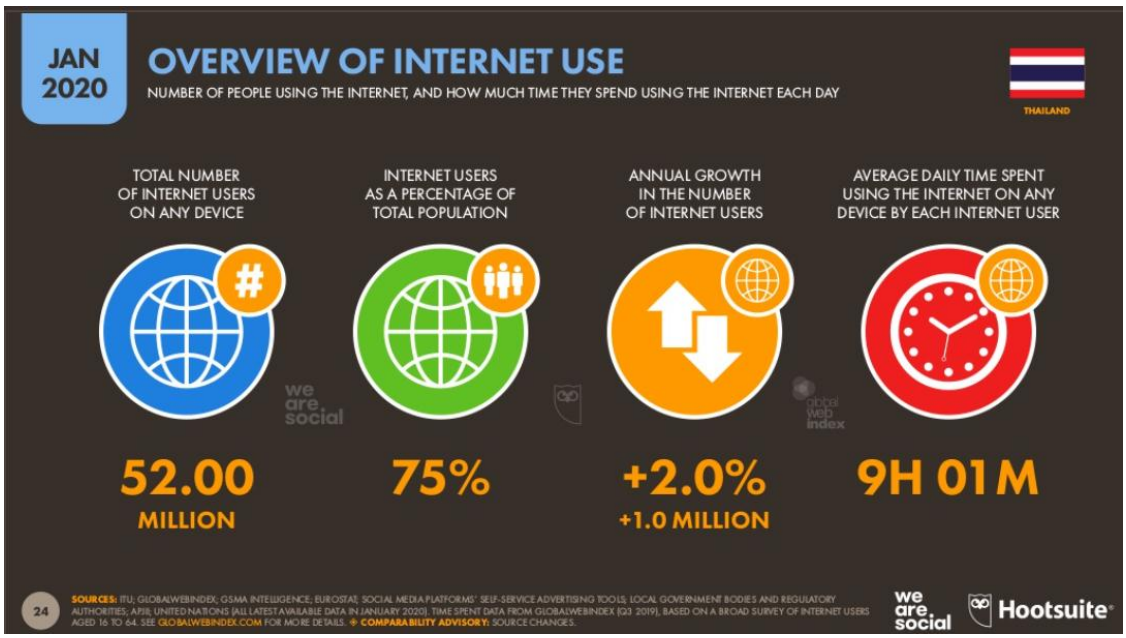
ภาพอ้างอิง

ตัวเลขสำคัญของการใช้งานดิจิทัลของประเทศไทย



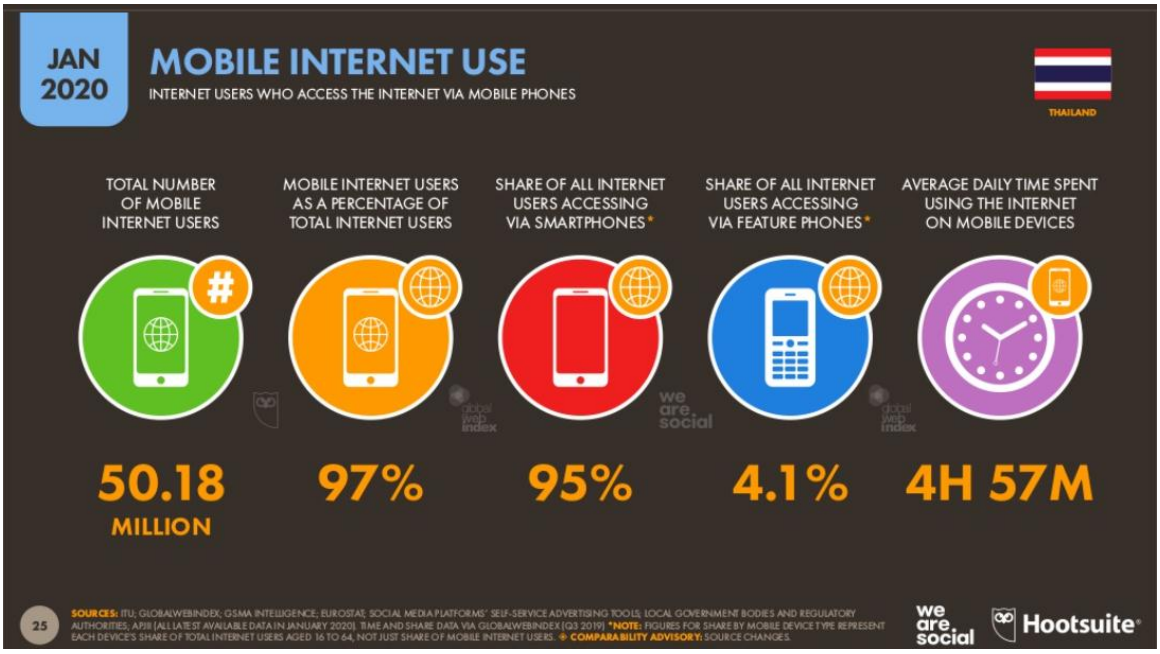
ที่มา : รายงาน Digital Thailand 2020 โดย We are Social และ Hootsuite, 2020.

ตัวเลขสำคัญของการใช้งานอินเทอร์เน็ตของประเทศไทย



ที่มา : รายงาน Digital Thailand 2020 โดย We are Social และ Hootsuite, 2020.

ตัวเลขสำคัญของการใช้งานอินเทอร์เน็ตบนมือถือของประเทศไทย



ที่มา : รายงาน Digital Thailand 2020 โดย We are Social และ Hootsuite, 2020.

อันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย (IMD) ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ จำแนกตามตัวชี้วัด ปี 2018 – 2019

Scientific Infrastructure Criterion	2018			2019			
	Value	Average	Rank	Value	Average	Rank	Ranking 2016/17
1. ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาของทั้งประเทศ Total expenditure on R&D (US$ millions)	3,217	24,761	34	4,571	25,527	30	↑
2. ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาของทั้งประเทศต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ Total expenditure on R&D per GDP (%)	0.78	1.45	45	1.00	1.46	37	↑
3. ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาของทั้งประเทศต่อประชากร Total expenditure on R&D per capita (US$)	48.8	536.5	49	69.1	557.5	47	↑
4. ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชน Business expenditure on R&D (US$ millions)	2,343	17,506	29	3,657	18,988	27	↑
5. ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ Business expenditure on R&D per GDP (%)	0.57	0.94	36	0.80	0.97	27	↑
6. จำนวนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาแบบเทียบเท่าทำงานเต็มเวลาของทั้งประเทศ Total R&D personnel nationwide (Full-time equivalent: FTE) (FTE thousands)	112.4	193.7	17	138.6	204.5	16	↑
7. จำนวนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาแบบเทียบเท่าทำงานเต็มเวลาของทั้งประเทศต่อประชากร 1,000 คน Total R&D personnel nationwide per capita (FTE) Per 1000 People	1.70	4.60	43	2.09	4.57	39	↑
8. จำนวนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาแบบเทียบเท่าทำงานเต็มเวลาในภาคเอกชน Total R&D personnel in business enterprise (FTE) (FTE thousands)	62.0	145.4	20	86.3	150.9	16	↑
9. จำนวนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาแบบเทียบเท่าทำงานเต็มเวลาในภาคเอกชนต่อประชากร 1,000 คน Total R&D personnel in business enterprise per capita (FTE) Per 1000 People	0.94	2.65	38	1.30	2.78	39	↓
10. จำนวนนักวิจัยแบบเทียบเท่าทำงานเต็มเวลาต่อประชากร 1,000 คน Researchers in RD per capita (FTE) Per 1000 People	1.3	3.2	41	1.4	3.2	40	↑
11. สัดส่วนบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และวิศวกรรม Science degrees (%) (total first university degrees in Science and engineer)	34.91	34.64	29	34.91	34.67	30	↓
12. จำนวนบทความด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	9,582	34,843	36	9,582	34,843	36	●

ที่มา : สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.)

อันดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย (IMD) ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ จำแนกตามตัวชี้วัด ปี 2018 – 2019 (ต่อ)

Scientific Infrastructure Criterion	2018			2019			
	Value	Average	Rank	Value	Average	Rank	Ranking 2016/17
Scientific articles (Scientific articles published by origin of author)							
13. จำนวนรางวัลโนเบล Nobel prizes	0	9	29	0	9	29	●
14. จำนวนรางวัลโนเบลต่อประชากร Nobel prizes per capita	0.00	0.19	29	0.00	0.19	29	●
15. จำนวนสิทธิบัตรที่ยื่นขอภายในประเทศ Patents applications	1,601	51,086	39	1,611	51,847	40	▼
16. จำนวนสิทธิบัตรที่ยื่นขอภายในประเทศต่อจำนวนประชากร Patents applications per capita	2.43	83.04	55	2.43	82.67	54	▲
17. จำนวนสิทธิบัตรที่ให้กับคนในประเทศ Patents granted to residents	212	20,983	47	231	22,349	46	▲
18. จำนวนสิทธิบัตรต่อประชากร 100,000 คน Number of patents in force (per 100,000 inhabitants)	2.8	309.0	56	3.1	341.1	54	▲
19. สัดส่วนมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นกลางถึงสูง Medium- and high-tech value added (%) (proportion of total manufacturing value added)	-	-	-	40.71	37.98	28	-
20. มาตรฐานการวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ของภาครัฐและภาคเอกชนมีคุณภาพสูงตามมาตรฐานสากล Scientific research (public and private) is high by international standards*	4.66	5.42	40	-	-	-	-
21. การดึงดูดนักวิจัยและนักวิทยาศาสตร์ Researchers and scientists are attracted to your country*	4.46	4.86	36	-	-	-	-
22. สภาพแวดล้อมทางกฎหมายเอื้อต่อการทำวิจัยทางวิทยาศาสตร์ Scientific research legislation (Law relating to scientific research do encourage innovation)*	5.10	5.40	36	5.50	5.85	37	▼
23. การบังคับใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา Intellectual property rights are adequately enforced*	5.38	6.40	47	5.68	6.53	47	●
24. การถ่ายทอดความรู้ Knowledge transfer is highly developed between companies and universities*	4.97	5.22	34	5.24	5.34	32	▲
25. ความสามารถด้านนวัตกรรมของบริษัท Innovative capacity of firms to generate new products, processes and/or services is high in your economy*	5.17	5.72	42	-	-	-	-

หมายเหตุ: * ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นผู้บริหาร

▲ หมายถึง อันดับดีขึ้น ▼ หมายถึง อันดับแย่ลง ● หมายถึง อันดับคงที่

ที่มา : สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.)

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ : นายเอนก พนาอภิชน

วัน เดือน ปีเกิด : 6 ตุลาคม 2508

การศึกษา
: พ.ศ.2541 ปริญญาโท บริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
: พ.ศ.2529 ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การบัญชี) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
: พ.ศ.2551 Director Certification Program รุ่น 111/2551 (IOD)
: พ.ศ.2555 หลักสูตรผู้บูริหารระดับสูง สถาบันวิจัยการตลาดทุน (วตท.15 สถาบันวิทยาการตลาดทุน)
: พ.ศ.2557 Advanced Management Program (The Wharton School of the University of Pennsylvania, USA)
: พ.ศ.2560 – 2561 Harvard Leadership and Development Program(Harvard Business Publishing)

ประวัติการทำงานโดยย่อ
: 2561 - 2562 กรรมการ และกรรมการบริหาร บมจ. ซีเอส ล็อกซอินโฟ กรรมการ และกรรมการบริหาร บมจ. เทเลอินโฟ มีเดีย
: 2560 - 2561 รักษาการประธานเจ้าหน้าที่บริหารบมจ. อินทัช โฮลดิ้งส์
: 2553 - 2561 กรรมการบริหาร บมจ. ไทยคม รองกรรมการผู้อำนวยการสายงานการเงินและบัญชี บมจ. อินทัช โฮลดิ้งส์
: 2558 - 2560 กรรมการ บจก. ไฮ ช็อปปิ้ง
: 2553 - 2558 กรรมการ บมจ. ไทยคม

ตำแหน่งปัจจุบัน
: ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการและกรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)
: กรรมการและกรรมการบริหาร บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
: ประธานคณะกรรมการบริหาร บริษัท ไทยคม จำกัด (มหาชน)

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

เรื่อง ปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย

ผู้วิจัย นายเอนก พนาอภิชน หลักสูตร วปอ. รุ่น 62

ตำแหน่ง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการและกรรมการผู้มีอำนาจลงนามผูกพันบริษัท บริษัท อินทัช โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน)

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมทั้งในและนอกประเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มความสำคัญมากยิ่งขึ้นในอนาคต และเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนผู้บริโภคโดยตรง รวมถึงการบริหารงานภาครัฐและการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน ตลอดจนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติจากหน่วยงานภาครัฐ ทั้งนี้ภาครัฐมีแนวนโยบาย Thailand 4.0 เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิตอล ตามแนวโน้มของนวัตกรรมที่ปรับเปลี่ยนไป อีกทั้งการประมูล 5G ที่กำลังจะเกิดขึ้นจะยิ่งส่งผลให้นวัตกรรมเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น

ทุกภาคส่วนตื่นตัวกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และมีความพยายามในการสร้างนวัตกรรม เพื่อตอบโจทย์ให้กับหน่วยงานและองค์กรของตนเอง เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าของตนเอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างความแตกต่างและความได้เปรียบด้านการแข่งขัน

การมุ่งสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตื่นตัวเป็นอย่างมากในองค์กรขนาดใหญ่ ที่มีความพร้อมด้านเงินทุน และเล็งเห็นถึงความจำเป็นยิ่งยวดของการนำนวัตกรรม เข้ามาปรับเปลี่ยนการทำธุรกิจหรือแม้แต่สร้างธุรกิจใหม่ ๆ เสริม หรือทดแทนการทำธุรกิจแบบเดิม ๆ ที่กำลังจะถูกแทนที่ด้วยธุรกิจรูปแบบใหม่ หรือธุรกิจที่กำลังล้มหายตายจากไป การลงทุนใช้งบประมาณไปกับงบวิจัยพัฒนา (Research & Development) จึงเพิ่มมากขึ้นในระยะหลังนี้ การหาพันธมิตรทางด้านธุรกิจที่มีนวัตกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจซึ่งกันและกันจึงเกิดขึ้น และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเพราะเห็นผลได้เร็วกว่าการวิจัยพัฒนาที่เกิดจากภายในองค์กรเอง

ขณะเดียวกันรูปแบบธุรกิจสตาร์ทอัพซึ่งเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ มุ่งเน้นสร้างนวัตกรรมเปิดมาเพื่อรองรับธุรกิจด้านไอที ซึ่งมีความต้องการทำธุรกิจให้เติบโตแบบก้าวกระโดด และสร้างรายได้จำนวนมาก เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน นำเสนอสินค้าหรือบริการในรูปแบบใหม่ ๆ ให้แก่ผู้บริโภค มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามแนวโน้มของเทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปในยุคดิจิตอล ด้วยการสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจดิจิตอล (Digital Economy) ขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้แก่นักลงทุนและผู้ประกอบการทั้งภายในไทยและต่างประเทศที่สนใจจะลงทุนในสตาร์ทอัพไม่ว่าจะเป็นการลงทุนในแง่การเงิน (Financial Investor) หรือการลงทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Investment) มีโอกาสที่จะเลือกลงทุนในสตาร์ทอัพที่ตนเองสนใจ

ปัจจุบันสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ ยังคงต้องการเงินทุนสนับสนุนในการดำเนินงานวิจัยพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นที่มาของการขอเงินทุนสนับสนุน (Fund raising) จากนักลงทุนหลากหลายประเภททั้งในและนอกประเทศ ทั้งที่เป็น Financial Investor และ Strategic Investment ซึ่งพอแยกประเภทนักลงทุนได้ดังนี้

Venture Capital (VC) กองทุนร่วมลงทุน ซึ่งมักมีผู้ร่วมลงทุนมากกว่า 1 ขึ้นไป รวบรวมเงินทุนเพื่อค้นหาและลงทุนในสตาร์ทอัพโดยจะมีผู้จัดการกองทุน ทำหน้าที่ค้นหาสตาร์ทอัพในเป้าหมายเพื่อเจรจาต่อรองการลงทุน

Corporate Venture Capital (CVC) องค์กรที่มีหน่วยงานเพื่อลงทุนในกองทุน หรือ สตาร์ทอัพซึ่งมีโอกาสเติบโตไปพร้อมกับบริษัท ส่วนใหญ่มักเลือกลงทุนในสตาร์ทอัพที่สอดรับและเชื่อมกับการดำเนินธุรกิจของตนเองในปัจจุบันหรืออนาคต

Crowdfunding การระดมทุนจากสาธารณะ ซึ่งยังค่อนข้างใหม่ในประเทศไทยและยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายมากนัก

ซึ่งการระดมทุนของสตาร์ทอัพยังแบ่งออกได้หลายระดับ ตามจำนวนเม็ดเงินของการระดมทุน ดังนี้

Angel Round	ระดมทุนประมาณ 2-5 หมื่น ดอลลาร์
Seed Round	ระดมทุนประมาณ 2.5 แสน ถึง 2 ล้าน ดอลลาร์
Series A	ระดมทุนประมาณ 2-15 ล้าน ดอลลาร์
Series B	ระดมทุนประมาณ มากกว่า 15 ล้าน ดอลลาร์

ในขณะที่เม็ดเงินจากนักลงทุนดังกล่าวข้างต้น ค่อนข้างพร้อมที่จะลงทุนและมีเงินทุนจำนวนมากพอ แต่เหตุใดในช่วง พ.ศ. 2557 ถึง พ.ศ. 2561 จึงมีจำนวนสตาร์ทอัพเพียง 26, 27, 31, 31 และ 35 บริษัทตามลำดับที่ประสบผลสำเร็จจากการระดมทุน (ที่มา สื่อออนไลน์ Techsauce) โดยเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับจำนวนสตาร์ทอัพที่ขึ้นทะเบียนกับหน่วยงาน Startup Thailand ที่มีอยู่ราว 1,700 ราย แล้วจะเห็นได้ว่ามีสตาร์ทอัพจำนวนน้อยมากที่ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากนักลงทุน

นอกจากนี้ หากนำไปเทียบกับสตาร์ทอัพทั่วโลก จะพบว่าสตาร์ทอัพที่มีมูลค่ากิจการไม่น้อยกว่า 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ (หรือที่เรียกกันว่า Unicorn) จำนวน 400 บริษัทนั้น มีจำนวน 8 บริษัท ที่มาจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Asean) อันได้แก่ อินโดนีเซีย จำนวน 5 บริษัท สิงคโปร์ จำนวน 2 บริษัท และฟิลิปปินส์ จำนวน 1 บริษัท โดยยังไม่มีสตาร์ทอัพจากประเทศไทยแม้แต่บริษัทเดียว

ข้อสังเกตุเชิงเปรียบเทียบดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นมูลเหตุที่สำคัญในการจัดทำโครงการวิจัยฉบับนี้เพื่อศึกษา สำรวจ ตรวจสอบ ปัจจัยเชิงลบและปัจจัยเชิงบวกที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานภาพระบบนิเวศของสตาร์ทอัพในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัย ซึ่งส่งผลต่อการยกระดับความสามารถ (ปัจจัยบวก) และการลดทอนความสามารถ (ปัจจัยลบ) ในการดำเนินธุรกิจของสตาร์ทอัพไทย
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาและส่งเสริมธุรกิจสตาร์ทอัพของประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ ครอบคลุมสตาร์ทอัพในประเทศไทยที่อยู่ในข่ายการระดมทุนทุกระดับตั้งแต่ Angel Round จนถึงระดับ Series A เป็นต้นไป ไม่จำกัดประเภทอุตสาหกรรมหรือบริการที่สตาร์ทอัพดำเนินการ และไม่จำกัดว่าสตาร์ทอัพจะเคยประสบความสำเร็จจากการระดมทุนหรือไม่ก็ตาม

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดย

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ถึงแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในแง่มุมต่าง ๆ ศึกษาจากบทความ สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา
2. การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) มุ่งเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึกในหมู่ของสตาร์ทอัพ ภาครัฐ นักลงทุน ภาคสื่อมีเดีย ตลอดจนหน่วยงานสนับสนุนสตาร์ทอัพที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อระบบนิเวศของสตาร์ทอัพไทย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากตัวแทนภาคธุรกิจสตาร์ทอัพ ภาครัฐ ภาคนักลงทุน ภาคสื่อมีเดีย และภาคหน่วยงานสนับสนุนสตาร์ทอัพในการศึกษา “ปัจจัยเชิงลบและปัจจัยเชิงบวกที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพในประเทศไทย” ตามกรอบแนวคิดของการวิจัย สรุปผลได้ดังนี้

ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ พบว่าปัจจัยเชิงบวกทางด้านนี้ ได้แก่ พื้นฐานทางด้านโทรคมนาคมและพฤติกรรมผู้บริโภคทางด้านดิจิทัลของประชากรไทย และการเปิดรับปรับใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ ๆ ของประชากรไทย สำหรับปัจจัยเชิงลบทางด้านนี้ ได้แก่ โครงสร้างบางอุตสาหกรรมยังไม่พร้อมในการสนับสนุนกิจการสตาร์ทอัพ และภาคธุรกิจองค์กรใหญ่ยังไม่สนับสนุนการใช้งานผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพไทยอย่างแพร่หลาย

ปัจจัยทางด้านนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานสนับสนุนจากภาครัฐ พบว่าปัจจัยเชิงบวกทางด้านนี้ ได้แก่ นโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของสตาร์ทอัพ หน่วยงานรัฐกำลังปรับตัวสู่องค์กรดิจิทัลและช่วยผลักดันให้เกิดการใช้งานผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพอย่างแพร่หลาย และการมีหน่วยงานภาครัฐสนับสนุนตรงไปยังสตาร์ทอัพเพื่อให้สตาร์ทอัพเติบโต สำหรับปัจจัยเชิงลบทางด้านนี้ ได้แก่ ข้อจำกัดของกฎหมายในปัจจุบัน ขนาดเงินทุนสนับสนุนของภาครัฐยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของสตาร์ทอัพ และปัญหาการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและสตาร์ทอัพ

ปัจจัยทางด้านพื้นฐานความรู้ การศึกษา ประสบการณ์ วัฒนธรรม ความพร้อมของบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของสตาร์ทอัพ พบว่าปัจจัยเชิงบวกทางด้านนี้ ได้แก่ ภาคการศึกษาของไทยที่ปลูกฝังความเป็นผู้ประกอบการนวัตกรรมตั้งแต่รั้วมหาวิทยาลัย และการศึกษาด้านวิชาการพร้อมเสริมด้วยกิจกรรมนอกห้องเรียนสามารถช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพมีความพร้อมในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น สำหรับปัจจัยเชิงลบทางด้านนี้ ได้แก่ บุคคลากรสายงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี (Tech Talent) ในประเทศไทยยังมีจำนวนน้อย สตาร์ทอัพไทยพบปัญหาการสรรหาและได้มาซึ่ง Tech Talent ที่มีฝีมือ ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพไทยยังขาดทักษะในเชิงบริหารธุรกิจ ขาดทักษะทางด้านภาษาอังกฤษ ขาดความหลากหลายของบุคคลในองค์กร ขาดความรู้ที่จำเป็นต้องใช้เพื่อระดมทุนหรือขยายธุรกิจ สตาร์ทอัพหลายบริษัทไม่สามารถระดมทุนได้เนื่องจากหลายปัจจัยที่ไม่ดึงดูดนักลงทุน ที่สำคัญผู้ประกอบการสตาร์ทอัพควรมีการปรับกระบวนการทางความคิด (Mindset) ที่เอื้อต่อการทำธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างยั่งยืน

ปัจจัยทางด้านแหล่งเงินทุนภายในและนอกประเทศ พบว่าปัจจัยเชิงบวกทางด้านนี้ ได้แก่ สตาร์ทอัพมีโอกาสได้รับเงินทุนจากแหล่งเงินทุนที่หลากหลายทั้งในและนอกประเทศ การเพิ่มขึ้นขององค์กรที่มีหน่วยงานเพื่อลงทุนในกองทุนหรือสตาร์ทอัพ (Corporate Venture Capital) ในประเทศไทย สำหรับปัจจัยเชิงลบทางด้านนี้ ได้แก่ เงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐยังเข้าไม่ถึงความต้องการของสตาร์ทอัพในหลายด้าน การร่วมลงทุนในรูปแบบ CVC ที่เน้นเป้าหมายทางกลยุทธ์ (Strategic Fit) ทำให้จำกัดทั้งนักลงทุนและสตาร์ทอัพ

ปัจจัยทางด้านพันธมิตรธุรกิจและการสนับสนุนจากภาคเอกชน พบว่าปัจจัยเชิงบวกทางด้านนี้ ได้แก่ ประเทศไทยมีหน่วยงานหลายภาคส่วนที่ช่วยส่งเสริมระบบนิเวศสตาร์ทอัพให้แข็งแกร่ง สำหรับปัจจัยเชิงลบทางด้านนี้ ได้แก่ โครงการบ่มเพาะธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยในปัจจุบันเริ่มมีจำนวนลดน้อยลง อีกทั้งยังขาดพันธมิตรผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศมาช่วยให้ความรู้และปลุกปั้นสตาร์ทอัพไทยให้เติบโต

ข้อเสนอแนะ

แนวทางข้อเสนอแนะในการสร้างสภาพแวดล้อมเพื่อส่งเสริมการสร้างระบบนิเวศที่ดีสำหรับสตาร์ทอัพไทย จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา สื่อมีเดีย โครงการบ่มเพาะธุรกิจ กลุ่มนักลงทุน ทั้ง VC และ CVC รวมไปจนถึงสตาร์ทอัพเอง โดยแนวทางข้อเสนอแนะ จำแนกได้ดังต่อไปนี้

การเน้นส่งเสริมการเพิ่มจำนวนสตาร์ทอัพในประเทศไทยเพื่อให้เกิดการพัฒนาระบบนิเวศได้อย่างยั่งยืน ด้วยการส่งเสริมการรวมกลุ่มเครือข่ายของสตาร์ทอัพ (Support Cluster Growth) การประชาสัมพันธ์เรื่องราวของสตาร์ทอัพผ่านสื่อต่าง ๆ และการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับสตาร์ทอัพ (Startup Networking)

การปรับปรุงกฎระเบียบให้เอื้อต่อการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจและสนับสนุนการปฏิบัติงานระดับหน่วยงานภาครัฐเพื่อสนับสนุนการใช้งานผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพไทย เช่น การออกหุ้นให้กับพนักงานของบริษัท (Employee Stock Ownership Plan หรือ ESOP) การเพิ่มสิทธิประโยชน์ทางภาษี (Capital Gain Tax) การลดภาษีสำหรับสตาร์ทอัพที่ดึงรายได้เข้าประเทศจากต่างประเทศได้ การสนับสนุนในเรื่อง Smart Visa ให้กับบุคลากรที่มีทักษะและเทคโนโลยีขั้นสูงเข้ามาทำงานในประเทศ กำหนดทิศทางสนับสนุนสตาร์ทอัพที่เหมาะกับความได้เปรียบของประเทศไทยเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการระดมทุนของสตาร์ทอัพจากกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ นักลงทุนและผู้ร่วมลงทุนควรเน้นปรับนโยบายการสนับสนุนเงินทุนในแต่ละรอบการลงทุนของสตาร์ทอัพ การเพิ่มการให้เงินลงทุนแบบ Matching Fund และมองหา Exit Strategy ให้กับสตาร์ทอัพไทย

นอกจากนี้การเพิ่มทรัพยากรบุคคลสายงานที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี (Tech Talent) ในประเทศไทย เป็นอีกหนึ่งหัวใจสำคัญในการสร้างระบบนิเวศที่ดีสำหรับสตาร์ทอัพ การสร้างคน โดยเฉพาะบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันและสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจสตาร์ทอัพ เป็นต้น