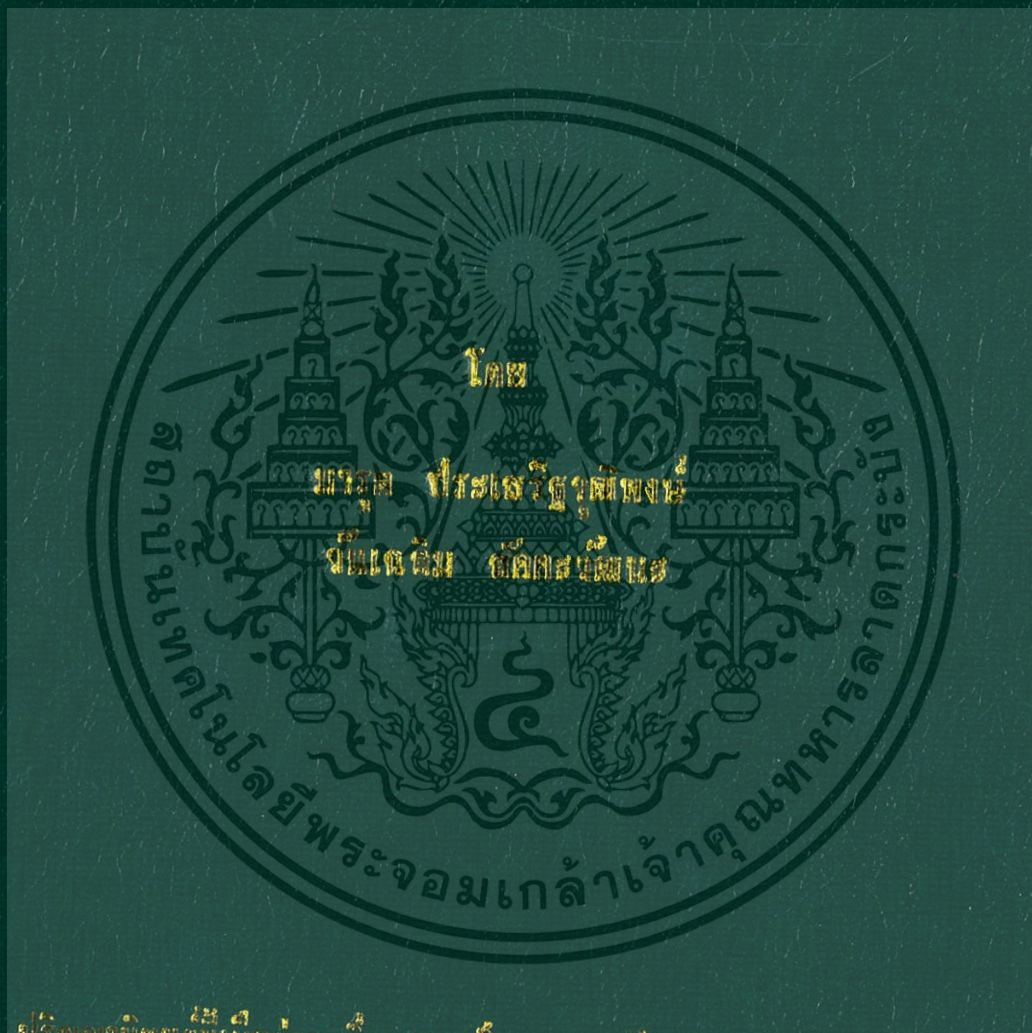


สถานการณ์และปัจจัยความสำเร็จด้านธุรกิจของฟร้นเวิร์กเกิดใหม่ในประเทศไทย
SITUATION AND SUCCESS FACTORS FOR SOFTWARE STARTUP
BUSINESS IN THAILAND



ผู้วิจัย อาจารย์ ดร. นิตยา นนทะนันทน์ ภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

อาคารเรียนเทคโนโลยีสารสนเทศ ชั้น ๓ อาคาร ๓๐๓

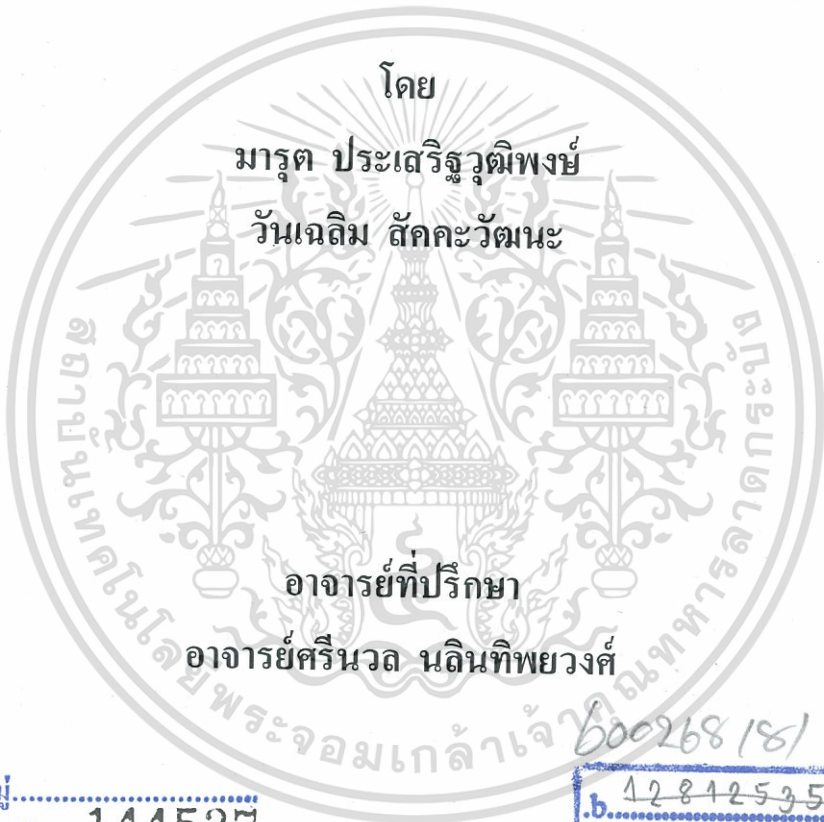
ภาคบุรีรัมย์ ๖ มีนาคม ๒๕๖๗

สถานการณ์และปัจจัยความสำเร็จสำหรับธุรกิจซอฟต์แวร์เกิดใหม่ในไทย

SITUATION AND SUCCESS FACTORS FOR SOFTWARE STARTUP
BUSINESS IN THAILAND



T144527



เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 144527
วัน,เดือน,ปี. 2.5...11.9...2559

600268181
b. 12842535
i.

ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในห้องสมุดเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2557

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**SITUATION AND SUCCESS FACTORS FOR SOFTWARE STARTUP
BUSINESS IN THAILAND**



**A PROJECT SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
BACHELOR OF SCIENCE PROGRAM IN INFORMATION TECHNOLOGY
FACULTY OF INFORMATION TECNOLOGY
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเมื่อ 2/2014 ศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปริญญาโท ประจำปีการศึกษา 2557

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง สถานภาพและปัจจัยความสำเร็จสำหรับธุรกิจซอฟต์แวร์เกิดใหม่ในไทย
SITUATION AND SUCCESS FACTORS FOR SOFTWARE
STARTUP BUSINESS IN THAILAND

ผู้จัดทำ

1. นายมารุต ประเสริฐวุฒิพงษ์ รหัสนักศึกษา 54070077
2. นายวันเฉลิม สักกะวัฒนะ รหัสนักศึกษา 54070084



.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ศรีนวล นลินทิพวงศ์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อโครงการ	สถานภาพและปัจจัยความสำเร็จสำหรับธุรกิจซอฟต์แวร์เกิดใหม่ในไทย		
นักศึกษา	นายมารุต	ประเสริฐวุฒิพงษ์	รหัสนักศึกษา 54070077
	นายวันเฉลิม	สัคคะวัฒน์	รหัสนักศึกษา 54070084
ปริญญา	วิทยาศาสตร์บัณฑิต		
สาขาวิชา	เทคโนโลยีสารสนเทศ		
ปีการศึกษา	2557		
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ศรีนวล นลินทิพยวงศ์		

บทคัดย่อ

การดำเนินธุรกิจทางด้านซอฟต์แวร์ในรูปแบบสตาร์ทอัพ (Startup) ถือเป็นอีกหนึ่งรูปแบบในการดำเนินธุรกิจที่ค่อนข้างใหม่และกำลังได้รับความนิยมสำหรับกลุ่มนักพัฒนาซอฟต์แวร์ในประเทศไทย เพราะสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจที่วางแผนมาเพื่อเติบโตแบบก้าวกระโดดจากคนเพียงไม่กี่คนและใช้ต้นทุนไม่สูงนัก สำหรับประเทศไทยมีหลายบริษัทที่เริ่มต้นจากการเป็นสตาร์ทอัพและสามารถดำเนินธุรกิจให้ใหญ่ขึ้น แต่ก็มีบริษัทจำนวนมากไม่น้อยก็ต้องปิดตัวลงเพราะไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจทางด้านซอฟต์แวร์ในรูปแบบสตาร์ทอัพในประเทศไทย งานวิจัยเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งได้จากการรวบรวมวรรณกรรมและการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการสตาร์ทอัพโดยตรงโดยใช้แบบสอบถาม และสรุปผลการวิจัยในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาวิจัยจะเป็นแนวทางที่สามารถช่วยให้ผู้ดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จมากขึ้น และเป็นข้อมูลสำหรับภาครัฐในการกำหนดแนวทางส่งเสริมสตาร์ทอัพของไทย

Project Title	Situation and Success Factors for Software Startup Business in Thailand
Student	Mr. Marut Prasertwutthiphong Student ID 54070077 Mr. Wanchaloem Sakkavattana Student ID 54070084
Degree	Bachelor of Science
Program	Information Technology
Academic Year	2014
Advisor	Ms. Srinual Nalintippayawong

ABSTRACT

In Thailand, running a small software business called startup, is a way to run a business need review which is quite new and very popular for a group of software developers, because startup is planned to be a rapid growth business with few founders and low investment. Although, there are many companies in Thailand that start their business as a startup and they can grow their business, many companies are closed because of unsuccessful. Therefore, in order to support Thai software startup business, the research's objectives are to study status and success factors that affect startup businesses, which are collected from both literature and startup's owners directly by questionnaire, and summarized in term of descriptive statistic. The results of this research will be guidelines that can help startup owners achieve more success and recommendations for the government to further provide more support for startups in Thailand.

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่อง สถานภาพและปัจจัยความสำเร็จสำหรับธุรกิจซอฟต์แวร์เกิดใหม่ในไทยนี้ ไม่อาจบรรลุผลสำเร็จได้ หากไม่ได้รับคำปรึกษาจากอาจารย์ศรีนวล นลินทิพวงศ์ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ กลุ่มนักลงทุน รวมถึงผู้คร่ำหวอดในวงการสตาร์ทอัพในไทย ที่สละเวลาทำแบบสอบถามและเสนอแนะความรู้ใหม่ซึ่งเป็นประโยชน์แก่งานวิจัยครั้งนี้ และขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ ที่คอยให้คำปรึกษาในเรื่องต่างๆ ขอขอบคุณคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารที่ได้ให้ความรู้ และสามารถนำมาต่อยอดในงานวิจัยครั้งนี้

มารุต ประเสริฐวุฒิพงษ์

วันเฉลิม สักกะวัฒนะ



สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญรูป.....	VIII

บทที่

1 บทนำ.....	1
1.1. ความเป็นและความสำคัญของงานวิจัย.....	1
1.2. ปัญหาของงานวิจัย.....	2
1.3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.4. ขอบเขตการวิจัย.....	2
1.5. วิธีดำเนินการวิจัย.....	3
1.6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.7. นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
1.8. โครงสร้างงานวิจัย.....	4
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ.....	5
2.2 ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพไม่ประสบความสำเร็จและแนวทางแก้ไข.....	12
2.3 ลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ.....	15
2.4 การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในองค์กร.....	23
2.5 วิธีการพัฒนาซอฟต์แวร์ของสตาร์ทอัพ.....	26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.6 การพัฒนาสตาร์ทอัพแบบก้าวกระโดด	28
2.7 บริบทการแข่งขันในการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของธุรกิจซอฟต์แวร์ ไทย.....	30
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	32
3.1 รูปแบบและวิธีการวิจัย.....	32
3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	32
3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....	33
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33
3.5 วิธีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	35
3.6 ผลการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ	36
3.6.1 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity)	36
3.6.2 ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นความสอดคล้องภายใน (Reliability)	40
3.7 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
3.8 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
3.9 สมมติฐานของการศึกษา.....	42
4 ผลการวิจัย.....	43
4.1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์	44
4.2 ข้อมูลลักษณะสถานประกอบการ.....	45
4.3 ข้อมูลผู้ก่อตั้งและการเข้าสู่ธุรกิจ.....	48
4.4 ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในด้านต่างๆ	51
4.4.1 ความเห็นต่อการเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ	51
4.4.2 ความเห็นต่อการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ตลาด และการจัดการบุคลากร	52

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.5 ความเห็นต่อปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพ	53
4.6 ความเห็นต่อความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ	54
4.7 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับอัตรากำไร ด้วยวิธีการ หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)	56
4.8 ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในมุมมองของ ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ	60
5 สรุปและเสนอแนะ	61
5.1 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพผู้ประกอบการ สถาน ประกอบการ การเข้าสู่ธุรกิจ และการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ	61
5.2 ผลการศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ	65
5.3 ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ	69
5.4 เสนอแนะทางแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ในการดำเนินธุรกิจ	69
5.5 ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ	70
5.6 ข้อเสนอแนะของนักลงทุนต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ	70
5.7 การนำผลการวิจัยไปใช้	71
บรรณานุกรม	73
ภาคผนวก	76
ภาคผนวก ก. ร่างแบบสอบถาม	77
ภาคผนวก ข. การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบเครื่องมือวิจัย	90
ภาคผนวก ค. หน่วยงานที่สนับสนุนสตาร์ทอัพในประเทศไทย	109
ภาคผนวก ง. ธุรกิจเงินร่วมลงทุนในประเทศไทย	111
ภาคผนวก จ. แหล่งข้อมูลที่สำคัญของสตาร์ทอัพในประเทศไทย	113
ประวัติผู้เขียน	115

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

3.1 การเลือกกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ร้อยละของประชากร	33
3.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบเครื่องมือวิจัย	37
3.3 ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นความสอดคล้องภายใน (Reliability)	40
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์	44
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย จำแนกตามข้อมูลลักษณะสถานประกอบการ	46
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย จำแนก ตามข้อมูลผู้ก่อตั้งและการเข้าสู่ธุรกิจ	48
4.4 ความเห็นของผู้ประกอบการเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ	51
4.5 ความเห็นของผู้ประกอบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ตลาด และการจัดการ บุคลากร	52
4.6 ความเห็นของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพต่อบัญชีสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของ สตาร์ทอัพ	53
4.7 ความเห็นของผู้ประกอบการต่อความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนจาก ภาครัฐ	55
4.8 ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน	56

สารบัญรูป

หน้า

รูปที่

2.1 จำนวนผู้ก่อตั้งกับความสำเริง	17
2.2 ลำดับความสำคัญของปัจจัยภายนอก	22
2.3 ลำดับความสำคัญของปัจจัยภายใน	22
4.1 แรงแบนคาลใจที่ทำให้เลือกประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ	51
5.1 กราฟแสดงประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพ	62
5.2 กราฟแสดงจำนวนปีที่ดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ	62
5.3 กราฟแสดงรายได้เฉลี่ยต่อปีของธุรกิจสตาร์ทอัพ	63
5.4 อัตรากำไรเฉลี่ยต่อปีของธุรกิจสตาร์ทอัพ	63
5.5 กราฟแสดงเงินลงทุนเริ่มแรก	63
5.6 กราฟแสดงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์	64
5.7 กราฟแสดงแรงแบนคาลใจที่ทำให้เลือกประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ	65
5.8 ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ (มุมมองผู้ประกอบการ)	66
5.9 กราฟแสดงจำนวนผู้ก่อตั้ง	67

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก เทคโนโลยีถูกนำมาใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ มากมายในชีวิตประจำวัน ก่อให้เกิดธุรกิจที่มีการสร้างรายได้ในรูปแบบใหม่ๆ โดยปัจจุบันเป็นยุคที่สมาร์ตโฟนกำลังเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับประเทศไทยมีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือประมาณ 73 ล้านเลขหมาย (ปี 2555) ฐานผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสูงถึง 25 ล้านคนและผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือมีมากถึง 20 ล้านคน [1] นอกจากนี้กรุงเทพฯ ยังคงเป็นเมืองที่มีผู้ใช้เฟซบุ๊กมากที่สุดในโลก โดยปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กมากกว่า 26 ล้านบัญชีเป็นอันดับ 3 ของอาเซียน [2] และประเทศไทยยังมีผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไลน์มากเป็นอันดับที่ 2 ของโลก (24 ล้านบัญชี) [3] ทำให้การสร้างแอปพลิเคชันใหม่ที่น่าสนใจ เป็นโอกาสในการสร้างรายได้ในรูปแบบหนึ่ง สตาร์ทอัพ (Startup Company) เป็นอีกหนึ่งรูปแบบของธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากสำหรับนักพัฒนาซอฟต์แวร์

สตาร์ทอัพ [4][5][6] คือบริษัทเกิดใหม่ที่เป็นธุรกิจที่วางแผนมาเพื่อเติบโตแบบก้าวกระโดดจากคนเพียงไม่กี่คน เป็นคำที่นิยมใช้เรียกบริษัททางด้านเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นในซิลิคอนวเลีย์ สหรัฐอเมริกาและถูกนำมาใช้เรียกกันทั่วโลก บริษัทยักษ์ใหญ่ของโลก เช่น เฟสบุ๊กหรือกูเกิ้ล ล้วนเคยผ่านการเป็นสตาร์ทอัพมาแล้วทั้งสิ้น โดยสตาร์ทอัพนิยมใช้เรียกธุรกิจที่ผลิตสินค้าจำพวกซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน ซึ่งสินค้าเหล่านี้ต้นทุนไม่สูงหากได้รับการวางแผนธุรกิจที่ดี อย่างไรก็ตาม การอาศัยเงินทุนของตัวเองเพียงอย่างเดียวย่อมไม่เพียงพอต่อการทำธุรกิจให้เติบโตอย่างก้าวกระโดด สตาร์ทอัพจะมีประเพณีการหาเงินทุนด้วยการขอเงินจากนักลงทุน ซึ่งนักลงทุนก็จะได้รับสิทธิ์ในการแบ่งปันรายได้หรือแบ่งปันหุ้นส่วนในบริษัทตามที่ได้ตกลงกัน ปัจจุบันมีนักลงทุนที่มีความสนใจในการสนับสนุนสตาร์ทอัพมากขึ้นซึ่งรูปแบบของนักลงทุนมีทั้งแบบ นักลงทุนในรูปแบบขององค์กร (Venture Capital) และนักลงทุนอิสระ (Angel Investor) สิ่งที่ทำให้สตาร์ทอัพแตกต่างจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคือ โมเดลธุรกิจ (Business Model) โดยธุรกิจของสตาร์ทอัพจะต้องถูกออกแบบมาให้สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น การเป็นสตาร์ทอัพต้องมีการคำนวณที่รัดกุมยิ่งกว่าธุรกิจอื่น ยิ่งทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนธุรกิจที่ดี ต้องมีทีมที่ดี อย่างไรก็ตาม แม้จะเป็นธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตและมีตัวอย่างของกลุ่มคนที่ประสบความสำเร็จให้เห็น ซึ่งธุรกิจสตาร์ทอัพมีโอกาสล้มเหลวถึง 75% [7] แต่ตามความเป็นจริงแล้วธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จมีเพียง 5% เท่านั้น [11] ส่วนใหญ่จะล้มเหลวไม่ต่างจากธุรกิจเกิดใหม่ทั่วไป อนึ่ง ในปี 2554 ตลาดซอฟต์แวร์ของไทย มีมูลค่าการผลิตรวมทั้งสิ้น 29,418 ล้านบาท อัตราเติบโตร้อยละ 10.1 ส่วนตลาด Mobile Application Software มีแนวโน้มที่ดี มีมูลค่าการผลิต 1,065 ล้านบาท อัตราเติบโตร้อยละ 13.6 [8] และในปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบาย Digital Economy ธุรกิจซอฟต์แวร์เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การลงทุนของ BOI ซึ่งเป็นโอกาสที่จะช่วยส่งเสริมกลุ่มสตาร์ทอัพ ดังนั้น การศึกษาสถานภาพและปัจจัยสำคัญที่ช่วยทำให้ดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ จึงเป็นประเด็นที่สำคัญที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ และธุรกิจสตาร์ทอัพให้มีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้นตามนโยบายของรัฐ

1.2 ปัญหาของงานวิจัย

ปัจจุบัน สตาร์ทอัพซึ่งเป็นธุรกิจซอฟต์แวร์เกิดใหม่กำลังเป็นที่นิยมและได้รับความสนใจในกลุ่มนักพัฒนาซอฟต์แวร์ต่างประเทศและในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาสถานภาพและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในไทย ซึ่งปัจจุบันยังไม่ค่อยมีการศึกษาวิจัยอย่างเป็นระบบมากนัก เพื่อเป็นองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสตาร์ทอัพ (Tech Startup) อีกแหล่งหนึ่ง อันจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานภาพ การเข้าสู่ธุรกิจ และการดำเนินงานธุรกิจสตาร์ทอัพในไทย
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในไทย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในไทย
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในไทย ให้ประสบความสำเร็จ

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาเฉพาะธุรกิจสตาร์ทอัพ (ธุรกิจซอฟต์แวร์เกิดใหม่) ในไทยโดยใช้ตัวอย่างประชากรและผู้รู้เกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพที่นิยามตัวเองว่าเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยจะศึกษาถึงสถานภาพและปัจจัยความสำเร็จในความคิดเห็นของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

1. กำหนดหัวข้องานวิจัยและกำหนดประเด็นปัญหา
2. กำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
3. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
4. สรุปแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดปัจจัยในการศึกษา
5. ตั้งสมมติฐานตามแบบจำลองงานวิจัย
6. กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
7. เลือกประเภทเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
8. สร้างและพัฒนาเครื่องมือ
9. ทดสอบเครื่องมือ
10. เก็บรวบรวมข้อมูล
11. วิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย
12. เขียนรายงานการวิจัย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงสถานภาพของการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจทั่วไป
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย ซึ่งจะนำไปสู่การแก้ปัญหาหรือการป้องกันปัญหา
3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยความสำเร็จ เพื่อเป็นแนวปฏิบัติที่ดีในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. Startup หมายถึงบริษัทเปิดใหม่ด้วยคนเพียงไม่กี่คน มีการวางแผนเพื่อเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยมากจะใช้ในธุรกิจวงการไอที
2. Business Model หมายถึงวิธีการที่องค์กรคิดค้นขึ้นมาเพื่อประยุกต์ใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างเต็มที่ อันจะก่อให้เกิดผลกำไรสูงสุดและเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.8 โครงสร้างงานวิจัย

บทแรก บทนำ เป็นการกล่าวถึงที่มาและความสำคัญของงานวิจัย สรุปประเด็นปัญหาที่ต้องการศึกษา รวมถึงสาเหตุที่ศึกษาในหัวข้อนี้ กำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตของงานวิจัย รวมถึงวิธีดำเนินงานวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะสำหรับงานวิจัย

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นการศึกษาและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย นำมาสรุปเป็นข้อมูลเพื่อนำไปพัฒนาแบบจำลองงานวิจัยต่อไป

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย สมมติฐานของการศึกษา กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4 ผลการวิจัย แสดงข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ตามรูปแบบที่ได้กำหนดไว้ในบทที่ 3

บทที่ 5 สรุปและเสนอแนะ สรุปผลที่ได้จากการวิเคราะห์ ผลลัพธ์ของงานวิจัย ข้อจำกัดของงานวิจัย และแนวทางการวิจัยในอนาคต

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

Nann, S., Krauss, et al. [9] ได้ศึกษาเพื่อนำเสนอปัจจัยความสำเร็จของสตาร์ทอัพ โดยได้กล่าวไว้ว่าบริษัทที่อยู่ในเครือข่ายมักจะมีการพึ่งพาซึ่งกันและกันด้วยความเต็มใจ ซึ่งจะช่วยให้ส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานให้ดีขึ้น และยังช่วยเพิ่มโอกาสให้ประสบความสำเร็จได้มากขึ้น สตาร์ทอัพที่มีเครือข่ายขนาดใหญ่ จะช่วยเพิ่มโอกาสการอยู่รอดและสนับสนุนความสำเร็จของธุรกิจ ในภายหลัง โดยงานวิจัยนี้แนะนำให้มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษาสร้างการเชื่อมต่อและใกล้ชิดกับศิษย์เก่ามากขึ้น โดยเห็นว่าสถานศึกษามีรูปแบบของความร่วมมือระหว่างกัน สำหรับผู้นำทางธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมากที่สุด

Guzman, J. [10] ได้ศึกษาและทำความเข้าใจวิธีการสร้างบริษัทของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันในประเทศเม็กซิโก ข้อสรุปหลักการทั่วไปที่ผู้ประกอบการในประเทศเม็กซิโกต้องพิจารณาในการสร้างธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ (เลือก 3 จาก 8 ข้อ)

- 1) โอกาสทางธุรกิจที่ดีจะต้องมีการเชื่อมโยง จำเป็นกับตลาดใหญ่ ในเม็กซิโกตลาดส่วนใหญ่มีตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดกลาง แต่ไม่มีเหตุผลในโลกเทคโนโลยีว่าทำไมบริษัทในประเทศเม็กซิโกจะต้องมุ่งเน้นแข่งขันไปเฉพาะที่ตลาดประเทศเม็กซิโก เพราะมีโอกาสใหญ่ทั่วทุกที่ในโลก เช่นในสหรัฐอเมริกาและในตลาดเกิดใหม่
- 2) อย่ายึดติดกับความคิดเดิมๆ เพียงเพราะเป็นบริษัทที่ใหญ่และประสบความสำเร็จแล้ว ถึงแม้ว่าจะเป็นบริษัทที่ใหญ่และประสบความสำเร็จแล้ว แต่มันไม่สำคัญอะไรเลย ถ้าผลิตภัณฑ์ไม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเนื่องจากความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลง ควรมุ่งเน้นไปที่ความต้องการของลูกค้าเป็นหลักมากกว่า
- 3) ไม่เพียงแค่ปรับปรุงพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว ให้พิจารณาไปที่นวัตกรรมของธุรกิจด้วย

Cusumano, M. [11] ได้นำเสนอองค์ประกอบที่สำคัญของธุรกิจเกิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งมาจากประสบการณ์ในการทำงานกับสตาร์ทอัพ เพื่อให้สตาร์ทอัพและนักลงทุนใช้เป็นข้อมูลสำหรับประเมินธุรกิจสตาร์ทอัพ

1) ทีมบริหารที่แข็งแกร่ง

บริษัทร่วมลงทุนส่วนใหญ่มักเลือกลงทุนกับผู้ประกอบการหรือบริษัทที่มีทีมผู้บริหารที่เก่งมากกว่าการมีไอเดียที่ดี เพียงอย่างเดียว เพราะไอเดียจะไร้ความหมาย ถ้าปราศจากทีมบริหารที่สามารถดำเนินงานตามแผนตามไอเดียให้สำเร็จได้ ทีมบริหารที่แข็งแกร่งต้องมีประสบการณ์ที่เหมาะสมและต้องมีความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีถ้าธุรกิจนั้นขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี อนึ่ง ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีมักจะใช้เงินลงทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มากเกินไปและไม่ค่อยลงทุนเพื่อทำความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า ดังนั้น สตาร์ทอัพด้านเทคโนโลยีที่ประสบความสำเร็จได้ มักขึ้นอยู่กับทีมผู้ก่อตั้งที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านการตลาด

2) ตลาดที่น่าสนใจ

สตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จมักจะมุ่งเน้นไปที่ตลาดที่มีศักยภาพ คือ ตลาดที่มีโอกาสเป็น ตลาดขนาดใหญ่ เติบโตได้เร็ว และให้ผลกำไรสูง อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็ตลาดแนวนอน (Horizontal Market) สำหรับลูกค้าในวงกว้างที่มีลูกค้าที่ใช้สมาร์ทโฟนซึ่งมีจำนวนมาก หรือตลาดแนวตั้ง (Vertical Market) ที่เป็นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน เป็นต้น ก็ต้องเป็นตลาดที่มีโครงสร้างที่น่าสนใจ สตาร์ทอัพจึงควรให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์โครงสร้างของตลาดต่างๆ อาจใช้แบบจำลอง “Five Forces” หรือ “Six Forces” เพราะการทำสตาร์ทอัพมักจะมีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด (Barrier Entry) การแข่งขันไม่ควรแข่งขันเรื่องของราคา เพราะคู่แข่งมีมากมายรวมถึงมีบริษัทให้ผลิตภัณฑ์ฟรี ต้องวิเคราะห์อำนาจต่อรองของลูกค้าและซัพพลายเออร์ (Suppliers) สินค้าทดแทนที่มีอยู่ รวมทั้งสินค้าที่ใช้ประกอบกัน (Complementary Products) ว่าจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจอย่างไร ขนาดตลาดเพียงอย่างเดียวไม่ได้ทำให้ตลาดนั้นน่าสนใจ ปัจจัยโครงสร้างของตลาดต่างหากที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จ สตาร์ทอัพจะต้องทำให้นัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่แต่งขึ้นได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเหล่านี้และให้เห็นถึงวิธีการในการเข้าถึงลูกค้า การค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าหรือบริการจำเป็นต้องมีสิ่งดึงดูดใจให้กับลูกค้า ผู้ประกอบการบางรายมีความคุ้นเคยกับตลาด และมีความสามารถในการระบุความต้องการของลูกค้า ซึ่งพบได้ยาก การดึงดูดเงินทุนจากนักลงทุนมืออาชีพมักจะต้องมีมากกว่าการทำให้พวกเขารู้สึกถึงสิ่งที่พวกเขาต้องการ พวกเขาต้องการข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพที่แสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ โอกาสอาจกลายเป็นข้อเสียได้ หากบริษัทเน้นไปที่ลูกค้ามากเกินไป ทำให้ไม่ได้ตระหนักถึงอุปสรรคในเทคโนโลยี การบริการ หรือโมเดลธุรกิจใหม่ๆ ซึ่งควรได้รับการปรับปรุงอย่างรวดเร็ว

3) สินค้าและบริการที่น่าสนใจ

การพัฒนาสินค้าและบริการของสตาร์ทอัพจะต้องมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน นักลงทุนมืออาชีพจะตัดสินใจลงทุน โดยใช้ข้อมูลการวิเคราะห์ทั้งด้านเชิงคุณภาพ (Qualitative) และด้านเชิงปริมาณ (Quantitative) ที่แสดงให้เห็นถึงประโยชน์สูงสุดจากสินค้าและบริการที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ และเห็นถึงกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพใดที่จะยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ ซึ่งหมายความว่าสินค้าและบริการนั้นจะต้องมีคุณค่าต่อลูกค้าเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าของคู่แข่งหรือสินค้าทดแทนต่างๆ

4) ข้อมูลความต้องการของลูกค้าที่เชื่อถือได้

สตาร์ทอัพจะต้องโน้มน้าวให้นักลงทุนเห็นว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายยินดีที่จะซื้อสินค้าหรือบริการใหม่ของตน ผู้ประกอบการส่วนมากประมาณกับวิธีการขายมากเกินไป เหมือนขายผลิตภัณฑ์ให้เพื่อนหรือครอบครัวซึ่งไม่ได้คำนึงถึงการขายแบบจริงจัง อาจเพราะไม่ใช่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะจ่ายเงินซื้อสินค้าและบริการ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) จะช่วยให้ลูกค้าใหม่เห็นภาพว่าสินค้าทำงานอย่างไร บริษัทที่พยายามสร้างลูกค้าหรือการระดมทุนโดยปราศจากต้นแบบ โดยทั่วไปจะพบกับปัญหา สตาร์ทอัพสามารถโน้มน้าวความสนใจและค้นหาความต้องการของลูกค้าโดยเริ่มจากผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และใช้จุดเริ่มต้นความสำเร็จเล็กๆ นี้เป็นปัจจัยบ่งชี้ในการจัดการกับโครงการที่ใหญ่ขึ้น

5) การสร้างความน่าเชื่อถือของสตาร์ทอัพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความน่าเชื่อถือของธุรกิจเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญ เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจล้มเหลวได้ เพราะลูกค้าอาจไม่ซื้อผลิตภัณฑ์หากไม่มีการสนับสนุนทางเทคนิค หรือไม่มีข้อมูลการอัปเดตผลิตภัณฑ์ในอนาคต ความไม่เชื่อถือของลูกค้า (Credibility Gap) เป็นสาเหตุที่พบบ่อยที่สุดของความล้มเหลวของสตาร์ทอัพ เพื่อรับมือปัญหานี้ สตาร์ทอัพสามารถนำเสนอส่วนลดจำนวนมากให้กับลูกค้าที่ใช้อ้างอิง (แนะนำ) หรือเป็นส่วนร่วมกับบริษัทที่จัดตั้งขึ้นมานานแล้ว แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของธุรกิจในการเติบโต รวมทั้งการจัดส่งสินค้าและบริการให้ลูกค้าในรูปแบบที่ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับประโยชน์อย่างรวดเร็ว

6) การเจริญเติบโตในช่วงต้นและศักยภาพในการทำกำไร

นักลงทุนจำนวนมากต้องการที่จะรู้ว่าต้องทำอะไรให้สตาร์ทอัพเติบโตทางธุรกิจและสร้างเม็ดเงินเพื่อที่จะคืนทุนและเริ่มสร้างกำไร เป้าหมาย (Milestones) เหล่านี้ต้องกำหนดให้สอดคล้องกับกรอบเวลาที่ได้รับเงินทุน ซึ่งเป็นไปไม่ได้เลยที่เราจะคาดเดาว่าเมื่อไหร่หรือตอนไหนที่บริษัทจะเริ่มทำเม็ดเงินได้ ดังนั้น นักลงทุนมีความกังวลต่อแผนธุรกิจและการตลาดที่ต้องใช้เงินทุนจำนวนมากและใช้เวลาในการวิจัย ซึ่งถ้าหากใช้เวลาและเงินทุนมากเกินไป อาจจะนำมาสู่สัญญาที่ไม่ดีได้ คู่แข่งอาจเข้ามาสู่ตลาดและสร้างความได้เปรียบได้ มันอาจจะล่าช้าไปเพราะเทคโนโลยีพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ยิ่งกว่านั้น ถ้านักลงทุนจะต้องสนับสนุนทุนในรอบใหม่ นักลงทุนมักจะเลือกละทิ้งการลงทุนที่เพิ่งจะลงทุนไปหรือเป็นผู้ที่ถือหุ้นอยู่น้อย และเมื่อสตาร์ทอัพประสบปัญหาทางการเงิน นักลงทุนรายต่อมาอาจมีการกำหนดเงื่อนไขการให้เงินทุนที่เข้มงวดมากยิ่งขึ้น

7) ความยืดหยุ่นในการกลยุทธ์และเทคโนโลยี

สาเหตุที่นักลงทุนให้ความสนใจสตาร์ทอัพ เพราะว่าเป็นธุรกิจที่ใช้ทรัพยากรอย่างจำกัดและใช้ระยะเวลาที่น้อยกว่าเมื่อเทียบกับบริษัทที่จัดตั้งขึ้นแล้ว อย่างไรก็ตาม สตาร์ทอัพส่วนใหญ่ต้องการมีความยืดหยุ่นของกลยุทธ์ (Strategy) รูปแบบธุรกิจ (Business Model) และเทคโนโลยี สตาร์ทอัพมักจะมีการวางแผนที่ผิดพลาดในเรื่องของกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และรูปแบบธุรกิจในช่วงแรกๆ และอาจเกิดขึ้นอีกครั้งต่อไป ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้สตาร์ทอัพประสบความสำเร็จคือ การมุ่งเน้น (Focus) และการยืดหยุ่น (Flexible)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการแจ้งขึ้นเพื่อสิทธิเท่านั้น และอยู่ภายใต้เงื่อนไขการใช้งาน การคัดลอกหรือการเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย การนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย

มีแผนการเตรียมไว้ให้พร้อมหากกลยุทธ์ที่วางไว้ใช้งานไม่ได้หรือมีผลที่ไม่น่าพอใจ ดังนั้น เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่น นักลงทุนควรพูดคุยกับผู้ก่อตั้งและทีมผู้บริหารเกี่ยวกับทางเลือกที่แตกต่างออกไป ว่าพวกเขามีความคิดหรือสามารถทำอะไรจากทักษะของพวกเขาและเทคโนโลยีที่พวกเขามี

8) ผลตอบแทนนักลงทุนรายใหญ่

สตาร์ทอัพต้องการเงินทุนมากกว่าแหล่งเงินทุนที่เป็นนักลงทุนอิสระ (Angel Investors) หรือใช้เงินทุนส่วนบุคคล ซึ่งอาจจะเป็นความช่วยเหลือจากเพื่อนๆ หรือจากครอบครัว ดังนั้น การหาเงินทุนจาก Venture Capitalist เป็นเรื่องสำคัญและควรได้รับผลตอบแทนการลงทุนที่มีนัยสำคัญภายในกรอบเวลาไม่เกินเจ็ดปี Venture Capitalist มักจะมองหาผลตอบแทนต่อปีที่มากกว่า 20% สำหรับพอร์ตการลงทุนของพวกเขา จึงไม่น่าแปลกใจที่พวกเขาจะเลือกให้ทุนกับสตาร์ทอัพที่มีความพร้อม ซึ่งมักจะไม่ใช่จำเป็นต้องใช้เงินเพื่อความอยู่รอด แต่จะใช้เงินเพื่อนขยายธุรกิจให้ยิ่งใหญ่ขึ้นอย่างรวดเร็ว บริษัทร่วมทุนทั้งหลาย จะพิจารณาโอกาสทางการตลาดว่าตลาดต้องมีขนาดใหญ่พอสำหรับสตาร์ทอัพ รูปแบบธุรกิจต้องแสดงให้เห็นถึงวิธีที่ทำให้สามารถเพิ่มขนาดของยอดขายในขณะที่ต้องกังวลไว้ซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันเหนือคู่แข่งได้

ความสำเร็จและความล้มเหลวเป็นเรื่องง่ายที่จะอธิบายถึงเหตุผลต่างๆ ที่ทำให้มันเป็นอย่างนั้นเมื่อมันได้ผ่านไปแล้ว แต่มันกลับเป็นเรื่องที่ยากที่จะคาดการณ์ล่วงหน้า นักลงทุนจึงควรให้ความสนใจกับแปดข้อที่ได้กล่าวถึง ส่วนผู้ประกอบการสามารถนำไปประเมินศักยภาพและนำไปปรับปรุงจุดอ่อนของธุรกิจสตาร์ทอัพของตนเองให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มโอกาสที่จะทำให้สตาร์ทอัพประสบความสำเร็จมากขึ้น

Graham, P. [12] ได้กล่าวถึงการสร้างบริษัทสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ มีปัจจัย 3 อย่างที่ธุรกิจสตาร์ทอัพควรให้ความสำคัญ ซึ่งบริษัทส่วนใหญ่ที่สามารถทำตามปัจจัยดังต่อไปนี้ มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จสูง ได้แก่ ร่วมงานกับคนที่เหมาะสม สร้างผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้งาน การระดมทุน การควบคุมค่าใช้จ่าย และเริ่มธุรกิจในช่วงอายุที่เหมาะสม

1) ไอเดีย การมีไอเดียที่ดีไม่ได้มีค่ามากนักสำหรับสตาร์ทอัพ เพราะสิ่งที่สำคัญคือการสร้าง

เทคโนโลยีที่ดีกว่าสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบัน ถ้าเทคโนโลยีที่มีอยู่ก่อนไม่ดีเท่าที่ควร ก็ไม่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำเป็นต้องมีไอเดียที่ดีอะไรมากมาย แต่ทำให้สิ่งที่มีอยู่ดูน่าสนใจขึ้นก็เพียงพอ อีกหนึ่งสิ่งที่ชี้ให้เห็นว่าไอเดียไม่ได้มีความสำคัญอะไรมากมาย คือ สตาร์ทอัพจำนวนมากเปลี่ยนแปลงการของตัวเองระหว่างทาง แน่นอนว่าไอเดียก็มีคุณค่าในตัวของมันอยู่ระดับหนึ่ง ความสำคัญของไอเดีย คือ การเป็นจุดเริ่มต้นให้เจ้าของไอเดียยึดเป็นหลักคิด

2) **บุคลากรที่เหมาะสม** สตาร์ทอัพควรมีการพิจารณาให้ดีในการเลือกคนที่จะมาร่วมงาน ไม่ใช่เรื่องบังเอิญที่สตาร์ทอัพมักเกิดขึ้นรอบๆ มหาวิทยาลัย เหตุผลก็คือ คนที่มีความพร้อมมักจะมาอยู่ร่วมกันที่นี่ และในความเป็นจริงแล้ว คนพวกนี้ไม่ได้สร้างบริษัทขึ้นมาจากสิ่งที่เรียนในห้องหรอก แต่มันเกิดจากการที่พวกเขาเจอกันและพูดคุยกันต่างหาก สิ่งที่ต้องทำขณะเรียนมหาวิทยาลัยคือพัฒนาโครงการซอฟต์แวร์ของตนเองขึ้นมา ซึ่งจะให้มีโอกาสได้เรียนรู้เพื่อนคนอื่นๆ โครงการพวกนี้อาจพัฒนามาเป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทในภายหลังได้ จำนวนผู้ก่อตั้งที่เหมาะสมควรอยู่ระหว่าง 2-4 คน การเปิดบริษัทด้วยตัวเองคนเดียวเป็นเรื่องยาก เพราะการตัดสินใจเรื่องต่างๆ ในบริษัทเพียงลำพังโดยไม่มีคนช่วยไตร่ตรองมีโอกาสพลาดสูง การมีผู้ก่อตั้งบริษัทเพียง 2-3 คนสามารถดีข้อขัดแย้งระหว่างกันได้เร็ว แต่การมีคน 7-8 คนอาจทำให้บริษัทแยกเป็นฝักฝ่ายได้ นอกจากนี้ถ้าไม่มีทักษะความรู้ในการเข้าใจลูกค้า ก็ควรมีการดึงคนจากสายธุรกิจอย่างน้อยหนึ่งคนมาร่วมงาน เพื่อทำหน้าที่รับฟังความเห็นจากลูกค้าหรือทำวิจัยทางการตลาด

3) **เข้าใจความต้องการของลูกค้า** ธุรกิจส่วนใหญ่ล้มเหลวเพราะไม่สามารถสร้างสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้ ปัญหาที่แท้จริงของบริษัทสตาร์ทอัพส่วนมากที่ล้มเหลว เหตุผลก็คือลูกค้าไม่ต้องการผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้นๆ ถึงแม้บริษัทจะระบุเหตุผลที่เลิกกิจการว่า เงินทุนหมด แต่ความเป็นจริงมันเป็นปัญหาที่สามารถแก้ไขได้ ถ้าเงินหมดทำไมไม่ขอเงินลงทุนเพิ่ม คำถามนี้แสดงให้เห็นว่าปัญหาจริงๆ เกิดจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้นไม่ดี หรือไม่ก็เป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เสร็จสมบูรณ์สักที หรือทั้งสองอย่าง การเอาซอฟต์แวร์ให้ลูกค้าลองใช้งานและพูดคุยสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า เป็นแนวทางปฏิบัติที่ดีในการศึกษาหาความต้องการของลูกค้า จากกรณีศึกษาต่างๆ ของสตาร์ทอัพ พบข้อเท็จจริงที่มีคุณค่าประการหนึ่งคือ การทำให้เทคโนโลยีใช้งานง่ายจะสามารถสร้างโอกาสทางการตลาดและสร้างรายได้ให้กับสตาร์ทอัพ

4) **การระดมทุน** การทำสตาร์ทอัพจำเป็นจะต้องใช้เงินทุน บริษัทหลายแห่งใช้เงินส่วนตัว แต่

เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินของสถาบันวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในช่วงพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เงินก้อนนี้เรียกว่า “Seed Capital” และเนื่องจากมันเป็นเงินจำนวนไม่เยอะนัก การระดมเงินทุน Seed Capital จึงง่ายมาก และอย่างน้อยๆ เรามักรู้คำตอบจากนักลงทุนว่าจะได้เงินหรือไม่ได้เงินอย่างรวดเร็ว นักลงทุนที่เป็นนักลงทุนอิสระ (Angel Investor) บางคนอาจให้สตาร์ทอัพแสดงผลงานให้ดู (Demo) และให้อธิบายว่าจะทำอะไรได้บ้าง นักลงทุนบางคนอาจจะยอมลงทุนด้วยก็ต่อเมื่อจดทะเบียนบริษัทแล้ว การระดมทุนรอบถัดไป คือ การเจรจากับพวกบริษัทร่วมลงทุน (Venture Capital: VC) สิ่งที่เราควรระวังคือไม่ควรจะระดมเงินรอบแรกหมดแล้วค่อยไปหาเงินรอบที่สองจากพวก VC เพราะคนกลุ่มนี้ต้องใช้เวลาดัดสินใจนานพอสมควร บางครั้งอาจใช้เวลาหลายเดือน การขอเงินจาก VC เป็นเรื่องใหญ่มากหากเปรียบเทียบกับ การขอเงินจากนักลงทุนอิสระ เพราะจำนวนเงินเพิ่มขึ้นจากเดิมเยอะมากและมีเงื่อนไขและข้อจำกัดอีกมากมาย แนวทางที่มีประสิทธิภาพในการทำให้สตาร์ทอัพเป็นที่รู้จักของ VC หรือสตาร์ทอัพสามารถเข้าถึง VC ก็คือการนำเสนอผลิตภัณฑ์ในงานการประชุม (Conference)

- 5) การควบคุมค่าใช้จ่าย บริษัทส่วนใหญ่ที่ล้มเหลวส่วนมากสาเหตุมาจากเงินหมด ดังนั้นควรมีการวางแผนการควบคุมค่าใช้จ่ายให้ดี วิธีที่จะช่วยควบคุมค่าใช้จ่ายของบริษัททางหนึ่งคือการระมัดระวังในการจ้างพนักงาน เพราะค่าใช้จ่ายด้านพนักงานถือเป็นต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) ของบริษัท การมีพนักงานเพิ่มขึ้นแปลว่าสำนักงานจะเริ่มคับแคบจนต้องขยายไปยังสถานที่ที่ใหญ่ขึ้น
- 6) อายุที่เหมาะสมในการจัดตั้งบริษัท ผู้ก่อตั้งควรกำหนดกรอบอายุขั้นต่ำไว้ที่ 23 ปี เพราะเป็นช่วงอายุที่เติบโตเพียงพอที่จะเรียนรู้โลกธุรกิจในปัจจุบันว่าเป็นอย่างไร อีกเหตุผลหนึ่งที่ไม่ควรเปิดบริษัทก่อนอายุ 23 ปี คือ จะถูกมองว่าเด็กเกินไปและไม่ให้ความสำคัญกับเท่าที่ควร นักลงทุนไม่ให้ความน่าเชื่อถือ ลูกค้าจะกลัวว่าจะไม่รับผิดชอบและทีมงาน หรือแม้แต่ตนเองก็คงรู้สึกแปลกๆ ที่จะเป็นเจ้านายของคนที่มีอายุมากกว่าคุณ ส่วนเพดานอายุที่ควรจะเป็นอยู่ที่ 38 ปี เหตุผลแรกคือคนที่อายุมากกว่านี้จะมีความอดทนน้อยลงกว่าคนหนุ่มๆ มาก เหตุผลข้อถัดมา คือ สตาร์ทอัพมีความเสี่ยงทางการเงินสูง ถ้าเปิดบริษัทแล้วล้มเหลวตอนอายุ 26 ปี ก็ยังมีโอกาสที่จะตั้งตัวใหม่ได้ แต่พออายุ 38 ปี จะเสี่ยงแบบเดียวกันไม่ได้แล้ว

2.2 ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพไม่ประสบความสำเร็จและแนวทางการแก้ไข

Crowne, M. [13] ได้นำเสนอถึงปัจจัยว่าในปัจจุบันมีธุรกิจซอฟต์แวร์เกิดขึ้นมากมาย แต่หลายๆ บริษัทต้องปิดตัวลงเพราะไม่ประสบความสำเร็จ เกิดข้อผิดพลาดในการจัดการต่างๆ ในส่วนนี้จะกล่าวถึงปัญหาที่สำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำให้บริษัทไม่ประสบความสำเร็จ โดยมีการแบ่งช่วงของการทำธุรกิจออกเป็น 3 ระดับ และทำการศึกษาปัญหาที่พบในแต่ละระดับเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงและแก้ไขสิ่งที่จะทำให้เกิดปัญหา และส่งผลเสียต่อการดำเนินธุรกิจ

1) **Startup** – ช่วงของการเริ่มต้นธุรกิจ ปัญหาแรกที่พบคือนักพัฒนาขาดประสบการณ์ เมื่อเกิดปัญหาจะไม่รู้จักวิธีแก้ไข ใช้เวลานานทำให้งานอื่นชะงัก การพัฒนาควรมีผู้นำที่มีประสบการณ์ ปัญหาประการที่สองคือสินค้าไม่ตอบสนองต่อความต้องการและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ปัญหาประการที่สามคือผลิตภัณฑ์ไม่ตอบสนองต่อการใช้งานจริง กล่าวคือการกำหนดคุณสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ ไม่ควรยึดโยงกับกลุ่มบุคคลเพียงกลุ่มเดียว แต่ทุกคนที่เกี่ยวข้องควรมีส่วนร่วมในการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ปัญหาประการที่สี่คือการไม่มีการวางแผนอย่างชัดเจนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาจทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตรงกับความต้องการ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นแต่ไม่เกิดประโยชน์ต่อบริษัท และปัญหาสุดท้ายในระดับของการเริ่มต้นคือ การจัดการต่างๆ ในผลิตภัณฑ์ ควรให้นักพัฒนาเป็นผู้ตัดสินใจ เพราะนักพัฒนาจะเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์มากที่สุด ซึ่งอาจสร้างความได้เปรียบในด้านต่างๆ และส่งผลดีต่อบริษัทได้

2) **Stabilization** – การดำเนินธุรกิจเมื่อผ่านช่วงของการเริ่มต้นมาแล้ว ปัญหาที่พบคือความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในการทำงานร่วมกัน สิ่งสำคัญคือการเคารพสิทธิและหน้าที่ของกันและกัน เพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปสู่ความสำเร็จ ปัญหาต่อมาคือการทำงานร่วมกันของนักพัฒนารุ่นเก่าและรุ่นใหม่ จึงควรการปรับมุมมองการทำงานและการดึงจุดแข็งของแต่ละคนออกมาใช้ เพื่อให้งานออกมามีประสิทธิภาพ ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ควรทำให้ออกมามีประสิทธิภาพ เพื่อไม่ให้เกิดผลเสียต่อลูกค้า ควรมีผู้ที่มีทักษะเข้ามาช่วย และต้องควบคุมข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน เพื่อควบคุมคุณภาพและค่าใช้จ่ายที่อาจจะเกิดขึ้น ช่วงนี้การลงทุนคาดหวังผลที่ดีซึ่งต้องมีส่วนประกอบหลายอย่าง เช่น ประสบการณ์ของทีมพัฒนา ความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ จำนวนเวลา และนักพัฒนาใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทีม ปัญหาสุดท้ายคือนักพัฒนาให้ความสำคัญในสิ่งที่ไม่จำเป็นมากจนเกินไป งานบางอย่างควรให้คนอื่นทำ เพื่อให้งานดำเนินไปได้อย่างรวดเร็ว

- 3) **Growth** – เป็นช่วงเวลาที่สามารถหากกลุ่มลูกค้าได้ง่ายขึ้น ไม่มีค่าใช้จ่ายในการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ หากกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ได้เรื่อยๆ มีลูกค้ามากขึ้น ปัญหาที่พบคืออาจจะขาดทักษะความสามารถใหม่ๆ ไม่มีแผนการพัฒนาทักษะ มีบุคลากรไม่พอ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ล่าช้าเพราะอาจจะขาดทักษะความสามารถ ผู้ที่อยู่ในบริษัทมาตั้งแต่แรกๆ ก็ควรที่จะเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ เพื่อให้สามารถลงมือทำได้เลย ต่อมาคือผลิตภัณฑ์อาจต้องมีได้หลายแพลตฟอร์ม ทีมพัฒนายังไม่สามารถระบุค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน ต้องมีการวิเคราะห์ว่าการที่จะเพิ่มแพลตฟอร์มใหม่ๆ เข้าไปกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้น คุ้มหรือไม่ ประเด็นต่อมาคือผลิตภัณฑ์ล้ำสมัยอาจจะไม่เป็นที่ต้องการของลูกค้า ไม่สามารถพัฒนาหรือไม่สามารถเชื่อมโยงส่งต่อให้กับความต้องการของลูกค้าในอนาคตได้ ไม่ได้ในระยะยาวไม่สามารถบรรลุเป้าหมายความต้องการ สำหรับการพัฒนาในอนาคตบริษัทต้องคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ ถ้าเรามีแผนงานการผลิตผลิตภัณฑ์ที่น่าเชื่อถือ ก็จะส่งเสริมมูลค่าการผลิตผลิตภัณฑ์ที่สามารถพัฒนาต่อเนื่องไปได้ตามแผนกลยุทธ์ที่เราวางเอาไว้ อย่างไรก็ตามความต้องการอาจมีความเปลี่ยนแปลงบริษัท จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เปลี่ยนแปลงอย่างไรต่อไป ปัญหาสุดท้าย คือ การจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่อาจจะใช้เวลานานกว่าที่คิดไว้ บริษัทที่เติบโต การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ต้องใช้การประสานที่ดีของการข้ามส่วนงาน

Vasquez, J. [14] ได้เสนอ 5 สิ่งที่ต้องตระหนักเมื่อก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ เมื่อเริ่มต้นบริษัทผู้ประกอบการอาจจะเต็มไปด้วยความกระตือรือร้นและมีไอเดียใหม่ๆ อยู่มากมาย แต่มีสิ่งที่คุณประกอบการสตาร์ทอัพควรจะต้องหลีกเลี่ยงและควรคำนึงถึง

- 1) การรีบเร่งเกินไป เมื่อมีผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ผู้ประกอบการต้องการที่จะนำมาใช้ให้เร็วที่สุด แต่บางครั้งการที่นำมาใช้โดยไม่ได้ทำการทดสอบอย่างละเอียด มันอาจก่อให้เกิดความเสียหายกับบริษัทก็เป็นได้
- 2) การตั้งความหวังสูงเกินไป ผู้ประกอบการอาจมีไอเดียที่เยี่ยมยอด แต่ผู้ประกอบการก็ไม่ควรที่จะคาดการณ์ผลประกอบการที่จะเกิดขึ้น จึงไม่ควรที่จะคาดหวังมันจนกว่าจะมีหลักประกันหรือตัวชี้วัดที่เชื่อถือได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 3) การขยายตัวเร็วเกินไป ผู้ประกอบการอาจจะมีแผนการที่วางไว้สำหรับอนาคต สิ่งที่ต้องการจะให้มันเป็น แต่ไม่สามารถที่จะทำให้มันออกมาสมบูรณ์แบบได้ในครั้งเดียว เพราะบางครั้งหลายๆอย่างอาจไม่อำนวยและไม่ได้สวยงามอย่างที่คิด
- 4) อย่ายึดติด เมื่อไม่สามารถที่จะใช้ประโยชน์จากไอเดียที่มี ผู้ประกอบการควรปรับเปลี่ยนแผน อย่ายึดติดกับมัน เพราะมันอาจทำให้เสียเวลาและ โอกาสหลายๆ อย่างเพียงเพราะคุณยึดติดกับไอเดียที่มีอยู่
- 5) การเลียนแบบ การพยายามลอกเลียนวิธีการต่างๆ ของผู้อื่นให้ผลลัพธ์ที่อาจจะคล้ายกัน แต่ มันคงจะดีกว่าหากได้ไปในทางในวิธีของตนเอง เรียนรู้จากคู่แข่งไม่ใช่แค่เลียนแบบ

Vasquez, J. [15] ได้เสนอข้อผิดพลาดที่ควรหลีกเลี่ยงในแผนธุรกิจสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ

เมื่อแผนธุรกิจเป็นเรื่องยากที่จะเขียน ผู้ประกอบการหลายรายจมอยู่กับความตื่นเต็นใน ไอเดียใหม่ๆ ของเขา แผนธุรกิจเป็นพิมพ์เขียวที่จะนำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในช่วงแรกของการดำเนินการ และบางอย่างอาจทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในระยะยาว แผนธุรกิจสามารถดึงดูดนักลงทุนหน้าใหม่ให้สนใจใน ไอเดียของบริษัท อย่างไรก็ตามการจัดทำแผนธุรกิจควรหลีกเลี่ยงข้อผิดพลาดต่อไปนี้

- 1) ไม่มีรูปแบบที่แน่นอน แต่ให้เขียนเจาะจงที่สุด ยึดติดกับแผนที่คิดไว้ ไม่อย่างนั้นจะกว้างเกินไปและไม่ชัดเจน
- 2) ทุกอย่างในแผนธุรกิจ ตั้งแต่การทำการไปจนถึงการทำตลาดระยะยาวให้อยู่บนพื้นฐานของการวิจัย
- 3) ให้เขียนตามเนื้อหาที่กำหนดครบทุกอย่าง เพราะทุกส่วนมีเหตุผลของตัวเอง ห้ามข้ามส่วนใดไป ถ้าคิดว่าไม่เข้าใจส่วนไหน ให้พยายามทำความเข้าใจให้มากที่สุด เขียนให้ดีที่สุด
- 4) ล้มเหลวเพื่อการแก้ไขปรับปรุง หาข้อผิดพลาดที่มีผลต่องาน ไม่ต้องยึดติดว่าแบบไหนถูกที่สุด แต่ให้ปรับเปลี่ยนหาสิ่งที่ดีที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 ลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

Gursel, D. [16] ได้ศึกษาและทำความเข้าใจคุณลักษณะที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จต่างๆ ของผู้ประกอบการ ซึ่งจะช่วยให้ นักลงทุนใช้ในการตัดสินใจ โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 37 บริษัท ผู้ก่อตั้ง 95 คน และการสัมภาษณ์จากผู้ร่วมทุน 5 คน

คุณลักษณะเหล่านี้จะถูกแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม ดังนี้

1. ปัจจัยภายนอกเป็นปัจจัยด้านคุณลักษณะพื้นฐานเชิงกายภาพของผู้ประกอบการ

1.1. อายุ (Age)

อายุของผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในหัวข้อที่ถกเถียงกันมาก และมีการตีพิมพ์บทความมีเหตุผลต่างๆ ที่เชื่อว่าผู้ที่อายุไม่มากนักจะประสบความสำเร็จมากกว่า อาทิเช่น ผู้ที่อายุน้อยมีเวลาฝึกฝนประสบการณ์มากกว่า ผู้ที่อายุน้อยมีทักษะความสามารถที่หลากหลาย และสื่อหลายๆ สื่อ มุ่งเน้นไปที่เรื่องราวความสำเร็จของคนอายุน้อย จึงเป็นแรงผลักดันกับคนรุ่นใหม่

1.2. การศึกษา (Education)

ในทฤษฎีมีการสนับสนุนมุมมองว่าการศึกษามีผลกระทบต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ แต่ก็มีความต่าง ๆ ที่พิสูจน์ว่าไม่สามารถหาความสัมพันธ์ใดๆ เกี่ยวกับการศึกษาได้ มีผลลัพธ์ที่น่าสนใจของการวิเคราะห์นี้คือ ผู้ก่อตั้งที่มีปริญญาโทหรือการศึกษาสูงกว่า มีแนวโน้มที่จะทำอะไรได้น้อยให้กับนักลงทุน โดยทั่วไปก็เป็นสิ่งที่ตรงกันข้ามกับสิ่งที่คาดหวัง ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่าการทำงานหรือประสบการณ์สำคัญกว่าการศึกษาระดับสูง หรือปริญญาชั้นสูงจะช่วยให้บริษัทประสบความสำเร็จ แต่ไม่ได้มีผลกระทบต่อความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญ

1.3. พื้นฐานครอบครัว (Background Family)

มีแง่มุมที่แตกต่างกันจากพื้นฐานของครอบครัว การเงินของครอบครัวจะสามารถส่งเสริมให้เด็กมีการเรียนรู้ที่ดี แต่จากรายชื่อบุคคลที่สำเร็จมากที่สุดมาจากผู้ที่เกือบจะไม่มีอะไรเลยและผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มีแนวโน้มที่จะได้รับการเลี้ยงดูจากพ่อแม่ที่เป็นผู้ประกอบการ

1.4. ประสบการณ์ (Experience)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทของผู้ประกอบการครั้งแรกแบ่งเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มหนึ่งคือสำเร็จการศึกษา ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานใดๆ นอกเหนือจากการฝึกงาน กลุ่มที่สองคือทำงานหลังจากสำเร็จการศึกษาในบริษัทขนาดใหญ่หรือในบริษัทที่ก่อตั้งมานานแล้ว กลุ่มที่สามคือทำงานหลังจากสำเร็จการศึกษาในสตาร์ทอัพ ไม่ได้ทำงานในฐานะเป็นผู้ก่อตั้งแต่เป็นพนักงาน ความแตกต่างที่สำคัญระหว่างกลุ่มเหล่านี้ คือประสบการณ์ที่อาจจะต้องใช้ในการเริ่มต้นธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

คนที่อยู่ในกลุ่มแรกบางครั้งพบว่ามันยากที่จะได้รับเงินทุนสำหรับความคิดของพวกเขา โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไม่ได้มีแรงจูงใจใดๆ เลย คนที่อยู่ในกลุ่มที่สองมีแนวโน้มที่จะพบว่ามันยากที่จะเข้าใจความแตกต่างที่สำคัญระหว่างบริษัทที่จัดตั้งขึ้นและสตาร์ทอัพ ในขณะที่คนที่อยู่ในกลุ่มที่สามไม่ได้รู้สึกกดดัน ไม่มีความรู้ในการค้นหาไอเดีย หรือการหาเงินทุน แต่พวกเขา มีประสบการณ์ในการทำสตาร์ทอัพ

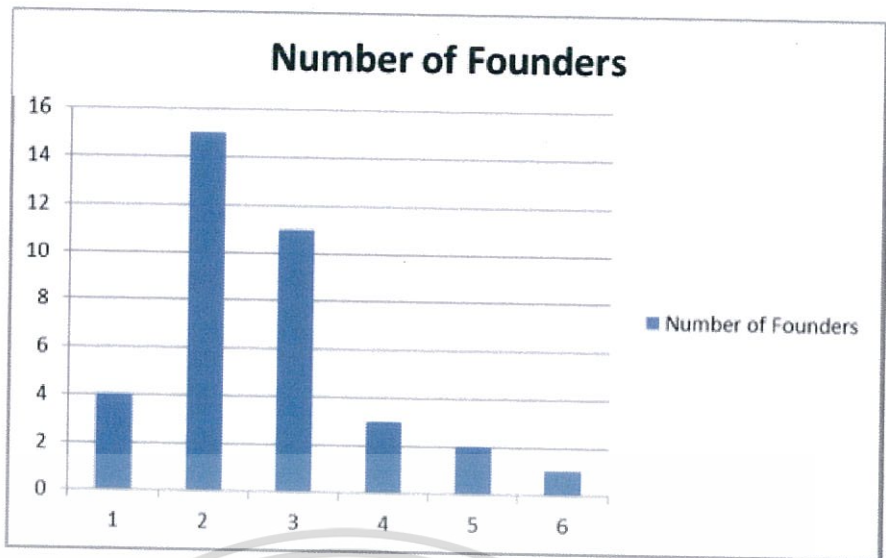
ขณะที่คาดว่าผู้ก่อตั้งที่มีประสบการณ์ในการทำงานจะทำอะไรได้ดี แต่ผู้ที่มีประสบการณ์การทำสตาร์ทอัพ สามารถทำอะไรได้มากกว่าให้กับนักลงทุน ผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มประสบความสำเร็จ คือมีประสบการณ์การทำสตาร์ทอัพมาก่อน ผู้ก่อตั้งที่มีการศึกษาระดับสูงทำกำไรน้อย ประสบการณ์การทำสตาร์ทอัพอาจมีความสำคัญมากกว่าประสบการณ์ในการทำงาน

1.5. จำนวนผู้ก่อตั้ง (Number of Founders)

วิธีการเริ่มต้นการผลิตแบบสลิกลงเปลี่ยนที่รู้จักกันดี ใช้เงินและเวลาน้อยในไอเดียต่างๆ ดังนั้นบางครั้งมันอาจจะเพียงพอสำหรับผู้ก่อตั้งคนเดียวที่จะเริ่มต้นบริษัท แต่มันไม่ได้หมายความว่ามันเป็นความคิดที่ดีที่จะเริ่มต้นบริษัทเพียงคนเดียว

ในระดับจิตวิทยาผู้ก่อตั้งเริ่มต้นคนเดียวย่อมมีการสะสมของความเครียด ดังนั้นการมีทีมงานของผู้ก่อตั้งสามารถช่วยแก้ปัญหาต่างๆ โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ได้

จากการสำรวจ บอกได้ว่าบริษัทที่มีสองหรือสามคนร่วมก่อตั้งจะประสบความสำเร็จได้มากกว่า



รูปที่ 2.1 จำนวนผู้ก่อตั้งกับความสำเร็จ
อ้างอิงจากภาพ Histogram - Number of Founders [16]

1.6. องค์ความรู้ (Domain Knowledge)

มีวิธีการที่แตกต่างกันที่จะได้รับองค์ความรู้ สถานศึกษา การฝึกงานและประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมา ที่สำคัญที่สุดในผลการวิจัยนี้คือความสำคัญของระดับองค์ความรู้ในธุรกิจที่ทำเป็นแรงผลักดันให้ประสบความสำเร็จและการได้รับทุนสนับสนุนอีกด้วย

2. ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยด้านคุณลักษณะทางจิตใจ-สัจชาติญาณ ภายในของผู้ประกอบการ

2.1 ความหลงใหล (Passion)

ความหลงใหล ไม่ใช่สิ่งที่สามารถเรียนรู้ได้ ในด้านบวกมนุษย์ทุกคนมีความหลงใหลในบางสิ่งบางอย่างต่างกัน

ข้อดีของความหลงใหลคือช่วยเพิ่มโอกาสจะได้รับการสนับสนุนจากนักลงทุนมากขึ้น และสามารถที่จะสื่อสารเพื่อที่จะดึงดูดความสามารถของพนักงานให้ทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน และที่สำคัญที่สุด ความหลงใหลจะกลายเป็นแกนหลักของบริษัท

ในทางตรงกันข้ามความหลงใหลที่ผิดๆ สามารถส่งผลเสียทั้งต่อผู้ประกอบการและบริษัทได้ เมื่อบางสิ่งไม่เป็นไปด้วยดี สิ่งสำคัญคือเข้าใจเหตุผลพื้นฐานของความหลงใหลผู้ประกอบการไม่ควรเอาความหลงใหลมาปนกับความมั่นใจ ความดีใจ และความเชื่อว่าคุณคิดนั้นถูกต้อง ดังนั้นความหลงใหลไม่ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นลักษณะเดียวที่สามารถสร้างหรือทำลายบริษัทได้ ถึงแม้ว่าอาจจะเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ก่อตั้งและบริษัทดำเนินต่อไปด้วยดี

2.2 ไอคิว (IQ)

ไอคิวในที่นี้จะใช้ในการกำหนดความสามารถทางปัญญาในการสร้างความเข้าใจ การให้เหตุผล การสื่อสาร และการแก้ปัญหา

เป็นเรื่องง่ายที่จะสรุปว่าระดับไอคิวสูงมีความสำคัญสำหรับการประสบความสำเร็จในชีวิตทั่วไป อย่างไรก็ตาม สิ่งที่สำคัญสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างระดับไอคิวและระดับของความสำเร็จในการเริ่มต้นธุรกิจจากการทดสอบคน

การวิเคราะห์ผลการทดสอบที่ดำเนินการโดยคนกว่า 15,000 คน สรุปได้ว่าการคิดเชิงตรรกะและความคิดเชิงนามธรรม (Abstract Thinking) รวมเข้ากับการจดจำรูปแบบ (Pattern Recognition) ซึ่งเป็นหนึ่งในทักษะที่สำคัญของผู้ก่อตั้งที่ประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยไม่สามารถบอกได้ว่า คนที่มีไอคิวมากกว่าจะสามารถประสบความสำเร็จได้มากกว่าคนที่มีความไอคิวน้อยกว่า

2.3 ความซื่อสัตย์ทางปัญญา (Intellectual Honesty)

ในงานวิจัยนี้ความซื่อสัตย์ทางปัญญาถูกกำหนดไว้ในทางที่กว้างขึ้น เมื่อเทียบกับความหมายที่แท้จริงของมัน

ความซื่อสัตย์ทางปัญญา มีสององค์ประกอบ คือตระหนักถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของตนเอง ผู้ประกอบการควรจะนำเอาความอคติของตนเองออกไปก่อนที่จะดำเนินการกับเหตุการณ์ต่างๆ อย่างไรก็ตาม การตระหนักในตนเองและมีสติไตร่ตรองความคิดของตัวเองก็ไม่เพียงพอ จะต้องมียุติธรรมที่ตระหนักถึงความพยายามในการหาวิธีแก้จุดอ่อนของตนเอง ไม่โทษคนอื่น แต่พยายามที่จะค้นหาสิ่งที่ตนเองทำผิดพลาดไป และวิธีการแก้ไขต่างๆ และที่สำคัญที่สุดมีความซื่อสัตย์กับพนักงานและนักลงทุน มีความซื่อสัตย์กับตัวเองและคนอื่นๆ เป็นขั้นตอนแรกของการมีความซื่อสัตย์ทางปัญญา และอาจกลายมาเป็นความสำเร็จ

2.4 ความอดทนต่อความเสี่ยง (Risk Tolerance)

การรับความเสี่ยงเป็นธรรมชาติของผู้ประกอบการ กำหนดให้ผู้ประกอบการเป็นคนที่บริหารจัดการกับความเสี่ยงของธุรกิจหรือองค์กร มีความอดทนต่อความเสี่ยงมากกว่าคนทั่วไป ความอดทนต่อความเสี่ยงส่วนใหญ่หมายถึง ความสามารถในการรับมือกับความเสียหาย เช่น ความเครียดที่เกิดขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในทางตรงกันข้าม การขาดของความตระหนักในตนเอง และการควบคุมตนเอง คล้ายกับการหลงใหลที่ผิดๆ สามารถส่งผลให้เกิดผลกระทบกับบริษัทได้

คุณลักษณะนี้ มันสามารถเกือบจะรับประกันได้ว่า ผู้ประกอบการจะต้องเผชิญกับสถานการณ์ต่างๆ ทุกๆ วัน และคนที่มีความอดทนต่อความเสี่ยงนั้น สามารถอยู่รอดได้

2.5 จุดมุ่งหมาย (Purpose)

จุดมุ่งหมายมีสองมิติที่สำคัญในบริบทของผู้ประกอบการ อย่างแรก คือ เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความหลงใหลในตัวผู้ประกอบการ มันเป็นเหมือนแผนงานที่แนะนำผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองต่อความหลงใหลของเขา จุดมุ่งหมายของผู้ก่อตั้งกลายเป็นจุดมุ่งหมายของบริษัท ซึ่งเป็นปัจจัยหลักของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ มันเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับพนักงานทุกคนที่ต้องรู้จุดมุ่งหมายของบริษัท ในการทำงานของพวกเขา เพราะผู้ประกอบการไม่สามารถดูแลและตัดสินใจให้กับทุกๆ คนในบริษัท ประการที่สอง คือ ไม่มีจุดมุ่งหมาย ก็หมายความว่าไม่มีการดึงดูดความสามารถอะไรเลย ในขณะที่กำลังความหลงใหลช่วยใหเกิดทักษะ ความสามารถที่ดีที่สุด จุดมุ่งหมายในตัวเองของผู้ประกอบการ จะผลักดันให้หาวิธีที่จะดึงดูดความสามารถที่ดีที่สุดออกมาใช้

2.6 ความสามารถในการดึงดูดความสามารถของทีม (Ability to Attract Talent)

การดึงดูดความสามารถเป็นสิ่งสำคัญสำหรับทุกบริษัท ผู้ก่อตั้งเป็นเพียงจุดเริ่มต้น ในขณะที่ความสามารถใหม่ๆ ในอนาคตของบริษัทเป็นสิ่งสำคัญกว่า มันคือเหตุผลว่าทำไมนักลงทุนพยายามที่จะหาผู้ประกอบการที่มีความสามารถ ในการจ้างคนที่มีความสามารถสอดคล้องกับสตาร์ทอัพและจุดมุ่งหมายนั้น เพราะพวกเขาเชื่อว่าถ้าผู้ก่อตั้งไม่สามารถใช้ความหลงใหลและจุดมุ่งหมายในการดึงดูดผู้ร่วมก่อตั้ง ให้ทำงานร่วมกันในสมรภูมิกับเขาก็ไปไม่รอด

2.7 ความเป็นเอกลักษณ์ (Authenticity or Uniqueness)

มันอาจจะคุณลักษณะที่ยากที่สุดในการกำหนดนิยาม และยากที่สุดในการประเมินสำหรับนักลงทุนเช่นกัน มันไม่มีคำถามโดยตรงเพื่อหาเกี่ยวกับผู้ประกอบการว่าน่าเชื่อถือหรือไม่ ความถูกต้องนอกจากนี้ยังสามารถใช้กำหนดความตระหนักในตนเอง มีความซื่อสัตย์เกี่ยวกับความหลงใหลและจุดมุ่งหมายทั้งตัวเองและคนอื่นๆ ความถูกต้องอาจไม่ได้มีผลต่อความสำเร็จใดๆ แต่มันก็อาจส่งผลกระทบอย่างดีต่อความสำเร็จ

2.8 ความเป็นผู้นำ (Leadership)

มันเป็นสิ่งสำคัญที่จะระบุความแตกต่างระหว่างการจัดการและความเป็นผู้นำ John Kotter เป็นผู้ที่บอกถึงความแตกต่างได้เป็นอย่างดีของทักษะสองอย่างนี้ “การจัดการเป็นเรื่องเกี่ยวกับการรับมือกับความซับซ้อนต่างๆ ความเป็นผู้นำเป็นเรื่องเกี่ยวกับการรับมือกับความเปลี่ยนแปลง”

กรอบความเป็นผู้นำ 4 อย่าง ซึ่งเป็นหลักของการศึกษาความเป็นผู้นำที่ MIT Sloan กำหนดว่า 4 ความสามารถที่ผู้นำควรมีในการประสบความสำเร็จ คือ การทำความเข้าใจกับปัญหาและอารมณ์โดยตัดสินใจผ่านการไตร่ตรอง (Sense Making) ความเกี่ยวข้อง (Relating) วิสัยทัศน์ (Visioning) และการสร้างสรรค์ (Invention) ผู้นำควรมีความสามารถที่จะเข้าใจระบบที่เราอยู่ ใช้ความรู้นี้และการวิเคราะห์เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ในอนาคต สื่อสารวิสัยทัศน์ สร้างความสัมพันธ์ในสถานที่ทำงาน และคิดวิธีการใหม่ๆ เพื่อให้ทุกคนในบริษัทเข้าใจถึงวิสัยทัศน์ เพื่อมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ

2.9 ความตระหนักในตนเอง (Self-Awareness)

ความตระหนักในตนเองเป็นปัจจัยหลักของคุณลักษณะอื่นๆ เช่น ความซื่อสัตย์ทางปัญญาและความเป็นผู้นำ คนที่ตระหนักในตนเองจะรู้ว่าผลของการกระทำเหล่านั้น และรู้ว่าเมื่อใดควรปฏิบัติอย่างไร โดยตัดสินใจด้วยสติปัญญา

2.10 การมองในแง่ดี (Optimism)

การมองในแง่ดีสามารถแบ่งออกเป็นสองส่วนหลัก หนึ่งคือการมองในแง่ดีเป็นลักษณะของคนที่มีแนวโน้มที่จะมองจากด้านดี โดยไม่คำนึงถึงข้อเท็จจริง สองคือการมองในแง่ดีเกี่ยวกับสถานการณ์บางอย่าง เพราะขาดข้อมูลที่จำเป็นและประสบการณ์ ดังนั้นถึงแม้ว่าจะคาดหวังผลลัพธ์ที่อาจเกิด แต่อาจไม่เข้าใจความสำคัญและผลกระทบของผลลัพธ์เหล่านี้

ทั้งสองส่วนดูเหมือนจะเป็นลักษณะในเชิงลบสำหรับผู้ประกอบการประเภทแรกคือ ลักษณะที่เป็นอันตรายสำหรับผู้ประกอบการ เพราะมันอาจนำไปสู่ปัญหาการล่าช้าหรือมีเวลาตอบสนองปัญหาต่ำ ในประเภทที่สองจะเป็นประโยชน์ในบางสถานการณ์

ผู้ประกอบการทุกคนควรจะมองในแง่ดี การมองในแง่ร้ายไม่ได้ช่วยอะไรในทำนองเดียวกัน ผู้คนมีแนวโน้มมากขึ้นที่จะตระหนักถึงสภาพแวดล้อมของพวกเขา พวกเขาก็อายุเพิ่มเรื่อยๆ และมีประสบการณ์มากขึ้นในชีวิตและดังนั้นจึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารทบทวนเวลาสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้ดูแลเนื้อหาขอสงวนสิทธิ์ในการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่วยให้ผู้ก่อตั้งทำหน้าที่อย่างกล้าหาญในสถานการณ์ที่มีปัญหา รับผิดชอบต่อความเสี่ยง และที่สำคัญมากคือการรับมือกับความเครียดในระยะยาว โดยทั่วไปผู้ประกอบการมองในแง่ดีเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับขั้นตอนแรกของการเริ่มต้น

2.11 ความถ่อมตน (Humility)

การมีลักษณะความถ่อมตน มีผลการวิเคราะห์ในการวิจัยสองรูปแบบที่แตกต่างกัน ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ หนึ่งใน เป็นลักษณะที่เป็นแรงด้านความพึงพอใจที่เกิดขึ้นหลังจากเหตุการณ์ที่ประสบความสำเร็จ มันเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่ทำให้ผู้แข่งขันกับความสำเร็จออกไปจากเป้าหมายสุดท้าย เช่น การขายครั้งแรก จบที่การระดมทุนรอบแรก พื้นที่สำนักงานใหม่ และความสำเร็จในระยะสั้นอื่นๆ มันเป็นปกติที่จะรู้สึกประสบความสำเร็จและมีความสุขหลังจากที่ผ่านเหตุการณ์เหล่านี้ สอง คือ มีการเชื่อมต่อกับความซื่อสัตย์ทางปัญญา ความตระหนักในตนเอง ความสามารถในการยอมรับความผิดพลาดในฐานะผู้ก่อตั้งมีความสำคัญมาก จะเพิ่มขวัญกำลังใจในการทำงาน เพราะ โดยทั่วไปผู้ก่อตั้งที่มีความถ่อมตนสูง มีแนวโน้มที่จะเห็นตัวเองเป็นเพื่อนกับพนักงานของพวกเขาแทนของผู้บังคับบัญชา

Robin Chase เป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับผู้ก่อตั้งที่มีลักษณะความถ่อมตนสูง ในตอนหนึ่งของการสัมภาษณ์ของเธอ (Chase, 2012) เธอเล่าให้ฟังว่าเธอยอมรับความผิดพลาดอย่างเปิดเผย และวิธีการที่จะมีผลอย่างมากต่อความสำเร็จของการทำงานร่วมกัน

ตารางต่อไปนี้เป็นผลของแบบสอบถามนี้จากการให้คะแนนของนักลงทุนต่างๆ โดยเฉลี่ย แสดงลำดับความสำคัญของค่าภายนอกและค่าภายใน แยกออกมาเป็นลักษณะที่แตกต่างกันดังนี้

Extrinsic Values	
Domain Knowledge	28.0
Previous Work or Startup Experience	22.4
First Try or Serial Entrepreneur	20.2
Single Founder or Multiple Co-Founders	13.2
School Attended	7.0
Family Background	5.0
Age	3.1
Citizenship	1.0
SUM	100.0

รูปที่ 2.2 ลำดับความสำคัญของปัจจัยภายนอก

อ้างอิงจากภาพ Extrinsic Values in the order of Importance [16]

สรุปได้ว่าความรู้ในธุรกิจที่ทำ (Domain Knowledge) เป็นสิ่งที่สำคัญมาก แม้ว่าความรู้จะช่วยเพิ่มความเป็นไปได้ของการได้รับการสนับสนุนจากนักลงทุน ทีมที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์สตาร์ทอัพมาก่อน ก็จะช่วยเพิ่มโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น

Intrinsic Values	
Passion	18.1
Ability to Attract Talent	16.1
Leadership	13.5
Optimism	9.3
Self-Awareness	8.8
Risk Tolerancy	8.5
Intellectual Honesty	6.8
Reason/Purpose	6.7
IQ/Smarts	6.3
Authenticity/Uniqueness	4.7
Humility	1.2
SUM	100

รูปที่ 2.3 ลำดับความสำคัญของปัจจัยภายใน

อ้างอิงจากภาพ Intrinsic Values in the order of importance [16]

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิจัยและการสัมภาษณ์ทั้งสามองค์ประกอบ ความหลงใหล ความสามารถในการ ดึงดูดความสามารถ และทักษะความเป็นผู้นำ เป็นหัวใจของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ตามลำดับ

2.4 การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในองค์กร

Ries, E. [17] ได้อธิบายกลยุทธ์ต่างๆ ที่ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้นดังนี้

1) สร้างการปรับเปลี่ยนองค์กร

สตาร์ทอัพควรลงทุนในการฝึกอบรมสำหรับพนักงานใหม่ ด้วยการสร้าง โปรแกรมการฝึกอบรมที่ดีให้พนักงานใหม่ตั้งแต่วันแรกของการจ้างงาน ถ้าปราศจากการ ฝึกอบรม พนักงานใหม่จะมีโอกาสทำงานผิดพลาด พวกเขาอาจต้องขอความช่วยเหลือจาก เพื่อนร่วมงานซึ่งจะทำให้การทำงานของสมาชิกในทีมคนอื่นๆ ช้าลง โปรแกรมฝึกอบรม ทำให้พนักงานใหม่มีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น เพียงไม่กี่สัปดาห์พนักงานใหม่ เหล่านี้จะมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นอย่างดีและต้องเตรียมความพร้อมสำหรับหลักสูตร พนักงานใหม่ควรได้รับการเรียนรู้ด้านระบบ แนวความคิด และเทคนิคต่างๆ ซึ่งจะทำให้ พวกเขาเป็นพนักงานที่ดีพร้อมสำหรับองค์กร ผู้ให้คำปรึกษาและผู้ได้รับคำปรึกษาต้องมีการ เชื่อมโยงกันที่ดีเพื่อให้โปรแกรมฝึกอบรมนั้นออกมามีประสิทธิภาพสูงสุด การสร้าง โปรแกรมการฝึกอบรมที่ดี คือ มีการทดลองและการแก้ไขอย่างต่อเนื่องจะทำให้เกิด ประสิทธิภาพมากขึ้นและเกิดภาระน้อยลง

2) ความเร็วกับสตาร์ทอัพ

ความเร็วในการเริ่มต้นธุรกิจนั้นอยู่ในสถานะที่อาจทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ หรือล้มเหลวได้ การที่จะเรียนรู้วิธีการสร้างธุรกิจที่ยั่งยืนก่อนเป็นสิ่งที่สำคัญ การมุ่งเน้นไป ที่ความเร็วเพียงอย่างเดียวจะเป็นการทำลายตัวเอง

หนึ่งในการค้นพบที่สำคัญของกระบวนการผลิตแบบลีน คือ ไม่สามารถค้าขายได้ หากเกิด ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นจะทำให้ล่าช้าได้ในภายหลัง เพราะ ข้อบกพร่องต้องแก้ไขทำใหม่ ทำให้หมดกำลังใจ และเกิดข้อร้องเรียนต่างๆ จากลูกค้า ทั้งหมดเหล่านี้ทำให้ชะลอความคืบหน้าและเสียทรัพยากรที่มีคุณค่าไป

3) เทคนิค “Five Whys”

“Five Whys” จะทำให้การลงทุนมีผลผลิตที่เพิ่มขึ้นและพัฒนากระบวนการจากการค้นหาปัญหาที่แท้จริง ความคิดหลักของ “Five Whys” คือการลงทุนโดยตรงในการป้องกันอาการ (Symptom) ของปัญหามากที่สุด ระบบนี้จะใช้วิธีการสืบถามคำถามว่า “ทำไม” ห้าครั้ง เพื่อที่จะเข้าใจสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างถ่องแท้ เทคนิคนี้ได้รับการพัฒนาเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบโดย Taiichi Ohno (The Father of The Toyota Production System) [17]

4) การควบคุมความเร็ว

วิธี “Five Whys” ทำหน้าที่เป็นตัวควบคุมความเร็ว ปัญหาที่มีมากขึ้น จะทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการแก้ปัญหาเหล่านั้น สามารถใช้ “Five Whys” เพื่อช่วยป้องกันปัญหาเหล่านั้นได้และช่วยให้ทีมงานหาจังหวะการก้าวเดินที่ดีที่สุด

“Five Whys” ผูกกับอัตราความคืบหน้าของการเรียนรู้ ทีมงานเริ่มต้นควรจะใช้กระบวนการ “Five Whys” เมื่อใดก็ตามที่พวกเขาพบความล้มเหลวต่างๆ รวมถึงความผิดพลาดทางเทคนิค ความล้มเหลวที่จะบรรลุผลการดำเนินงาน หรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ไม่คาดคิดของลูกค้า

“Five Whys” เป็นเทคนิคขององค์กรที่มีประสิทธิภาพวิศกร บางส่วนที่ได้รับการฝึกอบรมเชื่อมั่นว่าสามารถเรียนรู้และรับเทคนิคการเริ่มต้นแบบสิ้น คือ “Five Whys” มาใช้ควบคู่ไปกับการทำงานในงานขนาดเล็กจะเป็นรากฐานของบริษัทที่จะตอบสนองอย่างรวดเร็วกับปัญหาที่เกิดขึ้น

5) สาเหตุที่ทำให้เกิด “Five Blames”

เมื่อวิธีการ “Five Whys” ถูกนำไปใช้ในทางที่ผิด จึงถูกเรียกว่า “Five Blames” แทนที่จะถามว่าทำไมซ้ำแล้วซ้ำอีก กลับพยายามเข้าใจปัญหาไปในทางที่ผิด เกิดความท้อแท้และเริ่มโทษความผิดไปที่บุคคลอื่นๆ พยายามที่จะตัดสินใจว่าเป็นความผิดของใคร พนักงานสามารถตกอยู่ในกับดักของการใช้ “Five Blames” ซึ่งเป็นวิธีการระบายความผิดหวังของพวกเขาและเพื่อนร่วมงานจากความล้มเหลวของระบบ แทนที่จะใช้ “Five Whys” เพื่อช่วยให้เราค้นหาให้เห็นความจริงว่าปัญหาเรื้อรังที่เกิดจากกระบวนการอะไร และแก้ไขปัญหานั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อแนะนำในการหลีกเลี่ยง “Five Blames” คือแรกเริ่มทำให้แน่ใจว่าทุกคนได้รับผลกระทบจากปัญหาที่อยู่ในห้องในช่วงการวิเคราะห์หาสาเหตุที่แท้จริง การประชุมควรจบรวมถึงทุกคนที่พบหรือหาหาเหตุปัญหที่เกิดขึ้น ถ้าเป็นไปได้มันควรจบรวมถึงทุกคนที่พยายามที่จะแก้ไข ผลกระทบจากปัญหาที่เกิดขึ้น (Symptom) และทุกคนที่ทำงานอยู่ในระบบย่อย

กระบวนการฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้นผ่าน “Five Whys” หากเกิดปัญหาตั้งแต่วันแรกของการทำงานของพนักงานใหม่ ก็ไม่ควรที่จะไปโทษพวกเขา แต่ให้พยายามแก้ไขปัญหานั้น และพยายามป้องกัน ไม่ให้ปัญหานั้นเกิดขึ้นอีกกับบุคคลอื่นๆ เช่น ความผิดพลาดของพวกเขา

6) เคล็ดลับและเทคนิคเกี่ยวกับสตาร์ทอัพด้วย “Five Whys”

สำหรับ “Five Whys” จะทำงานได้อย่างถูกต้องมีกฎระเบียบที่ต้องปฏิบัติตามกฎต่างๆ มีดังนี้

1. มีความอดทนต่อผิดพลาดทุกครั้งที่เกิด
2. ไม่ยอมให้เกิดผิดพลาดซ้ำสอง

กฎข้อแรกส่งเสริมให้คนได้เห็นอกเห็นใจเกี่ยวกับความผิดพลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งความผิดพลาดของผู้อื่น จำไว้ว่าความผิดพลาดส่วนใหญ่จะเกิดจากระบบที่บกพร่อง ไม่ใช่คนไม่ดี กฎข้อที่สองทำให้ทีมเริ่มให้ความสำคัญกับการลงทุนในการป้องกันต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามระบบต่างๆ นี้ไม่ได้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว ในความเป็นจริงมันก็เป็นตัวขับเคลื่อนในแนวคิดที่เกี่ยวกับการผลิตแบบลีน

7) สตาร์ทอัพกับ “Five Whys”

ในความกระตือรือร้นที่จะเริ่มต้นกับ “Five Whys” สิ่งสำคัญที่ถูกละเลย 3 ประการคือ

1. การแนะนำ “Five Whys” ให้กับองค์กรก็เป็นสิ่งจำเป็น กำหนดการประชุม “Five Whys” ให้เป็นปัญหาใหม่ขึ้นมา

2. ทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหาที่เกิดขึ้นจะต้องมีการประชุม “Five Whys” หลายครั้งต้องเผชิญกับสิ่งล่อใจที่จะประหยัดเวลาต่างๆ โดยให้คนไม่ว่างไม่ต้องเข้าร่วมประชุมวิเคราะห์สาเหตุที่แท้จริง
3. ในตอนต้นของแต่ละการประชุม “Five Whys” ใช้เวลาไม่ก่นาทีในการอธิบายกระบวนการและวิธีการทำงานเพื่อประโยชน์ต่างๆ ถ้าเป็นไปได้ใช้ตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จจากการประชุม “Five Whys” จากอดีตที่ผ่านมา

“Five Whys” เป็นเครื่องมือใหม่ที่จะมีผลกระทบแท้จริงกับความสำเร็จ “Five Whys” ดูเหมือนน่าจะเกี่ยวกับปัญหาทางเทคนิคและการป้องกันข้อผิดพลาดต่างๆ แต่ นักพัฒนาได้มีความเข้าใจใหม่ถึงวิธีการทำงานร่วมกัน สามารถวิเคราะห์สาเหตุที่แท้จริง ด้วยการเปิดเผยข้อมูลต่างๆ ที่จะนำทีมงานของคุณให้ใกล้ชิดกัน ผ่านความเข้าใจและ มุมมองร่วมกัน ทำให้มีระบบภูมิคุ้มกันในการทำงานเป็นกลุ่ม

2.5 วิธีการพัฒนาซอฟต์แวร์ของสตาร์ทอัพ

Torvinen, M. [18] ได้ศึกษาผลกระทบของการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลีนซึ่งเป็นที่นิยมมากขึ้นในช่วงหลัง การพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลีนเป็นการพัฒนาจากการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบบอจิลล์ ซึ่งการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบบอจิลล์มีความโดดเด่นในเรื่องของความยืดหยุ่นสูงในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี ส่วนการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลีนจะเป็นการส่งเสริมประสิทธิภาพขององค์กร เป็นการควบคุมข้อบกพร่อง และปรับปรุงประสิทธิภาพ ซึ่งการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลีนจะช่วยลดจำนวนข้อบกพร่องและช่วยให้อุบัติการณ์การเรียนรู้ที่จะปรับปรุงเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

ในขณะที่พื้นฐานของทำสตาร์ทอัพ คือ ธุรกิจซอฟต์แวร์บริษัทขนาดเล็กมีเป้าหมายที่จะผลิตสินค้าให้ประสบความสำเร็จ โดยมีทรัพยากรจำกัด “การที่บริษัทต้องบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด มารวมกับหลักการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลีนดูจะเป็นการจับคู่ที่ดีในการทำสตาร์ทอัพ” [18] การศึกษาวิจัยนี้ได้สรุปประเด็นต่างๆดังนี้

1) การพัฒนาซอฟต์แวร์แบบแบบลีน (Lean Development)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดของการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลีนคือการจัดระเบียบการผลิตซึ่งมีกฎเกณฑ์สำคัญ คือ การตรวจสอบข้อบกพร่องในผลิตภัณฑ์ในตอนต้นของการผลิตและกำจัดปัญหาที่เกิดขึ้น ให้ไม่สามารถเกิดได้อีก โดยพื้นฐานแล้วการเรียนรู้และการปรับปรุงการผลิตอย่างต่อเนื่อง นั้นจะนำไปสู่การผลิตที่คุ้มค่าที่สุดและไร้ข้อบกพร่อง สิ่งที่ทำจะมีมูลค่าก็ต่อเมื่อผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่พึงพอใจของลูกค้า การทำความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าก็เป็นแนวคิดที่สำคัญในการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลีน ซึ่งการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลีนเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมการผลิต ซึ่งในกระบวนการผลิตนั้นการแปลงวัตถุดิบ ไปเป็นผลิตภัณฑ์จะมองเห็นมูลค่าชัดกว่าอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์

2) ความต่อเนื่องในการพัฒนา (Flow)

ขั้นตอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ควรจะมีความต่อเนื่องไหลอย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงัก และควรจะควบคุมทุกส่วนงานการผลิตไม่ให้มีการล่าช้าเกิดขึ้น หากในบางขั้นตอนเร็วบางขั้นตอนช้า ก็ต้องมารอคิวในส่วนที่ช้าอยู่ดี หากพบข้อผิดพลาดครั้งแรกควรรีบแก้ไขทันที

3) ลีนและอไจล์ (Lean and Agile)

การพัฒนาซอฟต์แวร์แบบอไจล์มีการวางแผนล่วงหน้าน้อย มีความยืดหยุ่นสูง เน้นไปที่การตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยทันที การพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลีนถูกมองว่าพัฒนามาจากการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบอไจล์ สามารถนำมาใช้ร่วมกันได้ ทำให้ขั้นตอนในการพัฒนามีความยืดหยุ่นแบบการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบอไจล์ และยังได้ประสิทธิภาพแบบการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลีน ความบกพร่องที่พบบ่อยเกิดจากการขาดการวิจัย และขาดความเข้าใจที่แท้จริงในการพัฒนาซอฟต์แวร์นั้นคือ การลดความซับซ้อนให้น้อยที่สุด ค้นหาวิธีทำให้บรรลุเป้าหมายและป้องกันข้อบกพร่องที่อาจจะเกิดขึ้น

4) การพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลีนกับสตาร์ทอัพ (Lean Startup)

ธุรกิจซอฟต์แวร์มักจะมีข้อจำกัดในเรื่องทรัพยากรและความต้องการที่ไม่แน่นอนของลูกค้า ธุรกิจต้องบริหารทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้คุ้มค่าที่สุด คือใช้ทรัพยากรน้อยที่สุดแต่สร้างมูลค่าได้มากที่สุด หลักการการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลีนเป็นการตรวจสอบการทำงาน ทดสอบสมมติฐาน เพื่อหลีกเลี่ยงกระบวนการที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์

แนวคิดสำคัญในการทำสตาร์ทอัพกับการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลิน คือการเปลี่ยนแปลงกระบวนการของบริษัทและผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเปลี่ยนมาอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลใหม่ที่ได้เรียนรู้จากลูกค้า ควรจะลดกระบวนการที่ไม่ทำให้เกิดมูลค่า การพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลินกลายมาเป็นรูปแบบที่ถูกใช้มากขึ้นในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์มีการนำมาใช้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสตาร์ทอัพ

2.6 การพัฒนาสตาร์ทอัพแบบก้าวกระโดด

Ries, E. [19] ได้อธิบายการก้าวกระโดดของธุรกิจโดยมีหัวข้อที่น่าสนใจ ดังนี้

1) กลยุทธ์ที่ถูกกำหนดจากสมมติฐาน

แผนธุรกิจเริ่มต้นมาจากการตั้งสมมติฐาน กลยุทธ์ที่จะถูกนำมาใช้ก็จะถูกกำหนดจากสมมติฐานเช่นกัน เพื่อให้บรรลุความต้องการของบริษัท หลายๆ ครั้งสมมติฐานก็ไม่ได้รับการพิสูจน์ว่าเป็นจริงและในความเป็นจริง บางครั้งสมมติฐานก็ยังคงคิดเพี้ยนไปอีกด้วย ดังนั้นเป้าหมายแรกในการทำสตาร์ทอัพ คือ การพิสูจน์สมมติฐานให้เร็วที่สุด

ความท้าทายแรกของผู้ประกอบการ คือ การสร้างองค์กรที่สามารถทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่าเป็นจริง ถัดมา คือ ผู้ประกอบการต้องสามารถดำเนินการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยไม่ให้ส่งผลใดๆ กับเป้าหมายของบริษัท

สมมติฐานทั้งหลายจะถูกกำหนดให้ดีขึ้นจากประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมา เช่น ในกรณีของเฟสบุ๊กมีการยอมจ่ายเงิน เพื่อทำการโฆษณาเพื่อดึงดูดให้มีผู้ใช้งานมากขึ้น ดังนั้นถ้าเราสามารถดำเนินสมมติฐานเหล่านี้ให้เป็นจริง สิ่งนี้จะเป็นการก้าวกระโดดที่สำคัญซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ในอนาคต แต่หากสมมติฐานดังกล่าวไม่เป็นจริง มันก็คือการเริ่มต้นที่จะดำเนินไปสู่ความล้มเหลวเช่นกัน

2) มูลค่าและการเติบโต

เมื่อมองย้อนกลับ ไป ในเรื่องราวของเฟสบุ๊กที่ประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว มีสองความเชื่อที่ดูมีน้ำหนักที่สุด คือ สมมติฐานในการสร้างมูลค่าและสมมติฐานของการเจริญเติบโต ขั้นตอนแรกคือการทำความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ เพราะผลิตภัณฑ์เป็นพื้นฐานในการสร้างมูลค่า การจะประสบความสำเร็จได้หรือไม่ได้วัดอยู่ที่ผลกำไรเพียง

อย่างเดียว แต่บริษัทต้องสามารถอยู่รอดในระยะยาวด้วยจากอดีตที่ผ่านมา มีหลายบริษัทที่มีผลกำไรสูงในระยะแรก แต่สุดท้ายก็ไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

สำหรับการเติบโตของธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องเข้าใจเหตุผลต่างๆ ในการทำสตาร์ทอัพ มีหลายอย่างที่ควรระวังหลีกเลี่ยง เช่น การที่ธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่องผ่านการระดมทุนจากนักลงทุนและการให้ความสำคัญกับการโฆษณามากเกินไป แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นตามไปด้วย

3) ถูกที่ถูกลเวลา

มีผู้ประกอบการจำนวนมากที่ประสบความสำเร็จ สาเหตุหนึ่งมาจากการที่พวกเขาดำเนินธุรกิจในช่วงเวลาและตลาดเหมาะสม ทำให้ธุรกิจสามารถประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีผู้ประกอบการบางราย แม้จะประสบความสำเร็จในธุรกิจ แต่เมื่อมองลงไปในเรื่องของการบริหารจัดการแล้วยังถือว่าทำไม่ได้ดี สิ่งที่แตกต่างกันระหว่างความสำเร็จและความล้มเหลว คือ ประสิทธิภาพและความสามารถในการแก้ไขปัญหา เมื่อพบเจอว่าส่วนหนึ่งส่วนใดของแผนการที่เขาวางไว้ไม่ถูกต้อง เขาจะทำการปรับกลยุทธ์ของพวกเขาตามทันที

4) เฝ้าดูโลกภายนอกเพื่อเก็บข้อมูลที่เป็นจริง

ผลประกอบการเป็นสิ่งที่น่าสนใจในเชิงธุรกิจ แต่คนก็มีส่วนเป็นตัวชี้วัดเช่นกัน ก่อนที่ลูกค้าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ สิ่งที่เขาคาดหวัง คือการเห็นการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์ไปในทางที่ดีขึ้น สตาร์ทอัพต้องรวบรวมข้อมูลจากลูกค้า ข้อมูลตลาดซัพพลายเออร์ และหาช่องทางการดำเนินการจากความเป็นจริง

5) การออกแบบและพัฒนาระบบต้นแบบของลูกค้า

การติดต่อกับลูกค้าเบื้องต้นไม่ได้ต้องการคำตอบที่ชัดเจน แต่มันคือ การชี้แจงรายละเอียดที่เราเข้าใจปัญหาที่ลูกค้ามีอยู่ เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าว่าเราสามารถสร้างต้นแบบ เพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้ให้กับลูกค้าได้ ต้นแบบนี้จะเป็นคู่มือที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างความมั่นใจ ให้กับลูกค้าในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ว่าสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

มีเทคนิคมากมายในการสร้างระบบต้นแบบที่ถูกต้อง วิธีการแบบดั้งเดิม เช่น การออกแบบปฏิสัมพันธ์ แต่ในปัจจุบันมีการสร้างระบบต้นแบบวิธีใหม่ คือ การพัฒนาเทคนิคเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใหม่ภายใต้ประสบการณ์การใช้งานแบบลิน รายละเอียดของลูกค้าจะได้รับการวิเคราะห์จนกว่ากลยุทธ์ที่ได้ แสดงให้เห็นว่าเราจะสามารถให้บริการลูกค้านั้นๆ ได้ดีและมีผลการดำเนินการที่น่าพอใจ

6) การวิเคราะห์การทำงานจากปัญหา

ปัจจุบันมีสองประเด็นที่ผู้ประกอบการพึงระวังเป็นพิเศษ คือ เมื่อผู้ประกอบการดำเนินการวิจัยตลาดและการพูดคุยกับลูกค้า ผู้ประกอบการที่มีความมั่นใจหรือใจร้อนในการดำเนินการ ไม่ต้องการที่จะเสียเวลาในการวิเคราะห์กลยุทธ์ ผู้ประกอบการเหล่านั้นมีความต้องการที่จะเริ่มต้นดำเนินการทันที หลังจากสนทนากับลูกค้าเพียงไม่นาน และบางครั้งลูกค้าก็เข้าใจว่า สิ่งในตัวลูกค้าเองต้องการนั้นเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในเวลาอันรวดเร็ว และทำให้ตัวลูกค้าเองมั่นใจว่าเค้าได้เดินมาบนทางที่ถูกต้องแล้ว

ผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยที่ตกเป็นเหยื่อของการประมาท จากการวิเคราะห์ เช่นนี้ หากไม่มีการปรับปรุงแผนการเสียใหม่ ปัญหาหลักๆ ที่พบคือแผนของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทั่วไปไม่เป็นไปตามหลักกลยุทธ์ แต่ที่แย่ไปกว่านั้น คือ ความผิดพลาดเหล่านี้ไม่ถูกเปิดเผยในที่ประชุมระหว่างลูกค้าและผู้ประกอบการ อาจถูกบิดเบือนด้วยความสนิทสนมกับตัวลูกค้าหรือข้อมูลผลิตภัณฑ์นั้นๆ

2.7 บริบทการแข่งขันในการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของธุรกิจซอฟต์แวร์ของไทย

นายเด โชชัย ดวงพัตรา [20] ได้วิจัยความพร้อมในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในด้าน อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทยเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ต้องปรับตัวอย่างเร่งด่วน โดยต้องศึกษาโครงสร้างของอุตสาหกรรม รวมถึงยุทธศาสตร์ในการรองรับและเตรียมตัวต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยมีเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมด้าน ไอซีทีของอาเซียน แต่ก็มีคู่แข่งที่มีความพร้อมมากกว่า คือ สิงคโปร์ มาเลเซีย และเวียดนาม ผู้ประกอบการด้านซอฟต์แวร์สามารถนำผลของงานวิจัยไปเป็นต้นแบบในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้านการตลาด เพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยงานวิจัยได้ทำการสำรวจและสรุปออกมาดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1) ผลการวิจัยพบว่าโดยรวมผู้ประกอบการ มีการวางแผนเตรียมตัวและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อรับมือกับการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนบ้างแล้ว อยู่ในเกณฑ์น้อยถึงปานกลาง เพราะยังไม่มีความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- 2) ในด้านการลงทุนนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความพร้อมด้านการลงทุน เริ่มมีการทำตลาดไปยังประเทศสมาชิก ในส่วนของกฎหมายหรือกฎเกณฑ์ต่างๆ ของภาครัฐด้านการลงทุนและการเงินจะต้องรื้อปรับระบบกันใหม่ ทั้งนี้เพื่อให้ประเทศได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่
- 3) ภาพรวมด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้เริ่มดำเนินการเตรียมความพร้อมด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งควรรหาเทคโนโลยีในการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการให้ตรงความเหนือกว่าให้ได้ การลงทุนพัฒนาและการวิจัยในด้านเทคโนโลยีของธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ เป็นสิ่งจำเป็นและเป็นหนทางในการอยู่รอด และสร้างความได้เปรียบในด้านการแข่งขัน
- 4) ภาพรวมด้านการพัฒนาแรงงาน พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้เริ่มดำเนินการเตรียมความพร้อมด้านการพัฒนาแรงงาน โดยเริ่มมีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะของแรงงานในด้านต่างๆ สิ่งที่ต้องเตรียมพร้อมและสิ่งที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย คือ ภาษา เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความอ่อนแอด้านภาษาที่สุดในบรรดาประเทศสมาชิก ซึ่งอาจเป็นตัวแปรสำคัญของการพัฒนาประเทศในอนาคตก็เป็นได้
- 5) ภาพรวมด้านนโยบายและการจัดการพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้เริ่มดำเนินการเตรียมความพร้อมด้านนโยบายและการจัดการ โดยเริ่มมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อรองรับกับตลาดต่างประเทศ เริ่มมีการให้ความรู้แก่บุคลากรด้านวัฒนธรรมของประเทศสมาชิก และทำให้บุคลากรรู้สึกถึงความมั่นคงขององค์กร

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “สถานภาพและปัจจัยความสำเร็จสำหรับธุรกิจซอฟต์แวร์เกิดใหม่ (สตาร์ทอัพ) ในไทย” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางแผนการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

- 1) กำหนดรูปแบบและวิธีวิจัย
- 2) การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3) ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย
- 4) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 5) วิธีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 6) ผลการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 7) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 8) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปผลวิจัย
- 9) สมมติฐานของการศึกษา

3.1 รูปแบบและวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) มีประชากรเป้าหมาย (Target Population) คือ ผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ และรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพตอบคำถามด้วยตนเอง (Self-Inquiry) บนอินเทอร์เน็ต โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกสบาย (Convenience Sampling) และแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling)

3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรเป้าหมายครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ จากบทสัมภาษณ์ทางวิทยุ 96.5 ของนายไพท ผดุงถิ่น นายกสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ คือ 500 คน [21] ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างจะใช้การเลือกกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของประชากร ซึ่งประชากรอยู่ในหลักร้อยละ ใช้เกณฑ์ในการหากลุ่มตัวอย่าง 15 – 30% [22] ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 75 – 150 คน

ตารางที่ 3.1 การเลือกกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ร้อยละของประชากร [22]

ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
หลักร้อยละ	15 – 30 %
หลักพัน	10 – 15 %
หลักหมื่น	5 – 10 %
หลักแสน	1 – 5 %

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นเชิงสำรวจ (Survey Research) มีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย คือ

- 3.3.1 ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเครื่องมือวิจัยให้ครอบคลุมงานวิจัย
- 3.3.2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร (Questionnaire) เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบสอบถามให้ครอบคลุมขอบเขตของงานวิจัยยิ่งขึ้น
- 3.3.3 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย
- 3.3.4 นำแบบสอบถามที่สร้างได้มาทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ พิจารณา ตรวจสอบ และขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้อ่านแบบสอบถามแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย
- 3.3.5 นำแบบสอบถามมาแก้ไขตามคำแนะนำ
- 3.3.6 นำแบบสอบถามมาดำเนินการทดสอบกับผู้ที่มิใช่กลุ่มตัวอย่าง (Pretest)
- 3.3.7 นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)
- 3.3.8 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีจากวรรณกรรมเกี่ยวข้อง ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นประกอบด้วยชนิดของคำถาม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลากหลายแบบตามลักษณะของข้อมูลคำถาม ได้แก่ คำถามแบบเลือกตอบอย่างใดอย่างหนึ่ง (Two-Way Question) คำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choices Question) คำถามแบบเติมคำในช่องว่าง (Short Answer) คำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) คำถามจัดอันดับความสำคัญ (Ranking Scale) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) โดยแบ่งเนื้อหาแบบสอบถามเป็น 7 ส่วน ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป สอบถามเกี่ยวกับผู้ประกอบการและสถานประกอบการ จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลผู้ก่อตั้งและการเข้าสู่ธุรกิจ จำนวน 11 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเงินทุนและแหล่งเงินทุน จำนวน 9

ส่วนที่ 4 ข้อมูลผลิตภัณฑ์และการจัดการบุคลากร จำนวน 22

ส่วนที่ 5 ข้อมูลประเมินปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ จำนวน 6 ข้อ

ประกอบด้วยคำถามคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลการวิเคราะห์ SWOT ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 7 ข้อมูลความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ จำนวน 8 ข้อ

สำหรับคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่ามีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตาม Likert Scale ซึ่งกำหนดระดับคะแนนและแปลผลไว้ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

การแปลความหมายของระดับการประเมินผล ได้กำหนดเกณฑ์ในการให้ความหมายค่าเฉลี่ยของคำตอบไว้ 5 ระดับดังนี้ [23]

1.00 – 1.80	ระดับการประเมินอยู่ในระดับน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	ระดับการประเมินอยู่ในระดับน้อย
2.61 – 3.40	ระดับการประเมินอยู่ในระดับปานกลาง
3.41 – 4.20	ระดับการประเมินอยู่ในระดับมาก
4.21 – 5.00	ระดับการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 วิธีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบสองวิธีด้วยกัน คือการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และการหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.5.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการประเมิน เพื่อกำหนดดัชนีความสอดคล้อง และทำการตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยจะนำเสนอแบบสอบถามต่อผู้เชี่ยวชาญได้แก่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ .ดร.ไพฑูรย์ พิมดิ ประธานสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการดำเนินการวิจัย
2. ดร.กนกวรรณ อัจฉริยะชาญวิช คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการวิจัยประยุกต์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
3. ดร.สิงหะ นวิสุข คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการวิจัยประยุกต์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ที่มีเกณฑ์ในการพิจารณาให้คะแนน ดังนี้

ให้	1	เมื่อคำถามมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์
	0	เมื่อไม่แน่ใจว่าคำถามมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์
	-1	เมื่อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์

หลังจากนั้นนำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับจุดประสงค์ โดยใช้สูตรของโรวินลลีและแฮมเบิลตันคำนวณ (Rovinelli and Hambleton, 1977) [24] มีสูตรคำนวณดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N} \quad (3.1)$$

เมื่อ IOC คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องระหว่างคำถามกับจุดประสงค์

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตร และเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

- 1) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้
- 2) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้ เพราะว่ามี ความสอดคล้องกันต่ำ

3.5.2 การหาความเชื่อมั่น (Reliability)

โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Method, 1951) [25] เป็นการหาความเชื่อมั่นแบบวัดความสอดคล้องภายใน (Measure of Internal Consistency) โดยมีสูตรคำนวณดังนี้

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right] \quad (3.2)$$

เมื่อ α คือ สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

σ_i^2 คือ ความแปรปรวนร่วมระหว่างข้อ

σ_x^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวม

k คือ จำนวนข้อ

โดยที่ ค่า α มากกว่าและเท่ากับ 0.7 สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) แสดงว่าตัวแปรนั้นมีความน่าเชื่อถือ

3.6 ผลการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

3.6.1 ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบเครื่องมือวิจัย

รายการขอ ความคิดเห็น	ผลการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ			ΣR	ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)	แปลผล
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและสถานประกอบการ						
1.1	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
1.2	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
1.3	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
1.4	+1	+1	0	+2	0.67	ใช้ได้
1.5	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
1.6	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
1.7	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
1.8	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
1.9	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
1.10	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
1.11	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
1.12	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
1.13	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
1.14	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
1.15	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
ตอนที่ 2 ผู้ก่อตั้งและการเข้าสู่ธุรกิจ						
2.1	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
2.2	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
2.3	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
2.4	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
2.5	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบเครื่องมือวิจัย

2.6	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
2.7	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
2.8	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
2.9	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
2.10	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
2.11	+1	0	+1	+2	0.67	ใช้ได้
ตอนที่ 3 เงินทุนและแหล่งเงินทุน						
3.1	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
3.2	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
3.3	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
3.4	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
3.5	+1	+1	+0	+2	0.67	ใช้ได้
3.6	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
3.7	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
3.8	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
3.9	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
ตอนที่ 4 ผลสัมฤทธิ์และการจัดการบุคลากร						
4.1	+1	0	+1	+2	0.67	ใช้ได้
4.2	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
4.3	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
4.4	+1	0	+1	+2	0.67	ใช้ได้
4.5	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
4.6	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
4.7	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
4.8	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
4.9	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
4.10	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบเครื่องมือวิจัย

4.11	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
4.12	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
4.13	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
4.14	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
4.15	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
4.16	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
4.17	+1	0	+1	+2	0.67	ใช้ได้
4.18	+1	0	+1	+2	0.67	ใช้ได้
4.19	+1	0	+1	+2	0.67	ใช้ได้
4.20	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
ตอนที่ 5 ประเมินปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ						
5.1.1	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
5.1.2	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
5.1.3	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
5.1.4	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
5.1.5	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
5.2.1	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
5.2.2	+1	0	+1	+2	0.67	ใช้ได้
5.2.3	+1	0	+1	+2	0.67	ใช้ได้
5.3.1	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
5.3.2	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
5.3.3	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
5.4	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
5.5	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
5.6	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ SWOT ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

6.1	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
-----	----	----	----	----	---	--------

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบเครื่องมือวิจัย

ตอนที่ 7 ความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ						
7.1	+1	-1	+1	+1	0.33	ปรับปรุง
7.2	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
7.3	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
7.4	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
7.5	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
7.6	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้
7.7	+1	+1	+1	+3	1	ใช้ได้

3.6.2 ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นความสอดคล้องภายใน (Reliability)

ตารางที่ 3.3 ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นความสอดคล้องภายใน (Reliability)

ตัวแปร	จำนวนคำถาม	Cronbach's Alpha
ทัศนคติของผู้ประกอบการด้านการผลิตภัณฑ์ตลาด และการจัดการบุคลากร	17	.864
ทัศนคติของผู้ประกอบในด้านต่างๆ	15	.867
ทัศนคติของผู้ประกอบต่อความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ	8	.881
รวม	40	.911

จากตารางที่ 3.3 ผลของการทดสอบความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 126 คน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ทั้ง 3 ตอน สูงกว่าค่าแนะนำ (0.7) และมีผลรวม เท่ากับ 0.911 แสดงว่าแบบสอบถามชุดนี้สามารถเชื่อถือได้

3.7 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยแบ่งวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนด โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะเลือกกลุ่มตัวอย่าง

แบบสะดวกสบาย (Convenience Sampling) และแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาดเห็นการใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.8 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามออนไลน์เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อเลือกแบบสอบถามที่สามารถนำไปใช้ในการประมวลผลได้ และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลผ่าน โปรแกรมวิเคราะห์สถิติด้วยคอมพิวเตอร์ SPSS (Statistical Package for the Social Science) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ จะใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

3.8.1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้เพื่อสรุปและบรรยายข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้จากแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสถิติ ดังนี้

- 3.7.1.1. การแจกแจงความถี่ (Frequency)
- 3.7.1.2. ค่าร้อยละ (Percentage)
- 3.7.1.3. ค่าเฉลี่ย (Mean)
- 3.7.1.4. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.8.2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์คือ สถิติวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) [26]

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - \sum X^2)(n \sum Y^2 - \sum Y^2)}} \tag{3.3}$$

เมื่อ	r	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร x กับ y
	n	แทน	จำนวนข้อมูลทั้งหมด
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด x
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด y
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด x แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด y แต่ละตัวยกกำลังสอง
	$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่างคะแนนชุด x และคะแนนชุด y

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกณฑ์ในการพิจารณาความสัมพันธ์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังนี้

- ± 0.81 ถึง ± 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก
- ± 0.61 ถึง ± 0.80 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับสูง
- ± 0.41 ถึง ± 0.60 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
- ± 0.21 ถึง ± 0.40 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
- ± 0.00 ถึง ± 0.20 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

3.8.3. การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลที่ได้เก็บ เป็นคำถามปลายเปิด

3.9 สมมติฐานของการศึกษา

- 3.9.1 สมมติฐานที่ 1 จำนวนผู้ก่อตั้งมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จ
- 3.9.2 สมมติฐานที่ 2 ความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ
- 3.9.3 สมมติฐานที่ 3 ความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ
- 3.9.4 สมมติฐานที่ 4 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่ชัดเจนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ
- 3.9.5 สมมติฐานที่ 5 ความสัมพันธ์ของเครือข่ายศิษย์เก่า (รุ่นพี่รุ่นน้อง) ในมหาวิทยาลัย มีผลเชิงบวกต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในบทนี้จะกล่าวถึงผลที่ได้จากการทดสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และแสดงข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงวิเคราะห์และสรุปผล ซึ่งมีหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์
- 4.2 ข้อมูลลักษณะสถานประกอบการ
- 4.3 ข้อมูลผู้ก่อตั้งและการเข้าสู่ธุรกิจ
- 4.4 ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในด้านต่างๆ
 - 4.4.1 ความเห็นต่อการเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ
 - 4.4.2 ความเห็นต่อการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ตลาด และการจัดการบุคลากร
 - 4.4.3 ความเห็นต่อบัญชีสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพ
 - 4.4.4 ความเห็นต่อความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ
- 4.5 สรุปผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)
- 4.6 ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis

4.1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย
จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากร	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	116	92.1
หญิง	10	7.9
รวม	126	100.0
2. อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	41	32.5
26 – 30 ปี	42	33.3
31 – 35 ปี	34	27.0
36 – 40 ปี	4	3.2
มากกว่า 40 ปี	5	4.0
รวม	126	100.0
3. สถานภาพ		
โสด	106	84.1
สมรส	20	15.9
รวม	126	100.0
4. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	7	5.6
ปริญญาตรี	88	69.8
ปริญญาโท	31	24.6
รวม	126	100.0
5. สาขาวิชาที่ศึกษา		
วิศวกรรมคอมพิวเตอร์	46	36.5
วิทยาการคอมพิวเตอร์	20	15.9
เทคโนโลยีสารสนเทศ	9	7.1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศ
ไทยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

บริหารธุรกิจ	23	18.2
อื่นๆ	42	33.3
รวม (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	140	
6. ประสบการณ์ก่อนเข้าสู่ธุรกิจ		
ไม่มีประสบการณ์มาก่อน	72	57.2
1 – 3 ปี	31	24.6
4 – 6 ปี	13	10.3
7 – 9 ปี	8	6.3
ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	2	1.6
รวม	126	100.0
7. เป็นสมาชิกของสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริม ผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่		
เป็น	28	22.2
ไม่เป็น	98	77.8
รวม	126	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนทั้งสิ้น 126 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 92.1) และมีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี (ร้อยละ 33.3) และพบว่า มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 69.8) รองลงมา คือ ระดับปริญญาโท (ร้อยละ 24.6) สาขาวิชาที่ศึกษามากที่สุดคือ วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 32.8) ในด้านประสบการณ์ก่อนเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากไม่มีประสบการณ์มาก่อน (ร้อยละ 57.1) และรองลงมา คือ ประสบการณ์ 1- 3 ปี (ร้อยละ 24.6) ส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ (ร้อยละ 77.8)

4.2 ข้อมูลลักษณะสถานประกอบการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย
จำแนกตามข้อมูลลักษณะสถานประกอบการ

ลักษณะสถานประกอบการ	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานที่ตั้ง/ประกอบการหลัก		
กรุงเทพและปริมณฑล	115	91.3
ต่างจังหวัด	11	8.7
รวม	126	100.0
2. สถานที่ตั้งประกอบการของธุรกิจสตาร์ทอัพ		
พื้นที่เช่าในอาคาร	47	37.3
มีอาคารของตนเอง	20	15.9
สำนักงานร่วมให้เช่า	17	13.5
ศูนย์บ่มเพาะ	8	6.3
อื่นๆ	34	27.0
รวม	126	100.0
3. ประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพ		
Enterprise Software	41	32.5
Mobile Application	78	61.9
Embedded System Software	7	5.6
อื่นๆ	45	35.7
รวม (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	171	
4. รายได้โดยเฉลี่ยต่อปี		
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	72	57.1
1 – 5 ล้านบาท	35	27.8
6 – 10 ล้านบาท	13	10.3
11 – 15 ล้านบาท	0	0.0
16 – 20 ล้านบาท	1	0.8
มากกว่า 20 ล้านบาท	5	4.0
รวม	126	100.0
5. อัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปี		
ยังไม่คืนทุน	77	61.1
น้อยกว่า 10%	11	8.7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยจำแนกตามข้อมูลลักษณะสถานประกอบการ

10 – 20 %	13	10.3
21 – 30 %	11	8.7
31 – 40 %	5	4.0
41 – 50 %	8	6.3
มากกว่า 50%	1	0.8
รวม	126	100.0
6. สถานภาพของธุรกิจสตาร์ทอัพ		
ไม่ได้จดทะเบียน	35	27.8
จดทะเบียนบริษัท	88	69.8
จดทะเบียนห้างหุ้นส่วน	3	2.4
รวม	126	100.0
7. ธุรกิจสตาร์ทอัพของท่านดำเนินธุรกิจ (ด้านซอฟต์แวร์) มาแล้ว		
น้อยกว่า 1 ปี	15	11.9
1 ปี	54	42.8
2 ปี	26	20.6
3 ปี	17	13.5
4 – 6 ปี	9	7.2
7 – 9 ปี	3	2.4
ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	2	1.6
รวม	126	100.0

ธุรกิจสตาร์ทอัพมีสถานประกอบการกระจุกตัวอยู่ที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล (เป็นร้อยละ 91.3) และสถานที่ประกอบการใช้พื้นที่เช่าในอาคารมากที่สุด (ร้อยละ 37.3) ประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพ มากที่สุดคือ Mobile Application จำนวน (ร้อยละ 61.9) และรองลงมาคือ ประเภทอื่นๆ (ร้อยละ 35.7) และ Enterprise Software (ร้อยละ 32.5) ส่วนที่น้อยที่สุดคือ Embedded System Software (ร้อยละ 5.6)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพกลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 1 ล้านบาท (ร้อยละ 57.1) และรองลงมาคือ 1 - 5 ล้านบาท (ร้อยละ 27.8) และ 6 - 10 ล้านบาท (ร้อยละ 10.3) โดยส่วนใหญ่ยังไม่คืนทุน (ร้อยละ 61.1) มีอัตรากำไร 10 - 20% ในสัดส่วนที่มากที่สุด (ร้อยละ 10.3) สถานภาพของธุรกิจสตาร์ทอัพที่จดทะเบียนแล้ว (ร้อยละ 69.8) และการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนมากอยู่ที่ 1 ปี (ร้อยละ 42.8) รองลงมาคือ 2 ปี (ร้อยละ 20.6)

4.3 ข้อมูลผู้ก่อตั้งและการเข้าสู่ธุรกิจ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย
จำแนกตามข้อมูลผู้ก่อตั้งและการเข้าสู่ธุรกิจ

ข้อมูลผู้ก่อตั้งและการเข้าสู่ธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1. จำนวนผู้ก่อตั้ง		
1 คน	10	7.9
2 - 3 คน	64	50.8
4 - 5 คน	47	37.3
มากกว่า 5 คน	5	4.0
รวม	126	100.0
2. ปัจจุบันธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นงานหลัก		
ใช่	96	76.2
ไม่ใช่	30	23.8
รวม	126	100.0
3. ในทีมผู้ก่อตั้งมีบุคคลที่เป็น โปรแกรมเมอร์หรือนักพัฒนาระบบรวมอยู่ด้วย		
ใช่	111	88.1
ไม่ใช่	15	11.9
รวม	126	100.0
4. ในทีมผู้ก่อตั้งมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญทางด้าน การตลาดรวมอยู่ด้วย		
ใช่	84	66.7
ไม่ใช่	42	33.4
รวม	126	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยจำแนกตามข้อมูลผู้ก่อตั้งและการเข้าสู่ธุรกิจ

5. แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ		
เงินส่วนตัวของผู้ก่อตั้ง	117	92.9
ครอบครัว	14	11.1
เพื่อนฝูง	6	4.8
สถาบันการเงิน	0	0.0
บริษัทเงินร่วมลงทุน	17	13.5
อื่นๆ	21	16.7
รวม (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	175	
6. ธุรกิจสตาร์ทอัพใช้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ซอฟต์แวร์)		
อโใจล์	31	24.6
ลีน	27	21.4
อโใจล์และลีน	52	41.3
อื่นๆ	16	12.7
รวม	126	100.0
7. ลักษณะการจ้างงานพนักงานในปัจจุบัน		
เป็นพนักงานบริษัท	107	84.9
เป็นพนักงาน Out-Source	32	25.4
เป็นพนักงาน Freelance	40	31.7
อื่นๆ	21	16.7
รวม (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	200	
8. จำนวนพนักงานทั้งหมด		
น้อยกว่า 10 คน	100	79.4
10 – 20 คน	13	10.3
21 – 30 คน	6	4.8
31 – 40 คน	7	5.6
รวม	126	100.0
9. แหล่งที่มาของความรู้ก่อนเข้าสู่ธุรกิจ		
เพื่อน/ครอบครัว	44	34.9

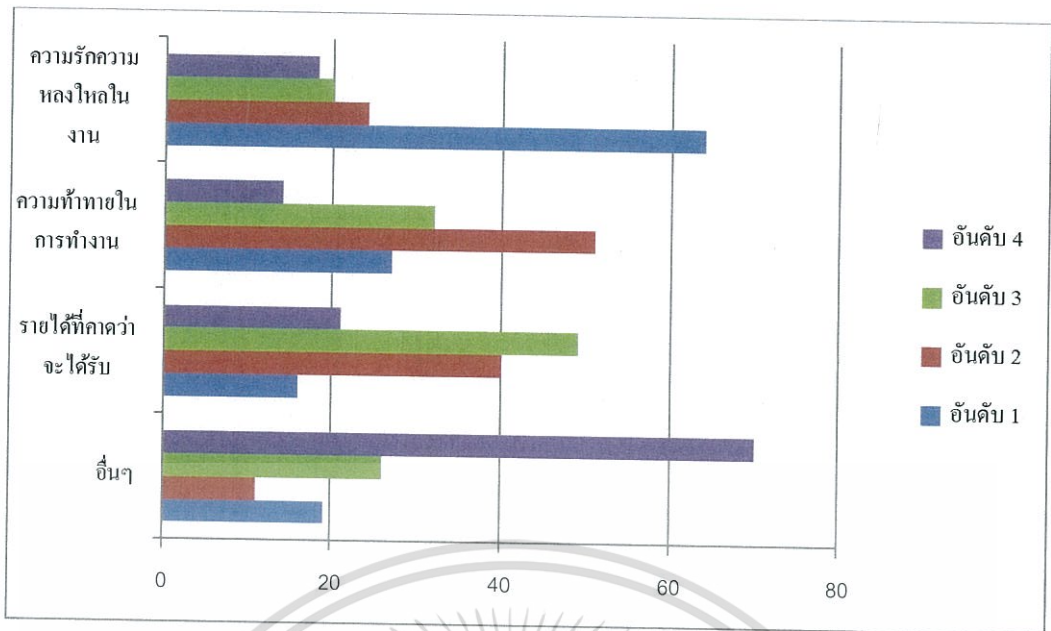
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพใน
ประเทศไทยจำแนกตามข้อมูลผู้ก่อตั้งและการเข้าสู่ธุรกิจ

สถาบันการศึกษา	38	30.2
เรียนรู้ด้วยตนเอง	105	83.3
เข้าอบรมกับหน่วยงานต่างๆ	48	38.1
อื่นๆ	11	8.7
รวม (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	246	
10. แหล่งที่มาของความรู้ระหว่างการดำเนินธุรกิจ		
แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับธุรกิจเดียวกัน	109	86.5
สื่อต่างๆ (อินเทอร์เน็ต/หนังสือ)	107	84.9
เข้าอบรม ศึกษากับหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน	76	60.3
อื่นๆ	8	6.3
รวม (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	300	

ส่วนใหญ่ธุรกิจสตาร์ทอัพมีจำนวนผู้ก่อตั้ง 2-3 คน (ร้อยละ 50.8) และรองลงมาคือ 4-5 คน (ร้อยละ 37.3) เงินลงทุนแรกเริ่มส่วนมากต่ำกว่า 1 ล้านบาท (ร้อยละ 73.0) ส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพมาจากเงินส่วนตัวของผู้ก่อตั้งเอง (เป็นร้อยละ 92.9) ธุรกิจสตาร์ทอัพตัวอย่างส่วนใหญ่มีพนักงานในปัจจุบันทั้งหมดน้อยกว่า 10 คน (ร้อยละ 79.4) และลักษณะการจ้างงาน เป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 84.9) ในขณะที่มีการจ้าง Freelance Out-Source และอื่นๆ มีสัดส่วนที่น้อย (ร้อยละ 31.7 25.4 และ 16.7 ตามลำดับ) มีการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 76.2) โดยมากผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพมีการใช้กระบวนการแบบออนไลน์และลิน (ร้อยละ 41.3)

ก่อนผู้ประกอบการจะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพนั้น ส่วนมากได้มีการศึกษาความรู้ต่างๆ ด้วยตนเอง (ร้อยละ 83.3) รองลงมาคือ เข้าอบรมกับหน่วยงานต่างๆ จากเพื่อน/ครอบครัว และสถาบันการศึกษา (ร้อยละ 38.1, 34.9 และ 30.2 ตามลำดับ) ผู้ประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพได้มีการศึกษาความรู้ต่างๆ ระหว่างประกอบธุรกิจ จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้ประกอบธุรกิจเดียวกัน (ร้อยละ 86.5) รองลงมาคือ สื่อต่างๆ (อินเทอร์เน็ต/หนังสือ) และเข้าอบรม ศึกษากับหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน (ร้อยละ 84.9 และ 60.3 ตามลำดับ)



รูปที่ 4.1 แรงบันดาลใจที่ทำให้เลือกประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ

และจากรูปที่ 4.1 แรงบันดาลใจที่ทำให้เลือกประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพมากที่สุดอันดับ 1 คือ ความรักความหลงใหลในงาน (ร้อยละ 50.8) อันดับ 2 คือ ความท้าทายในการทำงาน (ร้อยละ 40.5) อันดับ 3 คือ รายได้ที่คาดว่าจะได้รับ (ร้อยละ 38.9) และอันดับสุดท้ายคือ อื่นๆ (ร้อยละ 55.6)

4.4 ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในด้านต่างๆ

4.4.1 ความเห็นต่อการเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ

ตารางที่ 4.4 ความเห็นของผู้ประกอบการต่อการเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. ทุกคนในทีมผู้ก่อตั้งมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนต่างๆ ของธุรกิจ	4.10	.942
2. ท่านและผู้ก่อตั้งบริษัทคนอื่นๆ มีความสนิทสนมกันก่อนที่จะร่วมกันเริ่มต้นธุรกิจ	3.99	1.054
3. มีการศึกษาข้อมูล ที่มีผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจจากงานวิจัย ก่อนที่จะเริ่มต้นจัดตั้งธุรกิจ	3.71	1.123

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 (ต่อ) ความเห็นของผู้ประกอบการเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ

4. ในระยะเริ่มต้นมีการจ้างพนักงานแบบ Part-Time หรือ Freelance	2.88	1.552
5. เครือข่ายศิษย์เก่า มีส่วนส่งเสริมต่อการเข้าสู่ธุรกิจและการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน	2.60	1.351
รวม	3.46	1.204

เมื่อสอบถามถึงการเข้าสู่ธุรกิจ จากตารางที่ 4.4 สรุปได้ว่า ก่อนเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ ทีมผู้ก่อตั้งมีความสนิทสนมกันมาก่อน มีการวางแผนธุรกิจร่วมกัน และมีการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสตาร์ทอัพอยู่ในระดับมาก ส่วนในด้านเครือข่ายศิษย์เก่า มีส่วนส่งเสริมต่อการเข้าสู่ธุรกิจและการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพอยู่ในระดับน้อย รวมถึงมีการจ้างพนักงาน Part-time หรือ Freelance ในระดับปานกลาง

4.4.2 ความเห็นต่อการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ตลาด และการจัดการบุคลากร

ตารางที่ 4.5 ความเห็นของผู้ประกอบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ตลาด และการจัดการบุคลากร

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. พนักงานในธุรกิจมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน	4.37	.864
2. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน	4.35	.741
3. มีความยืดหยุ่นของ ไอเดียในพัฒนาผลิตภัณฑ์	4.29	.738
4. มีแผนการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า	4.23	.812
5. มีแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับอนาคต (ตลาดระยะยาว)	4.11	.896
6. มีการวางแผนพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ ของพนักงาน	3.93	.965
7. มีการทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนปล่อยออกสู่ตลาด	3.91	.810
8. มีการวางแผนอย่างชัดเจนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.90	.916
9. มีการปล่อยผลิตภัณฑ์รุ่นทดสอบออกมาสู่ตลาด	3.85	1.089
10. มีการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.60	1.111

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ) ความเห็นของผู้ประกอบการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ตลาด และการจัดการบุคลากร

11. นักพัฒนาจะเป็นคนตัดสินใจในการจัดการต่างๆ ในตัวผลิตภัณฑ์	3.58	1.134
12. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ท่านพัฒนาไม่มีในตลาดมาก่อน	3.51	1.049
13. มีความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์	3.47	1.017
14. มีการวางแผนประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ออกสู่เป้าหมายกลุ่มอื่นๆ	3.46	1.115
15. มีการวิจัยตลาด	3.43	1.183
16. พนักงานมีหน้าที่หรือตำแหน่งที่ชัดเจน	3.33	1.270
17. มีการฝึกอบรมพนักงานที่จ้างเข้ามาก่อนการเริ่มทำงาน	2.72	1.330
รวม	3.77	1.002

เมื่อสอบถามถึงการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ตลาด และการจัดการบุคลากร จากตารางที่ 4.5 สรุปได้ว่า ประเด็นที่สตาร์ทอัพดำเนินการอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน พนักงานในธุรกิจมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และมีความยืดหยุ่นของไอเดียในพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่วนประเด็นอื่นๆ ทุกประเด็น ดำเนินการอยู่ในระดับมาก เช่น มีแผนการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า และการมีแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับอนาคต เป็นต้น

4.4.3 ความเห็นต่อปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพ

ตารางที่ 4.6 ความเห็นของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพต่อปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพ

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. มีความมุ่งมั่นและตั้งใจในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ	4.55	.647
2. มีความยืดหยุ่นของกลยุทธ์ รูปแบบธุรกิจ และเทคโนโลยี	4.49	.771
3. มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน	4.47	.616
4. มีความคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ	4.47	.616
5. มีตลาดที่น่าสนใจ	4.29	.736

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ) ความเห็นของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพต่อปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จ
ของสตาร์ทอัพ

6. มีตลาดที่แข่งขันได้	4.12	.807
7. มีความน่าเชื่อถือของธุรกิจที่สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง	4.04	.763
8. มีการบริหารต้นทุนหรือควบคุมค่าใช้จ่าย	3.98	1.070
9. มีตลาดที่มีขนาดใหญ่	3.92	.909
10. มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าที่เชื่อถือได้	3.88	.881
11. มีประสบการณ์ของสมาชิกในทีมก่อตั้ง	3.80	1.080
12. มีเครือข่ายทางสังคมและธุรกิจ	3.71	1.021
13. มีความพร้อมด้านเงินลงทุนและความต่อเนื่องของแหล่งเงินทุน	3.65	1.165
14. มีทีมพัฒนาที่มีผู้เชี่ยวชาญ หรือมีความรู้ด้านการตลาด	3.63	.929
15. มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กลุ่มลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ ของท่านมากขึ้น	3.39	1.304
รวม	4.03	.888

เมื่อสอบถามถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพ ใช้ข้อมูลจาก
ผู้ประกอบการที่มีอัตราค่าเฉลี่ยแล้ว จากตารางที่ 4.6 สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับ
มากที่สุด 5 ปัจจัยตามลำดับดังนี้ มีความมุ่งมั่นและมั่นใจในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ (ค่าเฉลี่ย 4.55)
มีความยืดหยุ่นของกลยุทธ์ รูปแบบธุรกิจ และเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 4.49) มีการกำหนดกลุ่มลูกค้า
เป้าหมายชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.47) และการมีความคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.47) และมีตลาด
ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.29) รองลงมามีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การมีตลาดที่แข่งขันได้ มี
ความน่าเชื่อถือของธุรกิจที่สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง และมีการบริหารต้นทุนหรือควบคุม
ค่าใช้จ่าย

4.4.4 ความเห็นต่อความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 ความเห็นของผู้ประกอบต่อความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
5. กำหนดกฎเกณฑ์รับการส่งเสริม BOI ให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น	4.40	.831
6. มีโครงการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและสนับสนุนศูนย์บ่มเพาะสตาร์ทอัพจากผู้เชี่ยวชาญสตาร์ทอัพโดยตรง	4.39	.912
8. การวิจัยความรู้การจัดการธุรกิจ เช่น การตลาด การเงิน กฎหมาย ฯลฯ	4.33	.937
1. ลดหย่อนอัตราภาษีให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ	4.31	1.023
7. มี Industry Zone เพื่ออำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ประกอบการและการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กันในการทำธุรกิจ	4.30	.974
2. ลดหย่อนอัตราภาษีให้นักลงทุน (Venture Capital) ที่ให้ลงทุนแก่ธุรกิจสตาร์ทอัพ	4.06	1.122
4. จัดหาแหล่งเงินทุนหรือเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้แก่ธุรกิจสตาร์ทอัพ	4.02	1.287
3. ลดหย่อนอัตราภาษีให้หน่วยงานที่มีศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ (Incubator)	4.01	1.121
รวม	4.22	1.026

การวิจัยนี้ได้สอบถามถึงความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ ที่จัดทำเป็นรายงานวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจเทคโนโลยีรายใหม่ [16] เพื่อวิเคราะห์ถึงระดับความต้องการในแต่ละประเด็น ซึ่งสรุปได้ว่า ความต้องการที่อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับได้แก่ กำหนดกฎเกณฑ์รับการส่งเสริม BOI ให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีโครงการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและสนับสนุนศูนย์บ่มเพาะสตาร์ทอัพจากผู้เชี่ยวชาญสตาร์ทอัพโดยตรง (ค่าเฉลี่ย 4.39) การวิจัยความรู้การจัดการธุรกิจ เช่น การตลาด การเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.33) การลดหย่อนอัตราภาษีให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ (ค่าเฉลี่ย 4.31) และมี Industry Zone เพื่ออำนวยความสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.30)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับอัตรากำไร ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ปัจจัยด้านต่างๆ	อัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปี		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. จำนวนผู้ก่อตั้ง	.410**	.000	สัมพันธ์ปานกลาง
2. มีความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์	.444**	.000	สัมพันธ์ปานกลาง
3. มีการวางแผนพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ ของพนักงาน	.467**	.000	สัมพันธ์ปานกลาง
4. รายได้เฉลี่ยต่อปี	.241**	.008	สัมพันธ์ต่ำ
5. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ท่านพัฒนาไม่มีในตลาดมาก่อน	.225*	.013	สัมพันธ์ต่ำ
6. มีความยืดหยุ่นของไอเดียในพัฒนาผลิตภัณฑ์	.329**	.000	สัมพันธ์ต่ำ
7. มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน	.359**	.000	สัมพันธ์ต่ำ
8. มีการทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนปล่อยออกสู่ตลาด	.204*	0.25	สัมพันธ์ต่ำ
9. มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าที่เชื่อถือได้	.252**	.005	สัมพันธ์ต่ำ
10. มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กลุ่มลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ของท่านมากขึ้น	.309*	.001	สัมพันธ์ต่ำ
11. มีตลาดที่น่าสนใจ	.187*	0.41	สัมพันธ์ต่ำมาก

ตารางที่ 4.8 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

12. ธุรกิจสตาร์ทอัพใช้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบลีน	.181*	.046	สัมพันธ์ต่ำมาก
13. มีทีมนักพัฒนาที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีความรู้ด้านการตลาด	.186*	0.41	สัมพันธ์ต่ำมาก
14. ประสบการณ์ก่อนสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ	-.53	.563	ไม่มีความสัมพันธ์
15. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน	-.53	.623	ไม่มีความสัมพันธ์
16. มีการวางแผนอย่างชัดเจนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	.136	.136	ไม่มีความสัมพันธ์
17. นักพัฒนาจะเป็นคนตัดสินใจในการจัดการต่างๆ ในตัวผลิตภัณฑ์	.095	.301	ไม่มีความสัมพันธ์
18. มีแผนการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า	-0.98	.287	ไม่มีความสัมพันธ์
19. เครือข่ายศิษย์เก่า มีส่วนส่งเสริมต่อการเข้าสู่ธุรกิจและการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน	.119	.193	ไม่มีความสัมพันธ์
20. ทุกคนในทีมผู้ก่อตั้งมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนต่างๆ ของธุรกิจ	.023	.800	ไม่มีความสัมพันธ์
21. มีแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับอนาคต (ตลาดระยะยาว)	-.56	.538	ไม่มีความสัมพันธ์
22. มีการวิจัยตลาด	.017	.850	ไม่มีความสัมพันธ์
23. มีการปล่อยผลิตภัณฑ์รุ่นทดสอบออกมาสู่ตลาด	-1.21	.187	ไม่มีความสัมพันธ์
24. มีการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์	.070	.444	ไม่มีความสัมพันธ์
25. มีการวางแผนประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ออกสู่เป้าหมายกลุ่มอื่นๆ	.104	.254	ไม่มีความสัมพันธ์
26. พนักงานมีหน้าที่หรือตำแหน่งที่ชัดเจน	-0.83	.368	ไม่มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.8 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

27. มีเครือข่ายทางสังคมและธุรกิจ	.099	.279	ไม่มีความสัมพันธ์
28. มีตลาดที่มีขนาดใหญ่	-1.17	.200	ไม่มีความสัมพันธ์
29. มีตลาดที่แข่งขันได้	-.041	.652	ไม่มีความสัมพันธ์
30. พนักงานในธุรกิจมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน	-.020	.830	ไม่มีความสัมพันธ์
31. มีความมุ่งมั่นและมั่นใจในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ	.089	.331	ไม่มีความสัมพันธ์
32. มีความคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ	-.033	.721	ไม่มีความสัมพันธ์
33. มีประสบการณ์ของสมาชิกในทีมก่อตั้ง	-.070	.448	ไม่มีความสัมพันธ์
34. ความน่าเชื่อถือของธุรกิจที่สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง	.005	.957	ไม่มีความสัมพันธ์
35. มีการฝึกอบรมพนักงานที่จ้างเข้ามาก่อนการเริ่มทำงาน	.048	.600	ไม่มีความสัมพันธ์
36. มีความยืดหยุ่นของ กลยุทธ์ รูปแบบธุรกิจ และเทคโนโลยี	.013	.890	ไม่มีความสัมพันธ์
37. มีความพร้อมด้านเงินลงทุนและความต่อเนื่องของแหล่งเงินทุน	-.005	.961	ไม่มีความสัมพันธ์
38. มีการบริหารต้นทุนหรือควบคุมค่าใช้จ่าย	-.062	.497	ไม่มีความสัมพันธ์
39. ลดหย่อนอัตราภาษีให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ	.036	.690	ไม่มีความสัมพันธ์
40. ลดหย่อนอัตราภาษีให้นักลงทุน (Venture Capital) ที่ให้ลงทุนแก่ธุรกิจสตาร์ทอัพ	.092	.307	ไม่มีความสัมพันธ์
41. ลดหย่อนอัตราภาษีให้หน่วยงานที่มีศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ (Incubator)	.038	.669	ไม่มีความสัมพันธ์

ตารางที่ 4.8 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

42. จัดหาแหล่งเงินทุนหรือเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้แก่ธุรกิจสตาร์ทอัพ	.063	.484	ไม่มีความสัมพันธ์
43. กำหนดกฎเกณฑ์รับการส่งเสริม BOI ให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น	.032	.720	ไม่มีความสัมพันธ์
44. มีโครงการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและสนับสนุนศูนย์บ่มเพาะสตาร์ทอัพจากผู้เชี่ยวชาญสตาร์ทอัพโดยตรง	.105	.244	ไม่มีความสัมพันธ์
45. มี Industry Zone เพื่ออำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ประกอบการและการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กันในการทำธุรกิจ	.058	.519	ไม่มีความสัมพันธ์
46. การวิจัยความรู้การจัดการธุรกิจ เช่น การตลาด การเงิน กฎหมาย ฯลฯ	-.029	.749	ไม่มีความสัมพันธ์

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.8 สรุปได้ว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่ออัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปีในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง (นัยสำคัญ .01) ได้แก่ ด้านของจำนวนผู้ก่อตั้ง ($r = .410$) มีความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ ($r = .444$) และมีการวางแผนพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ ของพนักงาน มีค่าความสัมพันธ์ ($r = .467$)

ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่ออัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปีในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ (นัยสำคัญ .01) ได้แก่ ด้านความยืดหยุ่นของไอเดียในพัฒนาผลิตภัณฑ์ ($r = .329$) มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน ($r = .359$) มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าที่เชื่อถือได้ ($r = .252$) และรายได้เฉลี่ยต่อปี ($r = .241$) และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่ออัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปีในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ (นัยสำคัญ .05) ได้แก่ ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ท่านพัฒนาไม่มีในตลาดมาก่อน ($r = .225$) มีการทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนปล่อยออกสู่ตลาด ($r = .204$) และมีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กลุ่มลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ของท่านมากขึ้น ($r = .309$)

ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่ออัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปีในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก (นัยสำคัญ .05) ได้แก่ มีทีมักพัฒนาที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีความรู้ด้านการตลาด ($r = .186$) และธุรกิจสตาร์ทอัพใช้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบลีน ($r = .181$)

4.6 ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในมุมมองของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ

จุดแข็งของการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ ได้แก่ จำนวนผู้ก่อตั้งที่ไม่มากทำให้การเปลี่ยนแปลงอะไรหลายๆ อย่างสามารถทำได้ง่ายไม่ต้องมีกระบวนการอะไรมากมาย ประกอบกับกลุ่มผู้ก่อตั้งมักจะเป็นเพื่อนที่มีความสนิทสนมและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ส่งผลให้ทีมมีความแข็งแกร่ง ส่วนจุดอ่อนที่พบ คือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีทักษะความสามารถในการพัฒนาซอฟต์แวร์ที่ดี แต่มักจะขาดความรู้ทางการตลาด ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญมากอีกสิ่งหนึ่งในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ ประกอบกับเงินทุนที่ไม่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ แต่อย่างไรก็ตามตลาดยังคงค่อนข้างใหม่และมีขนาดใหญ่ กระแสธุรกิจสตาร์ทอัพในภูมิภาคนี้กำลังได้รับความนิยม ซึ่งเป็นโอกาสของกลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย ในทางกลับกันการทำธุรกิจสตาร์ทอัพกำลังได้รับความสนใจซึ่งก่อให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ๆ ในการสู่ตลาดเช่นกัน

บทที่ 5

สรุปและเสนอแนะ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสถานภาพ ปัญหาและอุปสรรค และปัจจัยความสำเร็จสำหรับธุรกิจซอฟต์แวร์รายใหม่ในไทยหรือที่เรียกว่าธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นและเป็นทางแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในไทย ให้มีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยได้กำหนดสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้ว่า จำนวนผู้ก่อตั้ง ความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ ความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านการตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่ชัดเจน และความสัมพันธ์ของเครือข่ายศิษย์เก่า (รุ่นพี่รุ่นน้อง) ในมหาวิทยาลัย มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จ

ส่วนระเบียบวิธีวิจัย ได้ใช้การวิจัยแบบการสำรวจเชิงพรรณนา (Descriptive Survey Research) โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกสบาย (Convenience Sampling) และแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) และได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 140 คน แบ่งเป็นแบบสอบถามผู้ประกอบการจำนวน 126 คนและแบบสอบถามนักลงทุนจำนวน 14 คน

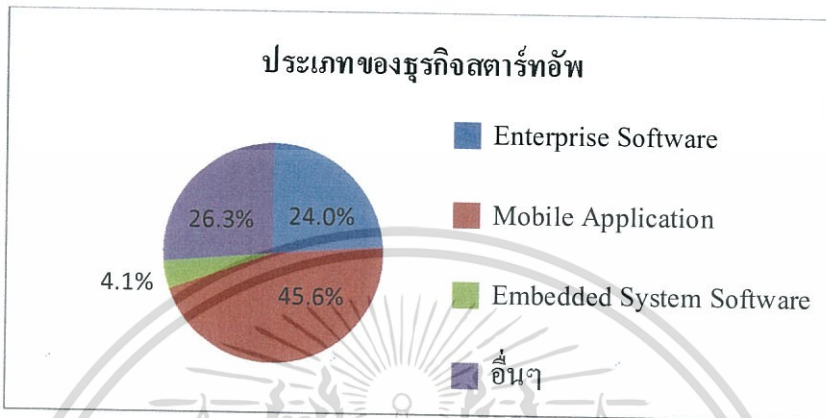
สรุปผลการวิจัย ข้อเสนอแนะ การนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ และข้อจำกัดในการทำวิจัยสรุปได้ดังต่อไปนี้

5.1 ผลการศึกษาสถานภาพผู้ประกอบการ สถานประกอบการ การเข้าสู่ธุรกิจ และการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

ผู้ประกอบการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนทั้งสิ้น 126 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 92.1) และมีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี (ร้อยละ 33.3) และพบว่ามีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 69.8) สาขาวิชาที่ศึกษามากที่สุดคือ วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 36.5) ในด้านประสบการณ์ก่อนเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ ส่วนมากไม่มีประสบการณ์มาก่อน (ร้อยละ 57.2)

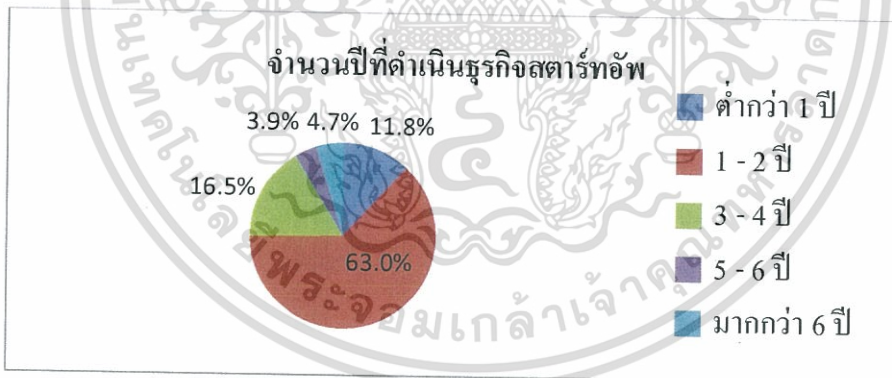
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธุรกิจสตาร์ทอัพมีสถานที่ประกอบการ มีการกระจุกตัวอยู่ที่กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล (เป็นร้อยละ 91.3) สถานที่ประกอบการใช้พื้นที่เช่าในอาคารมากที่สุด (ร้อยละ 37.3) ประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพ มากที่สุดคือ Mobile Application จำนวน (ร้อยละ 45.6) ดัง ในรูปที่ 5.1



รูปที่ 5.1 กราฟแสดงประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพ

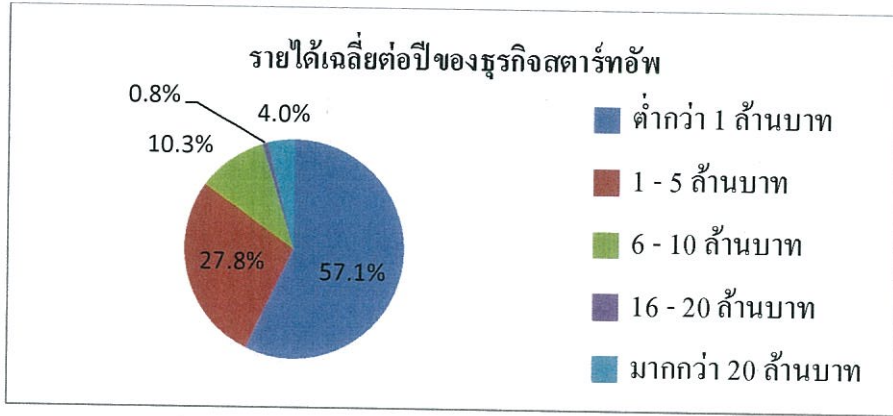
ธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนใหญ่จดทะเบียนบริษัท (ร้อยละ 69.8) และดำเนินธุรกิจมาได้ไม่นานคือระยะเวลา 1 - 2 ปี (ร้อยละ 63.0) ดังแสดงในรูป 5.2



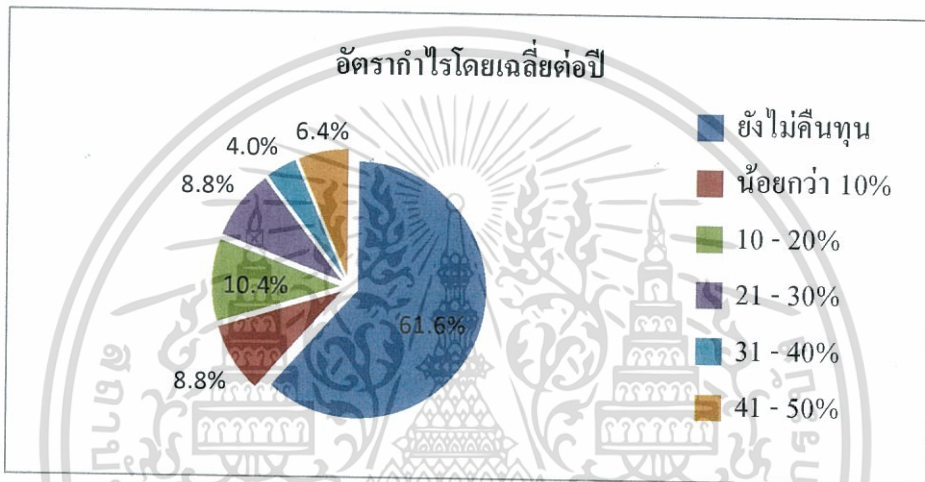
รูปที่ 5.2 กราฟแสดงจำนวนปีที่ดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

การดำเนินงานของธุรกิจสตาร์ทอัพ กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 1 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่ยังไม่คืนทุน (ร้อยละ 61.6) มีเพียงประมาณหนึ่งในสิบที่มีอัตรากำไร 10 - 20% ดังในรูปที่ 5.3 และรูปที่ 5.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

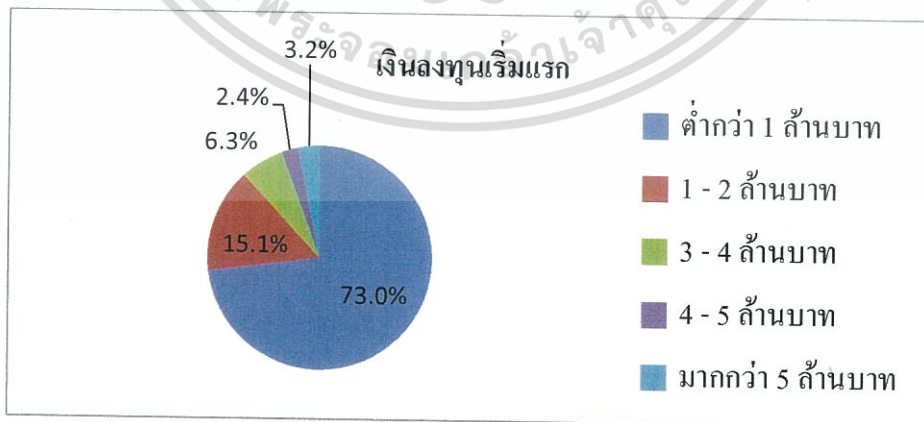


รูปที่ 5.3 กราฟแสดงรายได้เฉลี่ยต่อปีของธุรกิจสตาร์ทอัพ



รูปที่ 5.4 อัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปีของธุรกิจสตาร์ทอัพ

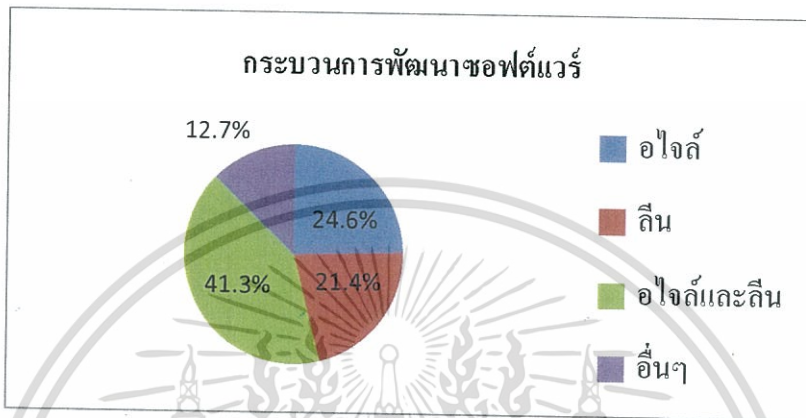
ส่วนใหญ่ธุรกิจสตาร์ทอัพมีจำนวนผู้ก่อตั้ง 2-3 คน (ร้อยละ 50.8) และใช้เงินลงทุนแรกเริ่มส่วนมากต่ำกว่า 1 ล้านบาท (ร้อยละ 73.0) จากรูป 5.5



รูปที่ 5.5 กราฟแสดงเงินลงทุนเริ่มแรก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

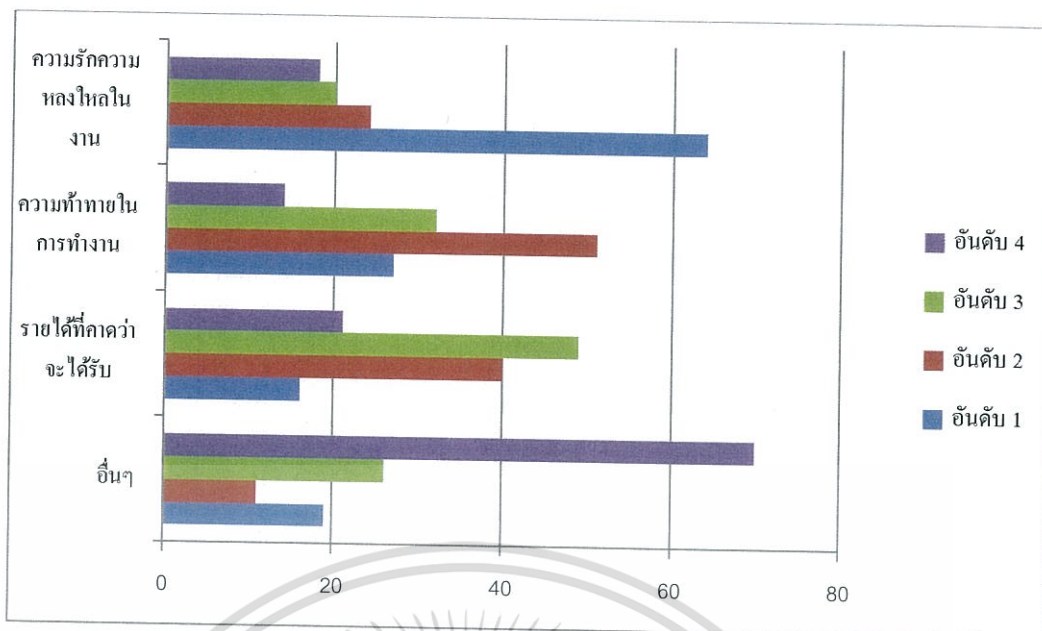
การเข้าสู่ธุรกิจของสตาร์ทอัพ ส่วนใหญ่แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพมาจากเงินส่วนตัวของผู้ก่อตั้งเอง (เป็นร้อยละ 66.9) ลักษณะการจ้างงานเป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 53.5) มีการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 76.2) โดยมากผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพมีการใช้กระบวนการแบบออนไลน์และสิน (ร้อยละ 41.3) ดังรูป 5.6



รูปที่ 5.6 กราฟแสดงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ก่อนผู้ประกอบการจะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพนั้น ส่วนมากได้มีการศึกษาความรู้ต่างๆ ด้วยตนเอง (ร้อยละ 42.6) และผู้ประกอบการสตาร์ทอัพได้มีการศึกษาความรู้ต่างๆ ระหว่างประกอบธุรกิจ จากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้ประกอบธุรกิจเดียวกัน (ร้อยละ 36.3)

ส่วนแรงบันดาลใจที่ทำให้เลือกประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพมากที่สุดอันดับ 1 คือ ความรักความหลงใหลในงาน (ร้อยละ 50.8) อันดับ 2 คือ ความท้าทายในการทำงาน (ร้อยละ 40.5) อันดับ 3 คือ รายได้ที่คาดว่าจะได้รับ (ร้อยละ 38.9) ดังแสดงในรูปที่ 5.7

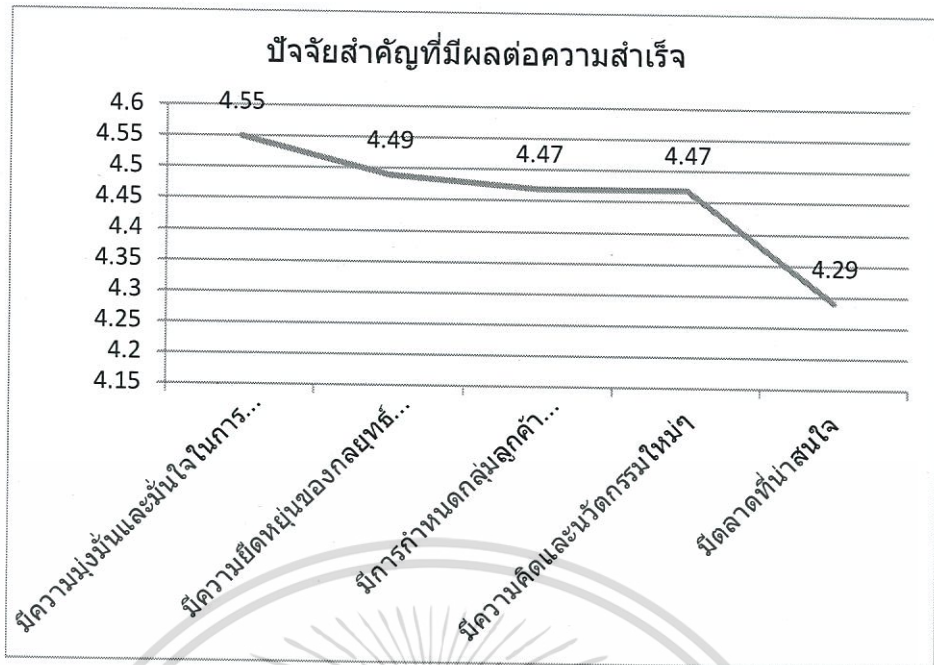


รูปที่ 5.7 กราฟแสดงแรงบันดาลใจที่ทำให้เลือกประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ

5.2 ผลการศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

ในมุมมองของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพต่อปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพ พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ 5 ปัจจัยตามลำดับ (ดังแสดงในรูปที่ 5.8) ดังนี้

ปัจจัยแรกคือ ความมุ่งมั่นและความตั้งใจในการดำเนินธุรกิจ ที่จะช่วยส่งเสริมความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ และปัจจัยอื่นๆ คือ ความยืดหยุ่นของกลยุทธ์ รูปแบบธุรกิจและเทคโนโลยี เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจและเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว หากธุรกิจไม่ปรับตัวตาม ผลกระทบที่ได้อาจถ้ามัยและไม่เป็นที่ต้องการของตลาด มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน การมีนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ จะช่วยดึงดูดความสนใจของกลุ่มลูกค้า ซึ่งเป็นผลดีต่อการทำธุรกิจ และมีตลาดที่น่าสนใจ รองลงมาที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การมีตลาดที่แข่งขันได้ มีความน่าเชื่อถือของธุรกิจที่สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง และมีการบริหารต้นทุนหรือควบคุมค่าใช้จ่าย



รูปที่ 5.8 ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ (มุมมองผู้ประกอบการ)

จากการศึกษาปัจจัยความสำเร็จสำหรับธุรกิจซอฟต์แวร์รายใหม่ในไทย ซึ่งวัดความสำเร็จจากอัตรากำไรของสตาร์ทอัพ โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับอัตรากำไร ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่ออัตรากำไรเฉลี่ยต่อปีในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง (นัยสำคัญ .01) ได้แก่ จำนวนผู้ก่อตั้ง ความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ และการวางแผนพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆของพนักงาน

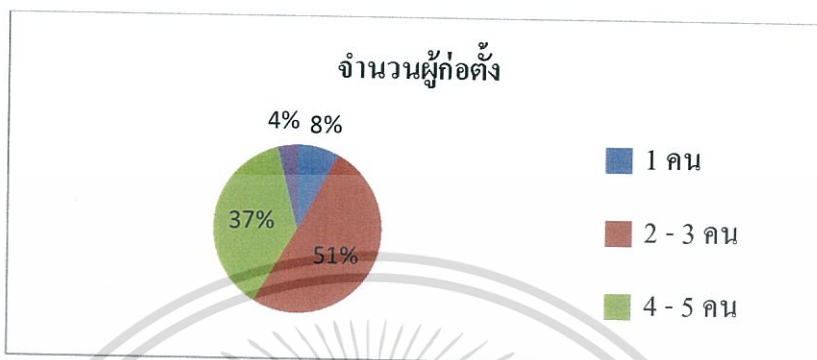
ผลการทดสอบสมมติฐานและอภิปรายผลการวิจัย โดยอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 จำนวนผู้ก่อตั้งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า จำนวนผู้ก่อตั้งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จ (อัตรากำไร) ของการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ (นัยสำคัญ .01) กล่าวคือ มีความสัมพันธ์ต่ออัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปีในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ($r=.410$) ซึ่งอธิบายได้ว่า การเปิดบริษัทด้วยตัวเองเพียงคนเดียวประสบความสำเร็จยาก เพราะการตัดสินใจเรื่องต่างๆ ในบริษัทเพียงลำพังโดยไม่มีคนคอยให้คำปรึกษา ซึ่งอาจทำให้มีโอกาสผิดพลาดสูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในทางกลับกันจำนวนผู้ก่อตั้งที่มากเกินไปอาจทำให้ต้องมีกระบวนการที่ยุ่งยากสำหรับการ
ทำงานที่ต้องอาศัยความรวดเร็วในการตัดสินใจ ผลจากการวิจัยพบว่าจำนวนผู้ก่อตั้งส่วนใหญ่
อยู่ที่ 2 - 3 คน ดังในรูปที่ 5.9 ซึ่งมีความเหมาะสมสอดคล้องกับงานวิจัยของ Graham, P. [12]
และ Gursel, D. [16]



รูปที่ 5.9 กราฟแสดงจำนวนผู้ก่อตั้ง

สมมติฐานที่ 2 ความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จ

ผลการทดสอบสมมติฐาน (นัยสำคัญ .01) พบว่า ความพร้อมในการเปิดตัว
ผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ ใน
ระดับกลาง ($r = .444$) กล่าวคือ ความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มี
ความสำคัญมากในการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ เพราะความพร้อมในตัวผลิตภัณฑ์จะ
ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท รวมทั้งการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ตัวต่อไป
ของบริษัทอีกด้วย แต่ด้วยเรื่องข้อจำกัดทางด้านเงินทุนและเวลา ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพหลายๆ
ที่ เร่งที่จะเปิดตัวผลิตภัณฑ์มากเกินไป เมื่อมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือ
ของบริษัท ซึ่งปัจจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Vasquez, J. [14]

สมมติฐานที่ 3 ความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จ

การทดสอบสมมติฐาน (นัยสำคัญ .05) พบว่า ความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้าน
การตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ แต่อยู่ใน
ระดับต่ำ ($r = .186$) กล่าวคือ ความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านการตลาด การทำธุรกิจสตาร์ทอัพ
สิ่งที่สำคัญอีกสิ่งหนึ่งนอกจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ก็คือการวางแผนทางด้านการตลาด สตาร์ท
อัพส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่เรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยไม่ให้ความสำคัญในเรื่องการทำ

ธุรกิจเท่าที่ควร ความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านการตลาดจะช่วยส่งเสริมในเรื่องการวางแผน
เอกสารนี้เป็นเอกสารทบทวนเวลาสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น มิใช่ข้อมูลเพื่อใช้ในการประกอบการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธุรกิจ การวิจัยตลาด และอื่นๆ นอกจากนี้บริษัทที่มีผู้เชี่ยวชาญหรือมีการวางแผนทางการตลาด มีโอกาสที่จะได้รับความสนใจจากนักลงทุนมากยิ่งขึ้นอีกด้วย ซึ่งปัจจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Cusumano, M. [11] และ Graham, P. [12]

สมมติฐานที่ 4 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่ชัดเจนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จ

ผลการทดสอบสมมติฐาน(นัยสำคัญ 0.1) พบว่าการกำหนดกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่ชัดเจนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ แต่อยู่ในระดับต่ำ ($r = .359$) กล่าวคือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่ชัดเจน เป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของสตาร์ทอัพควรมีกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่ชัดเจนเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด นอกจากนี้การกำหนดเป้าหมายลูกค้าที่ชัดเจนยังช่วยเป็นข้อมูลในการตัดสินใจร่วมลงทุนของนักลงทุนอีกด้วย นักลงทุนมักจะมองหาบริษัทที่มีกลุ่มเป้าหมายลูกค้าที่ชัดเจน และวิเคราะห์ถึงศักยภาพในการซื้อผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Cusumano, M. [11]

สมมติฐานที่ 5 ความสัมพันธ์ของเครือข่ายศิษย์เก่า (รุ่นพี่รุ่นน้อง) ในมหาวิทยาลัย มีผลเชิงบวกต่อความสำเร็จ

ผลการทดสอบสมมติฐาน (นัยสำคัญ 0.1) พบว่าความสัมพันธ์ของเครือข่ายศิษย์เก่า (รุ่นพี่รุ่นน้อง) ในมหาวิทยาลัย ไม่มีผลเชิงบวกต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Nann, S., Krauss, et al. [9]

ปัจจัยที่ไม่ได้ตั้งสมมติฐานไว้แต่ผลการวิจัยพบว่า เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสำเร็จในระดับปานกลาง ได้แก่ การวางแผนพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ ของพนักงาน และพบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่ออัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปีในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ได้แก่ ด้านความยืดหยุ่นของไอเดียในพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าที่เชื่อถือได้ และรายได้เฉลี่ยต่อปี

และเมื่อลดระดับความเชื่อมั่นลง (นัยสำคัญ .05) พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่ออัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปีในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ได้แก่ ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาไม่มีในตลาดมาก่อน มีการทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนปล่อยออกสู่ตลาด และมีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กลุ่มลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ของท่านมากขึ้น

5.3 ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

จากข้อมูลที่ได้รวบรวมจากแบบสอบถามปลายเปิด ปัญหาและอุปสรรคที่ผู้ประกอบการพบในการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพมากที่สุดคือ การวางแผนและบริหารจัดการทางการตลาด บริษัทสตาร์ทอัพส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นหลัก โดยไม่ได้ให้ความสำคัญทางการวางแผนทางการตลาด ซึ่งถือเป็นเรื่องที่สำคัญมากอย่างหนึ่งในการประกอบธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ ปัญหาต่อมาคือเรื่องเงินทุนในการทำธุรกิจ ในช่วงเริ่มต้นทีมยังมีขนาดเล็กมาก จำนวนคนทำงานไม่เพียงพอ แต่ก็ไม่สามารถจ้างพนักงานประจำได้ เพราะมีค่าใช้จ่ายสูงแต่เงินทุนมีอยู่จำกัด ปัญหาต่อมาคือปัญหาเรื่องการขาดประสบการณ์ สำหรับสตาร์ทอัพรายใหม่เมื่อเกิดปัญหาแล้วมักจะใช้เวลาที่ค่อนข้างนานในการแก้ไขปัญหา ซึ่งบางครั้งเป็นการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าซึ่งจะส่งผลให้เกิดปัญหาเดิมๆ ซ้ำขึ้นอีก นอกจากนี้ปัญหาในเรื่องดังกล่าวแล้วยังมีปัญหาอื่นๆ ที่พบในการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพอีก เช่นการทำงานอื่นนอกจากสตาร์ทอัพซึ่งจะต้องแบ่งเวลาให้งานอื่นด้วย ทำให้ไม่มีเวลาเต็มที่ในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ ปัญหาเรื่องความน่าเชื่อถือในธุรกิจส่งผลต่อการขอเงินทุน เป็นต้น

5.4 เสนอแนะทางแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ในการดำเนินธุรกิจ

เมื่อนำข้อมูลจากผู้ประกอบการที่ได้ตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์ในมุมมองเรื่องการเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ พบว่าปัจจัยที่ผู้ประกอบการมีความเห็นตรงกันมากที่สุดคือ ทุกคนในทีมผู้ร่วมก่อตั้งควรจะต้องมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนต่างๆ ของธุรกิจ เพราะการทำธุรกิจที่ดีไม่ควรยึดโยงแนวความคิดของบุคคลใดเป็นหลัก การระดมสมองช่วยกันจะเป็นผลดีกับการทำธุรกิจมากกว่า ปัจจัยต่อมาคือ ความสนิทสนมของกลุ่มผู้ก่อตั้ง จากการรวบรวมข้อมูลพบว่ากลุ่มผู้ก่อตั้งมีความสนิทสนมกันก่อนร่วมธุรกิจซึ่งเป็นผลดีต่อการทำธุรกิจ ความสนิทสนมกันของกลุ่มผู้ก่อตั้งจะช่วยให้ทีมมีความแข็งแกร่ง สามารถคุยหรือปรึกษากันได้อย่างตรงไปตรงมา เมื่อเกิดปัญหาจะสามารถหาทางออกร่วมกันได้ง่าย สำหรับข้อมูลจากผู้ประกอบการต่อการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ตลาด และการจัดการบุคลากร เมื่อนำมาวิเคราะห์พบปัจจัยที่น่าสนใจคือ กลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าพนักงานในธุรกิจจะมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ซึ่งถือเป็นเรื่องที่ดี ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงานจะทำให้บรรยากาศการทำงานร่วมกันเป็นไปด้วยดี ซึ่งอาจช่วยส่งเสริมความสุขในการทำงานของ

พนักงาน และยังอาจช่วยส่งเสริมคุณภาพของงานอีกด้วย ต่อมาก็คือกลุ่มผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน ตลาดเป้าหมายที่ชัดเจนจะช่วยทำให้ทีมพัฒนาสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้ามากยิ่งขึ้นซึ่งจะเป็นผลดีต่อการทำธุรกิจ รองลงมาคือความยืดหยุ่นของไอเดียในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่กล้าที่จะปรับเปลี่ยนแผนงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์มากกว่าจะยึดติดแผนงานเดิมๆ ปัจจัยต่อมาที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญคือแผนการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรพัฒนาตามความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

5.5 ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการต่อการส่งเสริมการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพจากภาครัฐ

การส่งเสริมจากภาครัฐควรมีรูปแบบที่หลากหลายมากกว่าเรื่องกลไกด้านภาษี เช่น การสนับสนุนการชดเชยรายจ่ายบางรายการเพื่อให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนที่ลดลงเนื่องจาก สตาร์ทอัพ ต้องใช้เวลาในการสร้างผลิตภัณฑ์พอสมควร อย่างน้อยก็ 1-2 ปี ก่อนที่จะสามารถนำเสนอสินค้าสู่ตลาด บางครั้งกลไกการตลาดในช่วงแรกจึงยังไม่ได้ส่งผลสนับสนุนให้เกิดแรงจูงใจในการลงทุนส่วนใหญ่มีเห็นว่าเงินจากแหล่งทุนเป็นสิ่งสำคัญกับสตาร์ทอัพ เพราะเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่จะช่วยให้สตาร์ทอัพดำเนินธุรกิจต่อไปได้ แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้ประกอบการไม่ควรไปโฟกัสในเรื่องนี้ตั้งแต่แรก เพราะโอกาสที่จะได้รับทุนน้อยมาก ควรพัฒนาจนเติบโตระดับหนึ่งก่อน จึงค่อยนำไปเสนอหรือหานักลงทุน

ปัจจุบันนักลงทุนในไทยนั้นยังไม่ได้ให้ความสนใจที่จะลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพมากนัก เพราะนักลงทุนในไทยส่วนใหญ่ไม่กล้าเสี่ยงในการลงทุน แต่ก็เริ่มมีกลุ่มนักลงทุนจากต่างประเทศเข้ามาให้ความสนใจสตาร์ทอัพในประเทศไทยช่วยทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพคึกคักและเกิดกรณีศึกษาให้กลุ่มนักลงทุนในไทย

5.6 ข้อเสนอแนะของนักลงทุนต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีความรู้และทักษะทางด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์อยู่แล้ว ประกอบกับกลุ่มนักลงทุนกำลังให้ความสนใจมากขึ้น ซึ่งทำให้เกิดเครือข่ายต่างๆ และมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ปรึกษาทางด้านธุรกิจมากขึ้น แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะขาดทักษะในเรื่องของการตลาด และการวางแผนทางธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ โอกาสของผู้ประกอบการ คือ ปัจจุบันภาครัฐมีมาตรการต่างๆ ในการสนับสนุนธุรกิจดิจิทัล ส่วนโอกาสของนักลงทุน คือ ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้นักลงทุนมีตัวเลือกมากขึ้นในการเลือกลงทุน แต่อย่างไรก็ตาม ภาพการทำสตาร์ทอัพในประเทศไทยมักถูกมองว่าการทำสตาร์ทอัพจำเป็นต้องหาทุน ทำให้ผู้ประกอบการหลายคนไขว้เขว มุ่งแต่ที่จะประกวดแข่งขัน เมื่อไม่ได้รับรางวัลหรือทุนก็ล้มเลิกโครงการไป

5.7 การนำผลการวิจัยไปใช้

การดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพในปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นักลงทุนจากหลากหลายแหล่งให้ความสนใจที่จะเข้ามาศึกษาและลงทุน ผู้ประกอบการจำนวนมากให้ความสนใจและเลือกเข้าสู่รูปแบบธุรกิจสตาร์ทอัพนี้ แต่ผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยที่ต้องยุติล้มเลิกไปเพราะไม่สามารถประกอบธุรกิจให้เดินต่อไปได้ จากการศึกษาพบว่า มีปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ เช่น จำนวนผู้ก่อตั้ง ความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ การวางแผนการพัฒนาทักษะความรู้ใหม่ๆ ของพนักงานในบริษัท การทดสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนปล่อยสู่ตลาด และปัจจัยอื่นๆ

สำหรับการศึกษาด้อยอดจากผลการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นที่ผู้วิจัยมองว่ามีความน่าสนใจและสำคัญสำหรับการทำวิจัยเพิ่มเติมในอนาคตดังต่อไปนี้

- 1) ปัจจุบันธุรกิจซอฟต์แวร์ในรูปแบบสตาร์ทอัพยังค่อนข้างใหม่ในประเทศไทย ผู้วิจัยมีโอกาที่ได้แลกเปลี่ยนความคิดกับผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพบางส่วน พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพบางส่วนอยู่ในช่วงเริ่มต้นในการทำธุรกิจรูปแบบนี้ ผู้ประกอบการบางส่วนได้ล้มเลิกการทำธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพไปแล้ว ควรมีการศึกษาว่าปัจจัยอะไรที่ทำให้ผู้ประกอบการเหล่านี้เลือกที่จะเข้าสู่ธุรกิจซอฟต์แวร์ในรูปแบบสตาร์ทอัพ รวมทั้งปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนล้มเลิกหรือยุติการทำธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ

2) สำหรับเรื่องข้อจำกัดของขนาดของกลุ่มตัวอย่างและประชากร เนื่องจากปัจจุบันยังไม่มีตัวเลขที่ชัดเจนของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์ในรูปแบบสตาร์ทอัพ เนื่องจากการจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าของกลุ่มผู้ประกอบการซอฟต์แวร์ในรูปแบบสตาร์ทอัพจะจดทะเบียนรวมกับผู้ประกอบการทางด้านซอฟต์แวร์ทั่วไป ไม่ได้มีการจดทะเบียนเฉพาะธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ

3) เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องระยะเวลา ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้จำนวนครบตามที่ได้คำนวณไว้ สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยแนะนำให้ควรมีการเตรียมการในเรื่องของระยะเวลาอย่างรอบคอบเพื่อให้ผลวิจัยสอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด

4) การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ทำให้อาจเกิดข้อจำกัดในเรื่องของรายละเอียดของผลการวิจัย ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติมด้วย เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติในด้านต่างๆของผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ นักลงทุน รวมถึงผู้คร่ำหวอดในแวดวงธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ ซึ่งอาจช่วยให้ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยมากขึ้น

บรรณานุกรม

- [1] จิราวัฒน์ คงแก้ว. (2013). “Startup เทรนด์ร้อน...!! ธุรกิจเกิดใหม่.”
เข้าถึงได้จาก : <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/business/bizweek/20131028/538848/STARTUP-เทรนด์ร้อน...!!-ธุรกิจเกิดใหม่.html>. ค้นเมื่อ 4 กันยายน 2557.
- [2] ปานระพีร พิพันธ์. (2014). “สถิติการเติบโตของผู้ใช้ Facebook ในไทย และช่วงเวลาไหนคนใช้ facebook มากสุด?” เข้าถึงได้จาก : <http://www.it24hrs.com/2014/infographic-thai-facebook-user-2014/>. ค้นเมื่อ 4 กันยายน 2557.
- [3] Sakawee, S. “Line now has 390 million users with Japan and Thailand as top countries.” [Online]. Available : <http://thumbsup.in.th/2014/04/line-390-million-users-japan-thailand-top-country/>. 2014.
- [4] ธันว์ บัวเนียม. (2013). “ค่าย THINK CAMP 5 คำสุดยอด START UP เกม ปะทะ นื่องใหม่ซ่าส์ สร้างแรงบันดาลใจให้นักพัฒนา.” เข้าถึงได้จาก : <http://www.oopsmobile.net/think-camp-5/>. ค้นเมื่อ 22 กันยายน 2557.
- [5] นลินทิพย์ ภักศิริกุลกำธร. (2012). “ทำความรู้จัก “STARTUP” เทรนด์แรงที่ชาวออนไลน์ควรรู้.” เข้าถึงได้จาก : <http://www.positioningmag.com/content/ทำความรู้จัก-“startup”-เทรนด์แรงที่ชาวออนไลน์ควรรู้/>. ค้นเมื่อ 22 กันยายน 2557.
- [6] วรณะ งามตระกูลชล. (2013). “Startup เส้นทางธุรกิจแบบใหม่ที่ใครก็เริ่มทำได้.” เข้าถึงได้จาก : <http://www.designil.com/what-is-startup-business.html>. ค้นเมื่อ 22 กันยายน 2557.
- [7] Ghosh, S. “75% of startups fail, but it's no biggie.” [Online]. Available : <http://www.bizjournals.com/sanjose/blog/2012/09/most-startups-fail-says-harvard.html?page=all>. 2012.
- [8] สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA). “โครงการสำรวจตลาดซอฟต์แวร์และซอฟต์แวร์บริการ.” กรุงเทพฯ, 2555.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- [9] Nann, S., Krauss, J., Schober, M., Peter, A.G., Fischbach, K. and Führes, H. **“The power of Alumni networks – Success of startup companies correlates with online social network structure of its founders.”** MIT Center for Collective Intelligence Massachusetts Institute of Technology Cambridge, MA. 2010.
- [10] Guzman, J. **“Startups Mexicanas: A Guide to Software Entrepreneurship in Mexico.”** Master in the Business Administration at the Massachusetts Institute of Technology. 2011.
- [11] Cusumano, M. **“Evaluating a Startup Venture: Consider the key elements of success Startups”** Communications of the ACM, vol. 58, no. 10, October 2013. Pp. 26-29.
- [12] Graham, P. **“How to Start a Startup.”** [Online]. Available : <http://paulgraham.com/start.html>. 2005.
- [13] Crowne, M. **“Why software product startups fail and what to do about it.”** 2002.
- [14] Vasquez, J. **“The 5 Temptations You Must Resist as a Startup Tech Entrepreneur.”** [Online]. Available : http://www.huffingtonpost.com/jose-vasquez/the-5-temptations-you-mus_b_4136153.html. 2013.
- [15] Vasquez, J. **“4 Traps to Avoid in Business Plans for Startup Tech Companies.”** [Online]. Available : http://www.huffingtonpost.com/jose-vasquez/the-secret-to-a-building-_b_4276319.html. 2013.
- [16] Gursel, D. **“Entrepreneurial Success Factor: A systematic approach to entrepreneur evaluation.”** Master of Science in Management Studies at the Massachusetts Institute of Technology. 2011.
- [17] Ries, E. **“Adapt.”** In The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. (pp. 224-252). New York: Crown Business. 2011.
- [18] Torvinen, M. **“The Lean Startup movement and its impact to the business of software.”** Lappeenranta University of Technology LUT School of Industrial Engineering and Management Degree Program in Computer Science. N.d.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- [19] Ries, E. **Leap**. In *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. (pp. 79-91). New York: Crown Business. 2011.
- [20] นายเดโชชัย ดวงพัตรา. “การสำรวจความเตรียมพร้อมในการรับมือกับการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของธุรกิจซอฟต์แวร์ในประเทศไทย.” วิทยาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. 2555.
- [21] ไพท ผดุงถิ่น. นายกสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่. “บทสัมภาษณ์ทางวิทยุ 96.5.” 2015.
- [22] วาโร เฟ็งสวัสดิ์. 2551. “วิธีวิทยาการวิจัย.” กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น. หน้า 187-188.
- [23] กองวิทยาการ กรมแพทยทหารบก. 2557. “คู่มือการประเมินผลการดำเนินงานและรายละเอียดตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ที่ 2.” หน้า 12.
- [24] จักรกฤษณ สำราญใจ. “IOC = ความตรง?” เข้าถึงได้จาก : <http://www.scribd.com/doc/86608731/IOC>. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2557.
- [25] กัลยา วานิชย์บัญชา. “การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย.” กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2554.
- [26] อิศรัฎฐ์ รินโรสง. (2005). “สถิติสำหรับการวิจัยทางการศึกษา.” เข้าถึงได้จาก : <http://tinyurl.com/mhy92ns>. ค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2557.
- [27] Thailand Startup Review. “Incubators/Accelerators.” [Online]. Available : <http://thaistartup.net/content/incubatorsaccelerators>. 2014.
- [28] Thailand Startup Review. “Venture Capital Firms.” [Online]. Available : <http://thaistartup.net/content/venture-capital-firms>. 2014.
- [29] Thailand Startup Review. “Public Agencies.” [Online]. Available : <http://thaistartup.net/content/public-agencies>. 2014.



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ร่างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง สถานภาพและปัจจัยความสำเร็จสำหรับธุรกิจซอฟต์แวร์รายใหม่ในไทย
(Situation and Success Factors for Software Startup Business in Thailand)

คำชี้แจง

1. การวิจัยนี้ เป็นส่วนหนึ่งของปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. ในงานวิจัยนี้ ธุรกิจซอฟต์แวร์รายใหม่ (Software Startup Companies) หมายถึง ธุรกิจด้านซอฟต์แวร์รายใหม่ที่ก่อตั้งโดยคนเพียงไม่กี่คน มีการวางแผนเพื่อเติบโตแบบก้าวกระโดด (ซึ่งในแบบสอบถามนี้จะเรียก “ธุรกิจสตาร์ทอัพ”)
3. เป้าหมายของการวิจัย เพื่อศึกษาสถานภาพ ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์รายใหม่ (สตาร์ทอัพ) ในไทย เพื่อเพิ่มโอกาสให้ธุรกิจสตาร์ทอัพในไทยประสบความสำเร็จมากขึ้น และเพื่อนำเสนอหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อันจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจสตาร์ทอัพโดยรวม
4. องค์ประกอบของแบบสอบถาม ประกอบด้วยรายละเอียดของคำถามดังต่อไปนี้
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและสถานประกอบการ
 - ตอนที่ 2 ผู้ก่อตั้งและการเข้าสู่ธุรกิจ
 - ตอนที่ 3 เงินทุนและแหล่งเงินทุน
 - ตอนที่ 4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริหารบุคลากร
 - ตอนที่ 5 ประเมินปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ
 - ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ SWOT ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ
 - ตอนที่ 7 ความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. โปรดตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนสมบูรณ์ตามความเป็นจริง เพื่อให้การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลถูกต้องแม่นยำ ซึ่งจะส่งผลให้การนำผลการวิจัยไปใช้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด
6. ข้อมูลจากแบบสอบถามฉบับนี้จะถูกนำไปวิเคราะห์และประมวลผลเพื่อสรุปและนำเสนอในภาพรวม ทั้งนี้ ข้อมูลคำตอบจากแบบสอบถามของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น

คณะผู้วิจัย

มารุต ประเสริฐวุฒิพงษ์

วันเฉลิม สักกะวัฒนะ

อาจารย์ศรีนวล นลินทิพวงศ์
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับคำตอบของท่านและ/หรือเดิม
ข้อความลงในช่องว่างให้สมบูรณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและสถานประกอบการ

- 1.1. ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 1.2. เพศ
 ชาย หญิง
- 1.3. อายุ
 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี 26 – 30 ปี 31 – 35 ปี 36 – 40 ปี
 มากกว่า 40 ปี
- 1.4. สถานภาพ
 โสด สมรส หย่าร้าง อื่นๆ
- 1.5. ระดับการศึกษาสูงสุด
 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
- 1.6. สาขาที่สำเร็จการศึกษาตามวุฒิการศึกษาสูงสุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ วิทยาการคอมพิวเตอร์
 เทคโนโลยีสารสนเทศ บริหารธุรกิจ
 อื่นๆ (โปรดระบุ)
- 1.7. ก่อนหน้าเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพนี้ ท่านมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ
 มี เป็นระยะเวลา.....ปี ไม่มี
- 1.8. ท่านเป็นสมาชิกสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ (Thailand Tech Startup Associate) หรือไม่
 เป็น ไม่เป็น
- 1.9. สถานที่ตั้ง/ประกอบการหลัก
 กรุงเทพฯ และปริมณฑล ต่างจังหวัด
- 1.10. ธุรกิจสตาร์ทอัพของท่านดำเนินธุรกิจ (ด้านซอฟต์แวร์) มาแล้ว.....ปี
- 1.11. สถานที่ตั้งประกอบการของธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน เป็นประเภทใด
 พื้นที่เช่าในอาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการเงินานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มีอาคารของตนเอง
- สำนักงานร่วมให้เช่า
- ศูนย์ปัมเพาะ (โปรดระบุ).....
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.12. ประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน (ตามได้มากกว่า 1 ข้อ)

- Enterprise Software
- Mobile Application
- Embedded System Software
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

1.13. รายได้โดยเฉลี่ยต่อปี

- ต่ำกว่า 1 ล้านบาท
- 1 – 5 ล้านบาท
- 6 – 10 ล้านบาท
- 11 – 15 ล้านบาท
- 16 – 20 ล้านบาท
- มากกว่า 20 ล้านบาท

1.14. อัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปี

- ยังไม่คืนทุน
- น้อยกว่า 10%
- 10 – 20 %
- 21 – 30 %
- 31 – 40 %
- 41 – 50 %
- มากกว่า 50% (โปรดระบุ).....

กรณีที่ดินทุนแล้ว ระยะเวลาคืนทุน.....ปี

1.15. สถานภาพของธุรกิจสตาร์ทอัพ

- ไม่ได้จดทะเบียน
- จดทะเบียนบริษัท
- จดทะเบียนห้างหุ้นส่วน
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 2 ผู้ก่อตั้งและการเข้าสู่ธุรกิจ

2.1. จำนวนผู้ก่อตั้ง

- 1 คน 2 – 3 คน 4 – 5 คน มากกว่า 5 คน

2.2. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพอื่นๆ นอกเหนือจากการทำสตาร์ทอัพ

- ใช่ ไม่ใช่

2.3. ปัจจุบันธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นงานหลักของท่าน

- ใช่ ไม่ใช่

2.4. ในทีมผู้ก่อตั้งมีบุคคลที่เป็นโปรแกรมเมอร์หรือนักพัฒนาระบบรวมอยู่ด้วย

- ใช่ ไม่ใช่

2.5. ในทีมผู้ก่อตั้งมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการตลาดรวมอยู่ด้วย

- ใช่ ไม่ใช่

2.6. แหล่งที่มาของความรู้ก่อนเข้าสู่ธุรกิจ

- เพื่อน/ครอบครัว สถาบันการศึกษา
 เรียนรู้ด้วยตัวเอง เข้าร่วมกับหน่วยงานต่างๆ
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ข้อ 2.7 – 2.11 กรุณาให้ค่าระดับคะแนน

(โดย 5 มากที่สุด, 4 มาก, 3 ปานกลาง, 2 น้อย, 1 น้อยที่สุด)

คำถาม	ระดับคะแนน				
	5	4	3	2	1
2.7. ท่านและผู้ก่อตั้งบริษัทคนอื่นๆ มีความสนิทสนมกันก่อนที่จะร่วมกันเริ่มต้นธุรกิจ					
2.8. มีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจจากงานวิจัย ก่อนที่จะเริ่มต้นจัดตั้งธุรกิจ					
2.9. เครือข่ายศิษย์เก่า (รุ่นพี่รุ่นน้อง) ในมหาวิทยาลัย มีส่วนส่งเสริมต่อการเข้าสู่ธุรกิจและการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน					

2.10. ทุกคนในทีมผู้ก่อตั้งมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนต่างๆ ของธุรกิจ					
2.11. ในระยะเริ่มต้นมีการจ้างพนักงานแบบ Part-Time หรือ Freelance					

ตอนที่ 3 เงินทุนและแหล่งเงินทุน

3.1 เงินลงทุนเริ่มแรก (Startup Cost)

- ต่ำกว่า 1 ล้านบาท 1 – 2 ล้านบาท
 2-4 ล้านบาท มากกว่า 4 ล้านบาท

3.2 แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เงินส่วนตัวผู้ก่อตั้ง สัดส่วนประมาณ %
 ครอบครัว สัดส่วนประมาณ %
 เพื่อนฝูง สัดส่วนประมาณ %
 สถาบันการเงิน สัดส่วนประมาณ %
 บริษัทเงินร่วมลงทุน (Venture Capitalist) สัดส่วนประมาณ %
 อื่นๆ (โปรดระบุ)..... สัดส่วนประมาณ %

3.3 ท่านคิดว่ามีเงินทุนเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจในระดับใด

- มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

3.4 ท่านมีการวางแผนการใช้เงินในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบในระดับใด

- มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

สำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพที่ไม่ได้ใช้เงินทุนจากบริษัทเงินร่วมลงทุน (VC) กรุณาข้ามไป ตอนที่ 4

3.5 ธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน ได้รับเงินสนับสนุนจากบริษัทเงินร่วมลงทุน เมื่อใด

- เริ่มต้นธุรกิจ ในปีที่.....

3.6 ท่านและผู้ก่อตั้งคนอื่นๆ มีการติดต่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักลงทุน (VC)

ที่ให้การสนับสนุนเงินทุน

- มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.7 ท่านสามารถบริหารธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นไปตามเงื่อนไขและบรรลุเป้าหมายของบริษัทเงินร่วมลงทุนอย่างไร

- มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

3.8 วงเงินลงทุนที่ได้รับสำหรับโครงการแรก (First Due) จากบริษัทเงินร่วมลงทุน

- ต่ำกว่า 1 ล้าน 1-3 ล้าน 4-6 ล้าน 7-10 ล้าน
 มากกว่า 10 ล้าน

3.9 อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยสำหรับนักลงทุน อยู่ที่เท่าไร

- น้อยกว่าหรือเท่ากับ 16% 16-20% 21-25% 26-30%
 มากกว่า 30%

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้แหล่งเงินทุนจากบริษัทร่วมลงทุน (Venture Capital)

.....
.....

ตอนที่ 4 ผลผลิตภัณฑ์และการจัดการบุคลากร

4.1. ธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน ใช้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ซอฟต์แวร์) แบบใด

- อไจล์ (Agile) ลีน (Lean)
 อไจล์และลีน (Hybrid) อื่นๆ (โปรดระบุ)

4.2. ลักษณะการจ้างงานพนักงานในปัจจุบัน

- เป็นพนักงานของบริษัท สัดส่วน.....%
 เป็นพนักงานแบบ Out-Source สัดส่วน.....%
 Freelance สัดส่วน.....%
 อื่นๆ (โปรดระบุ) สัดส่วน.....%

4.3. จำนวนพนักงานทั้งหมด (รวมทุกช่องทาง)

- น้อยกว่า 10 คน 10-20 คน 21-30 คน 31-40 คน
 มากกว่า 40 คน (โปรดระบุ).....คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4. แหล่งที่มาของความรู้ระหว่างการดำเนินธุรกิจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- แลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้ประกอบธุรกิจเดียวกัน
- สื่อต่างๆ (อินเทอร์เน็ต/หนังสือ)
- เข้าอบรม ศึกษา กับหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ข้อ 4.5 – 4.21 กรุณาให้ค่าระดับคะแนน สำหรับการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และตลาด รวมทั้งการจัดการบุคลากร

(โดย 5 มากที่สุด, 4 มาก, 3 ปานกลาง, 2 น้อย, 1 น้อยที่สุด)

คำถาม	ระดับคะแนน				
	5	4	3	2	1
1) ด้านผลิตภัณฑ์และตลาด					
4.5. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน					
4.6. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ท่านพัฒนาไม่มีในตลาดมาก่อน					
4.7. มีการวางแผนอย่างชัดเจนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์					
4.8. นักพัฒนาจะเป็นคนตัดสินใจในการจัดการต่างๆ ในตัวผลิตภัณฑ์					
4.9. มีความยืดหยุ่นของไอเดียในพัฒนาผลิตภัณฑ์					
4.10. มีแผนการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า					
4.11. มีแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับอนาคต (ตลาดระยะยาว)					
4.12. มีการทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนปล่อยออกสู่ตลาด					
4.13. มีการปล่อยผลิตภัณฑ์รุ่นทดสอบออกมาสู่ตลาด					
4.14. มีความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์					
4.15. มีการวางแผนประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ออกสู่เป้าหมายกลุ่มอื่นๆ					
4.16. มีการวิจัยตลาด					
4.17. มีการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์					
2) ด้านการจัดการบุคลากร					
4.18. พนักงานมีหน้าที่หรือตำแหน่งที่ชัดเจน					

4.19. มีการฝึกอบรมพนักงานที่จ้างเข้ามาก่อนการเริ่มทำงาน					
4.20. พนักงานในธุรกิจมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน					
4.21. มีการวางแผนพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ ของพนักงาน					

4.22. อะไร คือแรงบันดาลใจ ที่ทำให้ท่านเลือกประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
โปรดระบุลำดับความสำคัญ จาก 1 สำคัญมาก ...2, 3, 4...ตามลำดับ)

- ความรักและความหลงใหลในงานที่จะทำ
- รายได้ที่ดีกว่าจะได้รับ
- ความเป็นอิสระในการทำงาน
- ความท้าทายความสามารถในการประสบความสำเร็จในธุรกิจ
- แรงผลักดันจากปัจจัยอื่นๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 5 ประเมินปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

กรุณาประเมินปัจจัยในด้านทีมบริหาร การเลือกเข้าสู่ตลาด ลูกค้า กลยุทธ์ เงินทุน และการบริหารต้นทุน จากการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน (โดย 5 มากที่สุด, 4 มาก, 3 ปานกลาง, 2 น้อย, 1 น้อยที่สุด)

	ระดับคะแนน				
	5	4	3	2	1
5.1. มีความแข็งแกร่งของทีมบริหาร (Strong Management Team)					
1) มีความมุ่งมั่นและมั่นใจในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ (Passion for Mission)					
2) มีความคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ (Ideation and Innovation)					
3) มีประสบการณ์ของสมาชิกในทีมก่อตั้ง (Experiences)					
4) มีทีมพัฒนาที่มีผู้เชี่ยวชาญหรือมีความรู้ด้านการตลาด					
5) มีเครือข่ายทางสังคมและธุรกิจ (Networking)					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ใดๆ ได้ การดัดแปลงหรือทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมาย และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2. การเลือกเข้าสู่ตลาด (Target Market)				
1) มีตลาดที่น่าสนใจ (An Attractive Market)				
2) มีตลาดที่มีขนาดใหญ่ (Market Size)				
3) มีตลาดที่แข่งขันได้ (Competitive Markets)				
5.3. การรู้จักลูกค้าและสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า				
1) มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน (Specific Type of Customer)				
2) มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าที่เชื่อถือได้ (Evidence of Customer Interest)				
3) มีความน่าเชื่อถือของธุรกิจที่สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง (Creditability)				
4) มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กลุ่มลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ของท่านมากขึ้น				
5.4. มีความยืดหยุ่นของ กลยุทธ์ รูปแบบธุรกิจ และเทคโนโลยี (Flexibility in Strategies, Business Model, and Technologies)				
5.5. มีความพร้อมด้านเงินลงทุนและความต่อเนื่องของแหล่งเงินทุน (Availability in Funding)				
5.6. มีการบริหารต้นทุนหรือควบคุมค่าใช้จ่าย (Cost Management)				

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ SWOT ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ

6.1. ศึกษาระบุจุดอ่อน จุดแข็ง (ปัจจัยภายใน) โอกาส และข้อจำกัด (ปัจจัยภายนอก) ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน ในประเด็นที่สำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) ปัจจัยภายใน

จุดอ่อน	แนวทางเสนอแนะ/แก้ไข
.....
จุดแข็ง	แนวทางเสริม
.....

2) ปัจจัยภายนอก

โอกาส	เสนอแนะ/แนวทางเสริม
.....
ข้อจำกัด	เสนอแนะ/แก้ไข
.....

ตอนที่ 7 ความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ*

(โดย 5 มากที่สุด, 4 มาก, 3 ปานกลาง, 2 น้อย, 1 น้อยที่สุด)

คำถาม	ระดับคะแนน				
	5	4	3	2	1
7.1 ลดหย่อนอัตราภาษีให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7.2	ลดหย่อนอัตรารภาษีให้แก่นักลงทุน (Venture Capital) ที่ให้ลงทุนแก่ธุรกิจสตาร์ทอัพ				
7.3	ลดหย่อนอัตรารภาษีให้หน่วยงานที่มีศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ (Incubator)				
7.4	จัดหาแหล่งเงินทุนหรือเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้แก่ธุรกิจสตาร์ทอัพ				
7.5	กำหนดกฎเกณฑ์รับการส่งเสริม BOI ให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น				
7.6	มีโครงการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและสนับสนุนศูนย์บ่มเพาะสตาร์ทอัพจากผู้เชี่ยวชาญสตาร์ทอัพโดยตรง				
7.7	มี Industry Zone เพื่ออำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ประกอบการและการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กันในการทำธุรกิจ				
7.8	การวิจัยความรู้การจัดการธุรกิจ เช่น การตลาด การเงิน กฎหมาย ฯลฯ				

*หมายเหตุ ข้อมูลคำถามตอนที่ 7.1 – 7.7 ได้นำมาจากรายงานสรุปปกขาว ที่จัดทำขึ้นโดยสมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม

.....

.....

.....

ขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่องานวิจัยนี้



ภาคผนวก ข.

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามที่ 1

รายการข้อคำถาม	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
1. ตำแหน่งงาน	✓			เพิ่มผู้ตอบแบบสอบถาม
2. เพศ	✓			
3. อายุ	✓			เพิ่ม น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี ในตัวเลือก
4. สถานภาพ	✓			
5. ระดับการศึกษา	✓			ใช้ระดับการศึกษาสูงสุด
6. สาขาที่สำเร็จการศึกษา	✓			(ตามวุฒิการศึกษาสูงสุด หรือ?)
7. ก่อนหน้าเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพนี้ ท่านมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ	✓			
8. ท่านเป็นสมาชิกสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ (Thailand Tech Startup Associate) หรือไม่	✓			
9. สถานที่ตั้ง/ประกอบการ	✓			(กรณีมีหลายสาขา?)
10. ธุรกิจสตาร์ทอัพของท่านดำเนินธุรกิจ (ด้านซอฟต์แวร์) มาแล้ว.....ปี	✓			

11. สถานที่ตั้งประกอบการของธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน เป็นประเภทใด	✓			
12. ประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน	✓			
13. รายได้โดยเฉลี่ยต่อปี	✓			
14. อัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปี	✓			
15. สถานภาพของธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			
16. จำนวนผู้ก่อตั้ง	✓			
17. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพอื่นๆ นอกเหนือจากการทำสตาร์ทอัพ	✓			
18. ปัจจุบันธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นงานหลักของท่าน	✓			
19. ในทีมผู้ก่อตั้งมีบุคคลที่เป็น โปรแกรมเมอร์หรือนักพัฒนาระบบรวมอยู่ด้วย	✓			
20. ในทีมผู้ก่อตั้งมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการตลาดรวมอยู่ด้วย	✓			
21. แหล่งที่มาของความรู้ก่อนเข้าสู่ธุรกิจ	✓			
22. ท่านและผู้ก่อตั้งบริษัทคนอื่นๆ มีความสนิทสนมกันก่อนที่จะร่วมกันเริ่มต้นธุรกิจ	✓			
23. มีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจจากงานวิจัยก่อนที่จะเริ่มต้นจัดตั้งธุรกิจอย่างไร	✓			อย่างไร (ควรตัดออก)
24. เครือข่ายศิษย์เก่า (รุ่นพี่รุ่นน้อง) ในมหาวิทยาลัย มีส่วนส่งเสริมต่อการเข้าสู่ธุรกิจและการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของท่านอย่างไร	✓			อย่างไร (ควรตัดออก)
25. ทุกคนในทีมผู้ก่อตั้งมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนต่างๆ ของธุรกิจอย่างไร	✓			อย่างไร (ควรตัดออก)
26. ในระยะเริ่มต้นมีการจ้างพนักงานแบบ Part-Time หรือ Freelance	✓			

27. เงินลงทุนเริ่มแรก (Startup Cost)	✓			
28. แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			(ควรตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
29. มีเงินทุนเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจอย่างไร	✓			
30. มีการวางแผนการใช้เงินในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบอย่างไร	✓			
31. ธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน ได้รับเงินสนับสนุนจากบริษัทเงินร่วมลงทุน เมื่อใด	✓			
32. ท่านและผู้ก่อตั้งคนอื่นๆ มีการติดต่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักลงทุน (VC) ที่ให้การสนับสนุนเงินทุน อย่างไร	✓			อย่างไร (ควรตัดออก)
33. ท่านสามารถบริหารธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นไปตามเงื่อนไขและบรรทัดฐานของ บริษัทเงินร่วมลงทุนอย่างไร	✓			อย่างไร (ควรตัดออก)
34. วงเงินลงทุนที่ได้รับสำหรับโครงการแรก (First Due) จากบริษัทเงินร่วมลงทุน	✓			
35. อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยสำหรับนักลงทุน อยู่ที่เท่าไร	✓			
36. ธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน ใช้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ซอฟต์แวร์) แบบใด	✓			
37. ลักษณะการจ้างงานพนักงานในปัจจุบัน	✓			
38. จำนวนพนักงานทั้งหมด (รวมทุกช่องทาง)	✓			
39. แหล่งที่มาของความรู้ระหว่างการดำเนินธุรกิจ	✓			
40. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน	✓			
41. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ท่านพัฒนาไม่มีในตลาดมาก่อน	✓			

42. มีการวางแผนอย่างชัดเจนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	✓			
43. นักพัฒนาจะเป็นคนตัดสินใจในการจัดการต่างๆ ในตัวผลิตภัณฑ์	✓			
44. มีความยืดหยุ่นของไอเดียในพัฒนาผลิตภัณฑ์	✓			
45. มีแผนการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า	✓			
46. มีแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับอนาคต (ตลาดระยะยาว)	✓			
47. มีการทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนปล่อยออกสู่ตลาด	✓			
48. มีการปล่อยผลิตภัณฑ์รุ่นทดสอบออกสู่ตลาด	✓			
49. มีความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์	✓			
50. มีการวางแผนประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ออกสู่เป้าหมายกลุ่มอื่นๆ	✓			
51. พนักงานมีหน้าที่หรือตำแหน่งที่ชัดเจน	✓			
52. มีการฝึกอบรมพนักงานที่จ้างเข้ามาก่อนการเริ่มทำงาน	✓			
53. พนักงานในธุรกิจมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน	✓			
54. มีการวางแผนพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ ของพนักงาน	✓			
55. อะไร คือแรงบันดาลใจ ที่ทำให้ท่านเลือกประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			
56. มีความมุ่งมั่นและมั่นใจในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ (Passion for Mission)	✓			
57. มีความคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ (Ideation and Innovation)	✓			
58. มีประสบการณ์ของสมาชิกในทีมก่อตั้ง (Experiences)	✓			
59. มีทีมพัฒนามีผู้เชี่ยวชาญหรือมีความรู้ด้านการตลาด	✓			

60. มีเครือข่ายทางสังคมและธุรกิจ (Networking)	✓			
61. มีตลาดที่น่าสนใจ (An Attractive Market)	✓			
62. มีตลาดที่มีขนาดใหญ่ (Market Size)	✓			
63. มีตลาดที่แข่งขันได้ (Competitive Markets)	✓			
64. มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน (Specific Type of Customer)	✓			
65. มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าที่เชื่อถือได้ (Evidence of Customer Interest)	✓			
66. มีความน่าเชื่อถือของธุรกิจที่สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง (Creditability)	✓			
67. มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กลุ่มลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ของท่านมากขึ้น	✓			
68. มีความยืดหยุ่นของ กลยุทธ์ รูปแบบธุรกิจ และเทคโนโลยี (Flexibility in Strategies, Business Model, and Technologies)	✓			
69. มีความพร้อมด้านเงินลงทุนและความต่อเนื่องของแหล่งเงินทุน (Availability in Funding)	✓			
70. มีการบริหารต้นทุนหรือควบคุมค่าใช้จ่าย (Cost Management)	✓			
71. ภูมิระบอบจุดอ่อน จุดแข็ง (ปัจจัยภายใน) โอกาส และข้อจำกัด (ปัจจัยภายนอก) ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน ในประเด็นที่สำคัญ	✓			
72. ลดหย่อนอัตราภาษีให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			
73. ลดหย่อนอัตราภาษีให้นักลงทุน (Venture Capital) ที่ให้ลงทุนแก่ธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			

74. ลดหย่อนอัตราภาษีให้หน่วยงานที่มีศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ (Incubator)	✓			
75. จัดหาแหล่งเงินทุนหรือเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้แก่ธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			
76. กำหนดกฎเกณฑ์รับการส่งเสริม BOI ให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น	✓			
77. มีโครงการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและสนับสนุนศูนย์บ่มเพาะสตาร์ทอัพจากผู้เชี่ยวชาญสตาร์ทอัพโดยตรง	✓			
78. มี Industry Zone เพื่ออำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ประกอบการและการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กันในการทำธุรกิจ	✓			

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

เพิ่มเติมในส่วนที่ 3 ท่านคิดว่ามีเงินทุนเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจในระดับใด และ ท่านมีการวางแผนการใช้เงินในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบในระดับใด

เพิ่มเติมในส่วนที่ 4 มีการวิจัยตลาด มีการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดสวัสดิการและสิทธิประโยชน์เป็นไปตามกฎหมายแรงงาน

เพิ่มเติมในส่วนที่ 7 การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการให้ความรู้ด้านการตลาด การเงิน กฎหมาย ฯลฯ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ .ดร. ไพฑูรย์ พิมติ ประธานสาขาวิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

แบบสอบถามที่ 2

รายการข้อความ	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
1. ตำแหน่งงาน	✓			
2. เพศ	✓			
3. อายุ	✓			
4. สถานภาพ	✓			
5. ระดับการศึกษา	✓			
6. สาขาที่สำเร็จการศึกษา	✓			
7. ก่อนหน้าเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพนี้ ท่านมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ	✓			
8. ท่านเป็นสมาชิกสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ (Thailand Tech Startup Associate) หรือไม่	✓			
9. สถานที่ตั้ง/ประกอบการ	✓			
10. ธุรกิจสตาร์ทอัพของท่านดำเนินธุรกิจ (ด้านซอฟต์แวร์) มาแล้ว.....ปี	✓			
11. สถานที่ตั้งประกอบการของธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน เป็นประเภทใด	✓			
12. ประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน	✓			

13. รายได้โดยเฉลี่ยต่อปี	✓			
14. อัตรากำไร โดยเฉลี่ยต่อปี	✓			
15. สถานภาพของธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			
16. จำนวนผู้ก่อตั้ง	✓			
17. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพอื่นๆ นอกเหนือจากการทำสตาร์ทอัพ	✓			
18. ปัจจุบันธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นงานหลักของท่าน	✓			
19. ในทีมผู้ก่อตั้งมีบุคคลที่เป็น โปรแกรมเมอร์หรือนักพัฒนาระบบรวมอยู่ด้วย	✓			
20. ในทีมผู้ก่อตั้งมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการตลาดรวมอยู่ด้วย	✓			
21. แหล่งที่มาของความรู้ก่อนเข้าสู่ธุรกิจ	✓			
22. ท่านและผู้ก่อตั้งบริษัทคนอื่นๆ มีความสนิทสนมกันก่อนที่จะร่วมกันเริ่มต้นธุรกิจ	✓			
23. มีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจจากงานวิจัยก่อนที่จะเริ่มต้นจัดตั้งธุรกิจอย่างไร	✓			
24. เครือข่ายศิษย์เก่า (รุ่นพี่รุ่นน้อง) ในมหาวิทยาลัย มีส่วนส่งเสริมต่อการเข้าสู่ธุรกิจและการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของท่านอย่างไร	✓			
25. ทุกคนในทีมผู้ก่อตั้งมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนต่างๆ ของธุรกิจอย่างไร	✓			
26. ในระยะเริ่มต้นมีการจ้างพนักงานแบบ Part-Time หรือ Freelance		✓		
27. เงินลงทุนเริ่มแรก (Startup Cost)	✓			
28. แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			

29. มีเงินทุนเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจอย่างไร	✓			
30. มีการวางแผนการใช้เงินในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบอย่างไร	✓			
31. ธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน ได้รับเงินสนับสนุนจากบริษัทเงินร่วมลงทุน เมื่อใด	✓			
32. ท่านและผู้ก่อตั้งคนอื่นๆ มีการติดต่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักลงทุน (VC) ที่ให้การสนับสนุนเงินทุน อย่างไร	✓			
33. ท่านสามารถบริหารธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นไปตามเจตนาและบรรลุเป้าหมายของบริษัทเงินร่วมลงทุนอย่างไร	✓			
34. วงเงินลงทุนที่ได้รับสำหรับ โครงการแรก (First Due) จากบริษัทเงินร่วมลงทุน	✓			
35. อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยสำหรับนักลงทุน อยู่ที่เท่าไร	✓			
36. ธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน ใช้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ซอฟต์แวร์) แบบใด		✓		
37. ลักษณะการจ้างงานพนักงานในปัจจุบัน	✓			
38. จำนวนพนักงานทั้งหมด (รวมทุกช่องทาง)	✓			
39. แหล่งที่มาของความรู้ระหว่างการดำเนินธุรกิจ		✓		
40. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน	✓			
41. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ท่านพัฒนา ไม่มีในตลาดมาก่อน	✓			
42. มีการวางแผนอย่างชัดเจนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	✓			
43. นักพัฒนาจะเป็นคนตัดสินใจในการจัดการต่างๆ ในตัวผลิตภัณฑ์	✓			
44. มีความยืดหยุ่นของไอเดียในพัฒนาผลิตภัณฑ์	✓			

45. มีแผนการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า	✓			
46. มีแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับอนาคต (ตลาดระยะยาว)	✓			
47. มีการทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนปล่อยออกสู่ตลาด	✓			
48. มีการปล่อยผลิตภัณฑ์รุ่นทดสอบออกมาสู่ตลาด	✓			
49. มีความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์	✓			
50. มีการวางแผนประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ออกสู่เป้าหมายกลุ่มอื่นๆ	✓			
51. พนักงานมีหน้าที่หรือตำแหน่งที่ชัดเจน	✓			
52. มีการฝึกอบรมพนักงานที่จ้างเข้ามาก่อนการเริ่มทำงาน			✓	
53. พนักงานในธุรกิจมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน			✓	
54. มีการวางแผนพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ ของพนักงาน			✓	
55. อะไร คือแรงบันดาลใจ ที่ทำให้ท่านเลือกประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			
56. มีความมุ่งมั่นและมั่นใจในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ (Passion for Mission)	✓			
57. มีความคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ (Ideation and Innovation)	✓			
58. มีประสบการณ์ของสมาชิกในทีมก่อตั้ง (Experiences)	✓			
59. มีทีมพัฒนามีผู้เชี่ยวชาญหรือมีความรู้ด้านการตลาด	✓			
60. มีเครือข่ายทางสังคมและธุรกิจ (Networking)	✓			
61. มีตลาดที่น่าสนใจ (An Attractive Market)	✓			
62. มีตลาดที่มีขนาดใหญ่ (Market Size)			✓	

63. มีตลาดที่แข่งขันได้ (Competitive Markets)		✓		
64. มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน (Specific Type of Customer)	✓			
65. มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าที่เชื่อถือได้ (Evidence of Customer Interest)	✓			
66. มีความน่าเชื่อถือของธุรกิจที่สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง (Creditability)	✓			
67. มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กลุ่มลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ของท่านมากขึ้น	✓			
68. มีความยืดหยุ่นของ กลยุทธ์ รูปแบบธุรกิจ และเทคโนโลยี (Flexibility in Strategies, Business Model, and Technologies)	✓			
69. มีความพร้อมด้านเงินลงทุนและความต่อเนื่องของแหล่งเงินทุน (Availability in Funding)	✓			
70. มีการบริหารต้นทุนหรือควบคุมค่าใช้จ่าย (Cost Management)	✓			
71. ศึกษาระบบจุดอ่อน จุดแข็ง (ปัจจัยภายใน) โอกาส และข้อจำกัด (ปัจจัยภายนอก) ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน ในประเด็นที่สำคัญ	✓			
72. ลดหย่อนอัตราภาษีให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ			✓	
73. ลดหย่อนอัตราภาษีให้นักลงทุน (Venture Capital) ที่ให้ลงทุนแก่ธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			
74. ลดหย่อนอัตราภาษีให้หน่วยงานที่มีศูนย์กลางเพาะผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ (Incubator)	✓			
75. จัดหาแหล่งเงินทุนหรือเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้แก่ธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			

76. กำหนดกฎเกณฑ์รับการส่งเสริม BOI ให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น	✓			
77. มีโครงการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและสนับสนุนศูนย์บ่มเพาะสตาร์ทอัพจากผู้เชี่ยวชาญสตาร์ทอัพโดยตรง	✓			
78. มี Industry Zone เพื่ออำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ประกอบการและการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กันในการทำธุรกิจ	✓			

ดร.กนกวรรณ อัจฉริยะชาญวิช คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



แบบสอบถามที่ 3

รายการข้อความ	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	สอดคล้อง 1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่สอดคล้อง -1	
1. ตำแหน่งงาน	✓			
2. เพศ	✓			
3. อายุ	✓			
4. สถานภาพ		✓		
5. ระดับการศึกษา	✓			
6. สาขาที่สำเร็จการศึกษา	✓			
7. ก่อนหน้าเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพนี้ ท่านมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจ	✓			
8. ท่านเป็นสมาชิกสมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ (Thailand Tech Startup Associate) หรือไม่	✓			
9. สถานที่ตั้ง/ประกอบการ	✓			
10. ธุรกิจสตาร์ทอัพของท่านดำเนินธุรกิจ (ด้านซอฟต์แวร์) มาแล้ว.....ปี	✓			
11. สถานที่ตั้งประกอบการของธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน เป็นประเภทใด	✓			
12. ประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน	✓			

13. รายได้โดยเฉลี่ยต่อปี	✓			
14. อัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปี	✓			
15. สถานภาพของธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			
16. จำนวนผู้ก่อตั้ง	✓			
17. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพอื่นๆ นอกเหนือจากการทำสตาร์ทอัพ	✓			
18. ปัจจุบันธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นงานหลักของท่าน	✓			
19. ในทีมผู้ก่อตั้งมีบุคคลที่เป็น โปรแกรมเมอร์หรือนักพัฒนาระบบรวมอยู่ด้วย	✓			
20. ในทีมผู้ก่อตั้งมีบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญทางการตลาดรวมอยู่ด้วย	✓			
21. แหล่งที่มาของความรู้ก่อนเข้าสู่ธุรกิจ	✓			
22. ท่านและผู้ก่อตั้งบริษัทคนอื่นๆ มีความสนิทสนมกันก่อนที่จะร่วมกันเริ่มต้นธุรกิจ	✓			
23. มีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจจากงานวิจัยก่อนที่จะเริ่มต้นจัดตั้งธุรกิจอย่างไร	✓			
24. เครือข่ายศิษย์เก่า (รุ่นพี่รุ่นน้อง) ในมหาวิทยาลัย มีส่วนส่งเสริมต่อการเข้าสู่ธุรกิจและการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของท่านอย่างไร	✓			
25. ทุกคนในทีมผู้ก่อตั้งมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนต่างๆ ของธุรกิจอย่างไร	✓			
26. ในระยะเริ่มต้นมีการจ้างพนักงานแบบ Part-Time หรือ Freelance	✓			
27. เงินลงทุนเริ่มแรก (Startup Cost)	✓			
28. แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			

29. มีเงินทุนเพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจอย่างไร	✓			
30. มีการวางแผนการใช้เงินในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบอย่างไร	✓			
31. ธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน ได้รับเงินสนับสนุนจากบริษัทเงินร่วมลงทุน เมื่อใด		✓		
32. ท่านและผู้ก่อตั้งคนอื่นๆ มีการติดต่อสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักลงทุน (VC) ที่ให้การสนับสนุนเงินทุน อย่างไร	✓			
33. ท่านสามารถบริหารธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นไปตามเงื่อนไขและบรรลุป้าหมายของบริษัทเงินร่วมลงทุนอย่างไร	✓			
34. วงเงินลงทุนที่ได้รับสำหรับโครงการแรก (First Due) จากบริษัทเงินร่วมลงทุน	✓			
35. อัตราผลตอบแทนโดยเฉลี่ยสำหรับนักลงทุน อยู่ที่เท่าไร	✓			
36. ธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน ใช้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ซอฟต์แวร์) แบบใด	✓			
37. ลักษณะการจ้างงานพนักงานในปัจจุบัน	✓			
38. จำนวนพนักงานทั้งหมด (รวมทุกช่องทาง)	✓			
39. แหล่งที่มาของความรู้ระหว่างการดำเนินธุรกิจ	✓			
40. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน	✓			
41. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ท่านพัฒนาไม่มีในตลาดมาก่อน	✓			
42. มีการวางแผนอย่างชัดเจนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	✓			
43. นักพัฒนาจะเป็นคนตัดสินใจในการจัดการต่างๆ ในตัวผลิตภัณฑ์	✓			
44. มีความยืดหยุ่นของไอเดียในพัฒนาผลิตภัณฑ์	✓			

45. มีแผนการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า	✓			
46. มีแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับอนาคต (ตลาดระยะยาว)	✓			
47. มีการทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนปล่อยออกสู่ตลาด	✓			
48. มีการปล่อยผลิตภัณฑ์รุ่นทดสอบออกมาสู่ตลาด	✓			
49. มีความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์	✓			
50. มีการวางแผนประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ออกสู่เป้าหมายกลุ่มอื่นๆ	✓			
51. พนักงานมีหน้าที่หรือตำแหน่งที่ชัดเจน	✓			
52. มีการฝึกอบรมพนักงานที่จ้างเข้ามาก่อนการเริ่มทำงาน	✓			
53. พนักงานในธุรกิจมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน	✓			
54. มีการวางแผนพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ ของพนักงาน	✓			
55. อะไร คือแรงบันดาลใจ ที่ทำให้ท่านเลือกประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			
56. มีความมุ่งมั่นและมั่นใจในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ (Passion for Mission)	✓			
57. มีความคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ (Ideation and Innovation)	✓			
58. มีประสบการณ์ของสมาชิกในทีมก่อตั้ง (Experiences)	✓			
59. มีทีมพัฒนาที่มีผู้เชี่ยวชาญหรือมีความรู้ด้านการตลาด	✓			
60. มีเครือข่ายทางสังคมและธุรกิจ (Networking)	✓			
61. มีตลาดที่น่าสนใจ (An Attractive Market)	✓			
62. มีตลาดที่มีขนาดใหญ่ (Market Size)	✓			

63. มีตลาดที่แข่งขันได้ (Competitive Markets)	✓			
64. มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน (Specific Type of Customer)	✓			
65. มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าที่เชื่อถือได้ (Evidence of Customer Interest)	✓			
66. มีความน่าเชื่อถือของธุรกิจที่สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง (Credibility)	✓			
67. มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กลุ่มลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ของท่านมากขึ้น	✓			
68. มีความยืดหยุ่นของ กลยุทธ์ รูปแบบธุรกิจ และเทคโนโลยี (Flexibility in Strategies, Business Model, and Technologies)	✓			
69. มีความพร้อมด้านเงินลงทุนและความต่อเนื่องของแหล่งเงินทุน (Availability in Funding)	✓			
70. มีการบริหารต้นทุนหรือควบคุมค่าใช้จ่าย (Cost Management)	✓			
71. ธุรณาระบุจุดอ่อน จุดแข็ง (ปัจจัยภายใน) โอกาส และข้อจำกัด (ปัจจัยภายนอก) ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน ในประเด็นที่สำคัญ	✓			
72. ลดหย่อนอัตราภาษีให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			
73. ลดหย่อนอัตราภาษีให้นักลงทุน (Venture Capital) ที่ให้ลงทุนแก่ธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			
74. ลดหย่อนอัตราภาษีให้หน่วยงานที่มีศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ (Incubator)	✓			
75. จัดหาแหล่งเงินทุนหรือเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้แก่ธุรกิจสตาร์ทอัพ	✓			

76. กำหนดกฎเกณฑ์รับการส่งเสริม BOI ให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น	✓			
77. มีโครงการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและสนับสนุนศูนย์บ่มเพาะสตาร์ทอัพจากผู้เชี่ยวชาญสตาร์ทอัพโดยตรง	✓			
78. มี Industry Zone เพื่ออำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ประกอบการและการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กันในการทำธุรกิจ	✓			

ดร. สิงหะ จวีสุข คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง





ภาคผนวก ก.

หน่วยงานที่สนับสนุนสตาร์ทอัพในประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรายชื่อหน่วยงานที่สนับสนุนสตาร์ทอัพในประเทศไทย [27]

Incubator - Accelerator	Website
AIS Startup	ais.co.th/thestartup
DTAC Accelerate	dtac.co.th/dtac-accelerate
True Incube	incube.truecorp.co.th
BIC (Business Incubation Center) by NSTDA	nstda.or.th/bic/index.php/th/about-us
Mseed	mseed.asia
I4-X Accelerator	i4-x.com
TechGrind Thailand Incubator	facebook.com/TGTHIncubator



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 แสดงรายชื่อธุรกิจเงินร่วมลงทุนในประเทศไทย [28]

Venture Capital Firm	Website
Ardent Capital	ardentcap.com
ChangeVentures	changeventures.asia
Cyberagent Ventures	cyberagentventures.com
Digital Media Partners (DMP)	digitalmedia.vc
Inspire Ventures	inspireventures.com
InVent	intouchcompany.com/invent
Galaxy Ventures	galaxyventures.co.th



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก จ.

แหล่งข้อมูลที่สำคัญของสตาร์ทอัพในประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 แสดงแหล่งข้อมูลที่สำคัญของสตาร์ทอัพในประเทศไทย [29]

แหล่งข้อมูล	Website
Software Park	swpark.or.th
SIPA	sipa.or.th
Chiang Mai Creative City	creativechiangmai.com
Board of Investment (BOI)	boi.go.th
National Innovation Agency	nia.or.th
SME Bank	smebank.co.th
Ministry of Commerce	moc.go.th
Ministry of Finance	mof.go.th
Department of Revenue	rd.go.th
Thumbsup	thumbsup.in.th/
Thailand Tech Startup Association	facebook.com/thailandtechstartup
สมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจ เทคโนโลยีรายใหม่	startupthailand.org/
Egg idea Team	http://eggidea.com/startups/

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นายมารุต ประเสริฐวุฒิพงษ์
 วัน เดือน ปีเกิด 2 พฤศจิกายน 2535
 ที่อยู่ 358 ซอยริมคลองสาทร ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก เขตบางรัก
 กรุงเทพฯ 10500

โทรศัพท์ 095-763-3115

ประวัติการศึกษา พ.ศ. 2557 วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ชื่อ-นามสกุล นายวันเฉลิม สักกะวัฒน์

วัน เดือน ปีเกิด 4 พฤศจิกายน 2535

ที่อยู่ 22/6 ถนนเฟื่องนคร ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

โทรศัพท์ 095-490-0945

ประวัติการศึกษา พ.ศ. 2557 วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สถานภาพและปัจจัยความสำเร็จ สำหรับธุรกิจซอฟต์แวร์เกิดใหม่ในไทย

มารุต ประเสริฐวุฒิพงษ์¹ และ วันเฉลิม สักกะวัฒนะ¹

¹คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพฯ

Emails: miniann_jung@hotmail.com, pakksung@gmail.com, srinual@it.kmitl.ac.th

บทคัดย่อ

การดำเนินธุรกิจทางด้านซอฟต์แวร์ในรูปแบบสตาร์ทอัพ (Startup) ถือเป็นอีกหนึ่งรูปแบบในการดำเนินธุรกิจที่ค่อนข้างใหม่และกำลังได้รับความนิยมสำหรับกลุ่มนักพัฒนาซอฟต์แวร์ในประเทศไทย เพราะสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจที่วางแผนมาเพื่อเติบโตแบบก้าวกระโดดจากคนเพียงไม่กี่คนและใช้ต้นทุนไม่สูงนัก สำหรับประเทศไทยมีหลายบริษัทที่เริ่มต้นจากการเป็นสตาร์ทอัพและสามารถดำเนินธุรกิจให้ใหญ่ขึ้น แต่ก็มีบริษัทจำนวนมากไม่น้อยก็ต้องปิดตัวลงเพราะไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจทางด้านซอฟต์แวร์ในรูปแบบสตาร์ทอัพในประเทศไทย งานวิจัยเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งได้จากการรวบรวมวรรณกรรมและการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการสตาร์ทอัพโดยตรงโดยใช้แบบสอบถาม และสรุปผลการวิจัยในรูปแบบสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาวิจัยจะเป็นแนวทางที่สามารถช่วยให้ผู้ดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จมากขึ้น และเป็นข้อมูลสำหรับภาครัฐในการกำหนดแนวทางส่งเสริมสตาร์ทอัพของไทย

คำสำคัญ – สตาร์ทอัพ; โมเดลธุรกิจ; ธุรกิจซอฟต์แวร์; ปัจจัยความสำเร็จ

1. บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก เทคโนโลยีถูกนำมาใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ มากมายในชีวิตประจำวัน ก่อให้เกิดธุรกิจที่มีการสร้างรายได้ในรูปแบบใหม่ๆ โดยสตาร์ทอัพ (Startup Company) เป็นอีกหนึ่งรูปแบบของธุรกิจที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากสำหรับนักพัฒนาซอฟต์แวร์

สตาร์ทอัพ [1] คือบริษัทเกิดใหม่ที่เป็นธุรกิจที่วางแผนมาเพื่อเติบโตแบบก้าวกระโดดจากคนเพียงไม่กี่คน โดยสตาร์ทอัพนิยมใช้เรียกธุรกิจที่ผลิตสินค้าจำพวกซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน

อย่างไรก็ตาม การอาศัยเงินทุนของตัวเองเพียงอย่างเดียวย่อมไม่เพียงพอต่อการทำธุรกิจให้เติบโตอย่างก้าวกระโดด สตาร์ทอัพจะมีประเพณีการหาเงินทุนด้วยการขอเงินจากนักลงทุน (Venture Capital; VC) ซึ่งนักลงทุนก็จะได้รับสิทธิ์ในการแบ่งปันรายได้หรือแบ่งปันหุ้นส่วนในบริษัทตามที่ได้ตกลงกัน ปัจจุบันมีนักลงทุนที่มีความสนใจในการสนับสนุนสตาร์ทอัพมากขึ้น สิ่งที่ทำให้สตาร์ทอัพแตกต่างจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) คือ โมเดลธุรกิจ (Business Model) โดยธุรกิจของสตาร์ทอัพจะต้องถูกออกแบบมาให้สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น การเป็นสตาร์ทอัพต้องมีแผนธุรกิจที่ดี ต้องมีทีมที่ดี อย่างไรก็ตาม แม้จะเป็นธุรกิจที่มีโอกาสเติบโต แต่ตาม

ความเป็นจริงแล้วธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จมีเพียง 5% เท่านั้น [2] ส่วนใหญ่จะล้มเหลวไม่ต่างจากธุรกิจเกิดใหม่ทั่วไป อนึ่ง สำหรับตลาดซอฟต์แวร์ไทย Mobile Application Software มีแนวโน้มที่ดี มีมูลค่าการผลิต 1,065 ล้านบาท อัตราเติบโตร้อยละ 13.6 [3] ประกอบกับในปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบาย Digital Economy ธุรกิจซอฟต์แวร์เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การลงทุนของ BOI ซึ่งเป็นโอกาสที่จะช่วยส่งเสริมกลุ่มสตาร์ทอัพของไทย แต่จากการทบทวนงานวิจัยกลับพบว่า ข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับสตาร์ทอัพในไทยยังไม่ค่อยมี

ดังนั้น การศึกษาสถานภาพและปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ จึงเป็นประเด็นวิจัยที่สำคัญ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพใหม่ๆ ใช้สำหรับการวางแผนและตัดสินใจ ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จมากขึ้น และเป็นข้อมูลสำหรับภาครัฐ เพื่อหาแนวทางส่งเสริมธุรกิจสตาร์ทอัพ

2. การทบทวนวรรณกรรม

2.1. ปัจจัยเสริมให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

ในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จนั้น อาจมีปัจจัยหลายอย่างที่เป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และมีการเติบโตทางธุรกิจที่น่าพึงพอใจ จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยค้นพบปัจจัยที่อาจช่วยส่งเสริมการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพดังนี้

การไม่ยึดติดในไอเดียที่มีจนเกินไป โดย Guzman, J. [4] ได้ทำการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการสร้างบริษัทของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันในเม็กซิโก มีความคิดเห็นว่าผู้ประกอบการสตาร์ทอัพไม่ควรยึดติดกับไอเดียที่มีจนเกินไป ไม่ว่าไอเดียที่มีจะดีขนาดไหนแต่หากผลิตภัณฑ์ที่ออกมาไม่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ก็อาจไม่สร้างมูลค่าแก่ธุรกิจเท่าที่ควร แนะนำให้มุ่งเน้นไปที่ความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก เช่นเดียวกับ

Graham, P. [5] ที่ได้อธิบายไว้ว่าการมีไอเดียที่ดีนั้นไม่ได้สำคัญนักสำหรับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ แต่สิ่งที่ควรให้ความสำคัญคือการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดีกว่า เพียงแค่ทำให้สิ่งที่มีอยู่ดูน่าสนใจมากขึ้นก็เพียงพอ นอกจากนี้ยังได้ให้ความเห็นว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ล้มเหลวเพราะไม่สามารถสร้างสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้ ปัญหาที่แท้จริงของบริษัทสตาร์ทอัพส่วนมากคือลูกค้าไม่ต้องการผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้นๆ [4]

ประสบการณ์ของนักพัฒนาเป็นสิ่งสำคัญในการทำสตาร์ทอัพ โดย Crowne, M. [6] ได้นำเสนอว่าในปัจจุบันมีธุรกิจซอฟต์แวร์เกิดขึ้นมากมาย แต่หลายๆ บริษัทต้องปิดตัวลงเพราะไม่ประสบความสำเร็จ ช่วงของการเริ่มต้นธุรกิจ ปัญหาที่พบบ่อยคือนักพัฒนาขาดประสบการณ์ เมื่อเกิดปัญหาจะไม่รู้จักวิธีแก้ไข ใช้เวลานานทำให้งานอื่นชะงัก การพัฒนาควรมีผู้นำที่มีประสบการณ์ร่วมด้วย

ศักยภาพของตลาดช่วยส่งเสริมความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ โดย Cusumano, M. [2] ได้นำเสนอองค์ประกอบที่สำคัญของธุรกิจเกิดใหม่ที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งมาจากประสบการณ์การทำงานกับสตาร์ทอัพ เพื่อให้สตาร์ทอัพและนักลงทุนใช้เป็นข้อมูลสำหรับประเมินธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยกล่าวว่า สตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จมักจะมุ่งเน้นไปที่ตลาดที่มีศักยภาพ คือ ตลาดที่มีโอกาสเป็น ตลาดขนาดใหญ่ เติบโตได้เร็ว และให้ผลกำไรสูง อย่างไรก็ตามสตาร์ทอัพจึงควรให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ที่โครงสร้างของตลาดต่างๆ เพราะการทำสตาร์ทอัพมักจะมีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด ซึ่งปัจจัยโครงสร้างของตลาดมีความสำคัญต่อความสำเร็จ

จำนวนผู้ก่อตั้งมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ โดย Gursel, D. [7] ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ก่อตั้งเริ่มต้นคนเดียวย่อมมีการสะสมของความเครียด ดังนั้นการมีทีมงานของผู้ก่อตั้งสามารถช่วยแก้ปัญหาต่างๆ โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ได้ จากการสำรวจ พบได้ว่า

บริษัทที่มีจำนวนผู้ก่อตั้ง 2 – 3 คนมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้มากกว่า

การเชื่อมโยงกับบริษัทต่างๆและเครือข่ายศิษย์เก่ามีส่วนส่งเสริมความสำเร็จของสตาร์ทอัพ Nann, S., Krauss, et al. [8] ได้ศึกษาเพื่อนำเสนอปัจจัยความสำเร็จของสตาร์ทอัพ โดยให้ความเห็นว่าบริษัทที่อยู่ในเครือข่ายเดียวกันมักจะมีการพึ่งพาซึ่งกันและกันด้วยความเต็มใจ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงานและช่วยเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จได้มากขึ้น

2.2. การพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลิน

การพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลินซึ่งเป็นที่ยอมรับมากขึ้นในช่วงหลัง นำเสนอโดย Torvinen, M. [9] ได้ศึกษาการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลิน การพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลินเป็นการพัฒนามาจากการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบบอโจล ซึ่งการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบบอโจลจะมีความโดดเด่นในเรื่องของความยืดหยุ่นในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่วนการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลินจะเน้นการส่งเสริมประสิทธิภาพขององค์กร เป็นการควบคุมข้อบกพร่องต่างๆ ที่เกิดขึ้น และช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพ ซึ่งการพัฒนาซอฟต์แวร์แบบลินจะช่วยลดจำนวนข้อบกพร่องที่อาจจะเกิด และยังช่วยให้เกิดการปรับปรุงกระบวนการต่างๆ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้

3. แบบแผนงานวิจัย

3.1. รูปแบบและวัตถุประสงค์งานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบการสำรวจเชิงพรรณนา (Descriptive Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพ การเข้าสู่ธุรกิจ ลักษณะการดำเนินงานธุรกิจ และปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพในไทย ทั้งนี้ เพื่อเป็นทางแนวปฏิบัติ ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จ

3.2. การรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เป็นข้อมูลปฐมภูมิ มีประชากรเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ และรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพตอบคำถามด้วยตนเอง (Self-Inquiry) บนอินเทอร์เน็ต โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกสบาย (Convenience Sampling) และแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling)

3.3. การพัฒนาเครื่องมือ

แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีจากวรรณกรรมเกี่ยวข้อง ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นประกอบด้วยชนิดของคำถามหลากหลายแบบตามลักษณะของข้อมูลคำถาม โดยแบ่งเนื้อหาแบบสอบถามเป็น 7 ส่วน ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เกี่ยวกับผู้ประกอบการและสถานประกอบการ จำนวน 15 ข้อ ส่วนที่ 2 ข้อมูลผู้ก่อตั้งและการเข้าสู่ธุรกิจ ส่วนที่ 4 ข้อมูลผลิตภัณฑ์และการจัดการบุคลากร ส่วนที่ 6 ข้อมูลการวิเคราะห์ SWOT ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ ละส่วนสุดท้ายคือ ข้อมูลความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมา เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ ให้ทำการประเมิน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) และทำการตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อนำผลการประเมินมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแบบสอบถามให้ถูกต้องและเหมาะสมยิ่งขึ้น และการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbachs' Alpha Coefficient) ดังนี้

ตารางที่ 1. ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค

ตัวแปร	จำนวนคำถาม	Cronbach's Alpha
ทัศนคติของผู้ประกอบการ	17	.864

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ตลาด และการจัดการบุคลากร		
ทัศนคติของผู้ประกอบการในด้านต่างๆ	15	.867
ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ	8	.881
รวม	40	.911

จากตารางที่ 1. ผลของการทดสอบความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 126 คน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.911 ซึ่งสูงกว่าค่าแนะนำ (0.7) แสดงว่าแบบสอบถามชุดนี้สามารถเชื่อถือได้

3.4. การวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมานด้วยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์สถิติ SPSS และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Contents Analysis) สำหรับข้อมูลที่เก็บจากคำถามปลายเปิด

ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 50.8) ของธุรกิจสตาร์ทอัพมีจำนวนผู้ก่อตั้ง 2-3 คน ส่วนแรงบันดาลใจที่ทำให้เลือกประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพมากที่สุดอันดับ 1 คือ ความรักความหลงใหลในงาน (ร้อยละ 50.8) อันดับ 2 คือ ความท้าทายในการทำงาน (ร้อยละ 40.5) อันดับ 3 คือ รายได้ที่คาดว่าจะได้รับ (ร้อยละ 38.9) ดังแสดงในรูปที่ 2

4. ผลการวิจัย

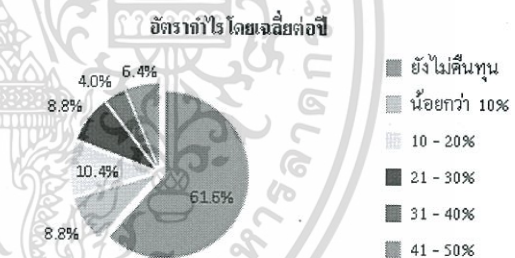
4.1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนทั้งสิ้น 126 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 92.1) และมีอายุระหว่าง 26 – 30

ปี (ร้อยละ 33.3) พบว่ามีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 69.8) สาขาวิชาที่ศึกษามากที่สุดคือ วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ (ร้อยละ 36.5) ในด้านประสบการณ์ก่อนเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ ส่วนมากไม่มีประสบการณ์มาก่อน (ร้อยละ 57.2)

4.2. ข้อมูลลักษณะสถานประกอบการ

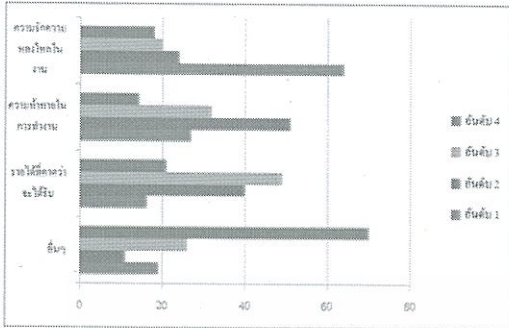
สตาร์ทอัพมีการกระจุกตัว (ร้อยละ 91.3) อยู่ที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล สถานที่ประกอบการใช้พื้นที่เช่าในอาคารมากที่สุด (ร้อยละ 37.3) ประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ (ร้อยละ 61.9) คือ Mobile Application จัดตั้งรูปแบบบริษัท (ร้อยละ 45.6) ดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพมาได้ไม่นานคือระยะเวลา 1 - 2 ปี (ร้อยละ 63.0) มีรายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 1 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่ยังไม่คืนทุน (ร้อยละ 61.6) มีเพียงประมาณหนึ่งในสิบที่มีอัตรากำไร 10 – 20%



รูปที่ 1. อัตรากำไรเฉลี่ยต่อปีของธุรกิจสตาร์ทอัพ

4.3 ข้อมูลผู้ก่อตั้งและการเข้าสู่ธุรกิจ

ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 50.8) ของธุรกิจสตาร์ทอัพมีจำนวนผู้ก่อตั้ง 2-3 คน ส่วนแรงบันดาลใจที่ทำให้เลือกประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพมากที่สุดอันดับ 1 คือ ความรักความหลงใหลในงาน (ร้อยละ 50.8) อันดับ 2 คือ ความท้าทายในการทำงาน (ร้อยละ 40.5) อันดับ 3 คือ รายได้ที่คาดว่าจะได้รับ (ร้อยละ 38.9) ดังแสดงในรูปที่ 2



รูปที่ 2. แร้งบันดาลใจที่ทำให้เลือกประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ

สตาร์ทอัพส่วนมาก (ร้อยละ 73.0) ใช้เงินลงทุนแรกเริ่มต่ำกว่า 1 ล้านบาท แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ (ร้อยละ 66.9) มาจากเงินส่วนตัวของผู้ก่อตั้งเอง มีการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 76.2) ก่อนจะประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพนั้นมีการศึกษาความรู้ต่างๆ ด้วยตนเอง (ร้อยละ 42.6) และในระหว่างดำเนินการมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้ประกอบธุรกิจเดียวกัน (ร้อยละ 36.3) สตาร์ทอัพส่วนใหญ่มีการใช้กระบวนการแบบออนไลน์และสลิน (ร้อยละ 41.3)

4.4. ความคิดเห็นของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพต่อการดำเนินการในด้านต่างๆ

4.4.1. ความเห็นต่อการเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ

เมื่อสอบถามถึงการเข้าสู่ธุรกิจ จากตารางที่ 2. สรุปได้ว่าก่อนเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ ทีมผู้ก่อตั้งมีความสนิทสนมกันมาก่อน มีการวางแผนธุรกิจร่วมกัน และมีการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสตาร์ทอัพอยู่ในระดับมาก ส่วนในด้านเครือข่ายศิษย์เก่า มีส่วนส่งเสริมต่อการเข้าสู่ธุรกิจและการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพอยู่ในระดับน้อย รวมถึงมีการจ้างพนักงาน Part-time/Freelance ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 2. ความเห็นของผู้ประกอบการต่อการเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย
1. ทุกคนในทีมผู้ก่อตั้งมีส่วนร่วมในการ	4.10

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย
กำหนดแผนต่างๆ ของธุรกิจ	
2. ท่านและผู้ก่อตั้งบริษัทคนอื่นๆ มีความสนิทสนมกันก่อนที่จะร่วมกันเริ่มต้นธุรกิจ	3.99
3. มีการศึกษาข้อมูล ที่มีผลต่อการเริ่มต้นธุรกิจจากงานวิจัย ก่อนที่จะเริ่มต้นจัดตั้งธุรกิจ	3.71
4. ในระยะเริ่มต้นมีการจ้างพนักงานแบบ Part-Time หรือ Freelance	2.88
5. เครือข่ายศิษย์เก่า มีส่วนส่งเสริมต่อการเข้าสู่ธุรกิจและการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพของท่าน	2.60
รวม	3.46

4.4.2. ความเห็นต่อการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ตลาด และการจัดการบุคลากร

เมื่อสอบถามถึงการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ตลาด และการจัดการบุคลากร จากตารางที่ 3. สรุปได้ว่า ประเด็นที่สตาร์ทอัพดำเนินการอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การกำหนดตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน พนักงานในธุรกิจมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และมีความยืดหยุ่นของไอเดียในพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่วนประเด็นอื่นๆ ทุกประเด็นดำเนินการอยู่ในระดับมาก เช่น มีแผนการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า และการมีแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับอนาคต เป็นต้น

ตารางที่ 3. ความเห็นของผู้ประกอบการต่อการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ ตลาด และการจัดการบุคลากร

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย
1. พนักงานในธุรกิจมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน	4.37
2. มีกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน	4.35
3. มีความยืดหยุ่นของไอเดียในพัฒนา	4.29

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย
ผลิตภัณฑ์	
4. มีแผนการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า	4.23
5. มีแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับอนาคต (ตลาดระยะยาว)	4.11
6. มีการวางแผนพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ ของพนักงาน	3.93
7. มีการทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนปล่อยออกสู่ตลาด	3.91
8. มีการวางแผนอย่างชัดเจนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.90
9. มีการปล่อยผลิตภัณฑ์รุ่นทดสอบออกมาสู่ตลาด	3.85
10. มีการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.60
11. นักพัฒนาจะเป็นคนตัดสินใจในการจัดการต่างๆ ในตัวผลิตภัณฑ์	3.58
12. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ท่านพัฒนาไม่มีในตลาดมาก่อน	3.51
13. มีความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์	3.47
14. มีการวางแผนประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ออกสู่เป้าหมายกลุ่มอื่นๆ	3.46
15. มีการวิจัยตลาด	3.43
16. พนักงานมีหน้าที่หรือตำแหน่งที่ชัดเจน	3.33
17. มีการฝึกอบรมพนักงานที่จ้างเข้ามาก่อนการเริ่มทำงาน	2.72
รวม	3.77

4.4.3. ความเห็นต่อบัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพ

เมื่อสอบถามถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพ ใช้ข้อมูลผู้ประกอบการที่มีอัตรากำไรเฉลี่ยแล้วจากตารางที่ 4. สรุปได้ว่า 5 ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดตามลำดับดังนี้ มีความมุ่งมั่นและมั่นใจในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ (ค่าเฉลี่ย 4.55) มีความยืดหยุ่นของกลยุทธ์ รูปแบบธุรกิจ และเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 4.49) มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.47) และการมีความคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ (ค่าเฉลี่ย 4.47) และมีตลาดที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ตารางที่ 4. ความเห็นของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพต่อบัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพ

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย
1. มีความมุ่งมั่นและมั่นใจในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ	4.55
2. มีความยืดหยุ่นของกลยุทธ์ รูปแบบธุรกิจ และเทคโนโลยี	4.49
3. มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน	4.47
4. มีความคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ	4.47
5. มีตลาดที่น่าสนใจ	4.29
6. มีตลาดที่แข่งขันได้	4.12
7. มีความน่าเชื่อถือของธุรกิจที่สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง	4.04
8. มีการบริหารต้นทุนหรือควบคุมค่าใช้จ่าย	3.98
9. มีตลาดที่มีขนาดใหญ่	3.92
10. มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าที่เชื่อถือได้	3.88
11. มีประสบการณ์ของสมาชิกในทีมก่อตั้ง	3.80
12. มีเครือข่ายทางสังคมและธุรกิจ	3.71
13. มีความพร้อมด้านเงินลงทุนและความต่อเนื่องของแหล่งเงินทุน	3.65

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย
14. มีทีมพัฒนาผู้เชี่ยวชาญ หรือมีความรู้ด้านการตลาด	3.63
15. มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กลุ่มลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ของท่านมากขึ้น	3.39
รวม	4.03

4.4.4. ความเห็นต่อความต้องการเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ

การวิจัยนี้ได้ประเมินความต้องการของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ ที่จัดทำเป็นรายงานวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยสมาคมการค้า

เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจเทคโนโลยีรายใหม่ [10] ซึ่งสรุปได้ว่า ความต้องการที่อยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับได้แก่ กำหนดกฎเกณฑ์รับการส่งเสริม BOI ให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น มีโครงการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและสนับสนุนศูนย์บ่มเพาะสตาร์ทอัพจากผู้เชี่ยวชาญสตาร์ทอัพโดยตรง การวิจัยความรู้การจัดการธุรกิจ เช่น การตลาด การเงิน กฎหมาย ฯลฯ การลดหย่อนอัตราภาษีให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ และมี Industry Zone เพื่ออำนวยความสะดวก

4.5. ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)

ตารางที่ 5. ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ปัจจัยด้านต่างๆ	อัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปี		
	ค่าความสัมพันธ์ (r)	ค่า Sig.	ระดับความสัมพันธ์
1. จำนวนผู้ก่อตั้ง	.410**	.000	สัมพันธ์ปานกลาง
2. มีความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์	.444**	.000	สัมพันธ์ปานกลาง
3. มีการวางแผนพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ ของพนักงาน	.467**	.000	สัมพันธ์ปานกลาง
4. รายได้เฉลี่ยต่อปี	.241**	.008	สัมพันธ์ต่ำ
5. ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ท่านพัฒนาไม่มีในตลาดมาก่อน	.225*	.013	สัมพันธ์ต่ำ
6. มีความยืดหยุ่นของไอเดียในพัฒนาผลิตภัณฑ์	.329**	.000	สัมพันธ์ต่ำ
7. มีการทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนปล่อยออกสู่ตลาด	.204*	0.25	สัมพันธ์ต่ำ
8. มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน	.359**	.000	สัมพันธ์ต่ำ
9. มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าที่เชื่อถือได้	.252**	.005	สัมพันธ์ต่ำ
10. มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กลุ่มลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ของท่านมากขึ้น	.309*	.001	สัมพันธ์ต่ำ
11. ธุรกิจสตาร์ทอัพใช้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบลีน	.181*	.046	สัมพันธ์ต่ำมาก
12. มีทีมักพัฒนาที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีความรู้ด้านการตลาด	.186*	0.41	สัมพันธ์ต่ำมาก
13. มีตลาดที่น่าสนใจ	.187*	0.41	สัมพันธ์ต่ำมาก

** ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

* ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่ออัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปีในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง (นัยสำคัญ .01) ได้แก่ ในด้านของจำนวนผู้ก่อตั้ง มีความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์และมีการวางแผนพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ ของพนักงาน

ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่ออัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปีในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ (นัยสำคัญ .01) ได้แก่ ด้านความยืดหยุ่นของไอเดียในพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าที่เชื่อถือได้ และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่ออัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปีในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ (นัยสำคัญ .05) ได้แก่ ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาพัฒนาไม่มีในตลาดมาก่อน มีการทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนปล่อยออกสู่ตลาด และมีการดำเนินการกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้กลุ่มลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ของท่านมากขึ้น

ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่ออัตรากำไรโดยเฉลี่ยต่อปีในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก (นัยสำคัญ .05) ได้แก่ มีทีมักพัฒนาที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีความรู้ด้านการตลาด และธุรกิจสตาร์ทอัพใช้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบลีน

4.6. ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดแข็งของการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ ได้แก่ จำนวนผู้ก่อตั้งที่ไม่มากทำให้การเปลี่ยนแปลงอะไรหลายๆ อย่างสามารถทำได้ง่าย ประกอบกับกลุ่มผู้ก่อตั้งมักจะเป็นเพื่อนที่มีความสนิทสนมและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ส่งผลให้มีความแข็งแกร่ง ส่วนจุดอ่อนที่พบ คือ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีทักษะความสามารถในการพัฒนาซอฟต์แวร์ที่ดี แต่มักจะขาดความรู้ทางด้านการตลาด ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากอีกสิ่งหนึ่งในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ ประกอบกับเงินทุนที่ไม่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ แต่อย่างไรก็ตามตลาดยังค่อนข้างใหม่และมีขนาดใหญ่ กระแสธุรกิจสตาร์ทอัพในภูมิภาคนี้กำลังได้รับความนิยม

ซึ่งเป็นโอกาสของกลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทย ในทางกลับกันการที่ธุรกิจสตาร์ทอัพกำลังได้รับความสนใจ ซึ่งก่อให้เกิดคู่แข่งรายใหม่ๆ ในการสู่ตลาดเช่นกัน

4.7. ข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

4.7.1. ข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการต่อธุรกิจสตาร์ทอัพ
ข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการ 6 คน (ร้อยละ 4.76) การส่งเสริมจากภาครัฐควรจะมีรูปแบบที่หลากหลายมากกว่าเรื่องกลไกด้านภาษี เช่น การสนับสนุนการลดหย่อนจ่ายบางรายการ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนที่ลดลง เนื่องจาก สตาร์ทอัพ ต้องใช้เวลาในการสร้างผลิตภัณฑ์พอสมควร อย่างน้อยก็ 1 - 2 ปี ก่อนที่จะสามารถนำเสนอสินค้าสู่ตลาด บางครั้งกลไกการลดภาษีช่วงแรกจึงยังไม่ได้ส่งผลสนับสนุนให้เกิดแรงจูงใจในการลงทุน ส่วนใหญ่มีเห็นว่าเงินจากแหล่งทุนเป็นสิ่งสำคัญกับสตาร์ทอัพ เพราะเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่จะช่วยให้สตาร์ทอัพดำเนินการธุรกิจต่อไปได้

4.7.2. ข้อเสนอแนะของนักลงทุนต่อธุรกิจสตาร์ทอัพ

ข้อเสนอแนะจากนักลงทุน 3 คน (ร้อยละ 21.4) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะขาดทักษะในเรื่องของการตลาดและการวางแผนทางธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ โอกาสของผู้ประกอบการคือ ปัจจุบันภาครัฐมีมาตรการต่างๆ ในการสนับสนุนธุรกิจดิจิทัล ส่วนโอกาสของนักลงทุน คือ ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้นักลงทุนมีตัวเลือกมากขึ้นในการเลือกลงทุน แต่อย่างไรก็ตาม ภาพการทำสตาร์ทอัพในประเทศไทยมักถูกมองว่าการทำสตาร์ทอัพจำเป็นต้องหาทุน ทำให้ผู้ประกอบการหลายคนไขว้เขว มุ่งแต่ที่จะประกวดแข่งขัน เมื่อไม่ได้รับรางวัลหรือทุนก็ล้มเลิกโครงการไป

5. สรุปผลการวิจัย

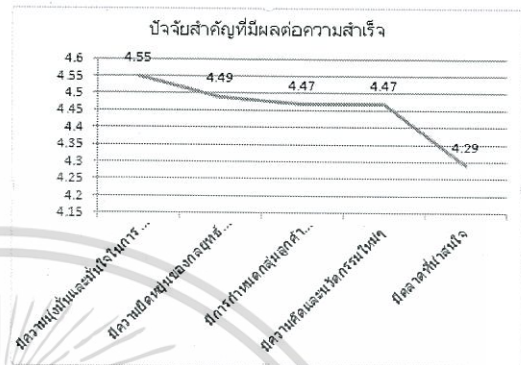
ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ก่อนเข้าสู่ธุรกิจสตาร์ทอัพ ทีมผู้ก่อตั้งมีความสนิทสนมกันมาก่อน มีการวางแผนธุรกิจ

ร่วมกัน และมีการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสตาร์ทอัพมาก่อน Mobile Application เป็นประเภทซอฟต์แวร์ที่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพให้ความสนใจมากที่สุด แรงบันดาลใจที่ทำให้เลือกประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพคือความหลงใหลในงานที่ทำ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ก่อนทำสตาร์ทอัพเลือกที่จะศึกษาข้อมูลด้วยตัวเอง และรูปแบบกระบวนการพัฒนาที่เลือกใช้มากที่สุดคือแบบออนไลน์และสิ้น ธุรกิจสตาร์ทอัพยังค่อนข้างใหม่สำหรับไทยส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจมาเพียง 1 - 2 ปี จึงทำให้ยังไม่สามารถคืนทุนหรือสร้างกำไรได้

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพในประเทศไทย ซึ่งวัดความสำเร็จจากอัตรากำไรของสตาร์ทอัพ โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับอัตรากำไร พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่ออัตรากำไรเฉลี่ยต่อปีในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยแรก จำนวนผู้ก่อตั้งที่เหมาะสม โดยจำนวนผู้ก่อตั้งที่เหมาะสมควรอยู่ที่ 2-3 คน ปัจจัยที่สอง คือ การมีความพร้อมในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ และปัจจัยสุดท้ายคือ มีการวางแผนเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ ของพนักงาน

อนึ่ง ในมุมมองของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพต่อปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของสตาร์ทอัพ พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด 5 ลำดับ มีดังนี้ ปัจจัยแรกคือ ความมุ่งมั่นและความตั้งใจในการดำเนินธุรกิจ ที่จะช่วยส่งเสริมความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ และปัจจัยอื่นๆ คือ ความยืดหยุ่นของกลยุทธ์ รูปแบบธุรกิจ และเทคโนโลยี เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจและเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว หากธุรกิจไม่ปรับตัวตาม ผลิตภัณฑ์ที่ได้อาจล้าสมัยและไม่เป็นที่ต้องการของตลาด มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายชัดเจน การมีนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ จะช่วยดึงดูดความสนใจของกลุ่มลูกค้า ซึ่งเป็นผลดีต่อการทำธุรกิจ และมีตลาดที่น่าสนใจ รองลงมามีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การ

มีตลาดที่แข่งขันได้ มีความน่าเชื่อถือของธุรกิจที่สามารถให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง และมีการบริหารต้นทุนหรือควบคุมค่าใช้จ่าย



รูปที่ 3. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในมุมมองผู้ประกอบการ

สำหรับการศึกษาต่อยอดจากผลการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นที่ผู้วิจัยมองว่ามีความน่าสนใจและสำคัญสำหรับการทำวิจัยเพิ่มเติมในอนาคต ดังต่อไปนี้

1) ปัจจุบันธุรกิจซอฟต์แวร์ในรูปแบบสตาร์ทอัพยังค่อนข้างใหม่ในประเทศไทย ผู้วิจัยมีโอกาสที่ได้แลกเปลี่ยนความคิดกับผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพบางส่วน พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพบางส่วนอยู่ในช่วงเริ่มต้นในการทำธุรกิจรูปแบบนี้ ผู้ประกอบการบางส่วนได้ล้มเลิกการทำธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพไปแล้ว ควรมีการศึกษาว่าปัจจัยอะไรที่ทำให้ผู้ประกอบการเหล่านี้เลือกที่จะเข้าสู่ธุรกิจซอฟต์แวร์ในรูปแบบสตาร์ทอัพ รวมทั้งปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้ผู้ประกอบการบางส่วนล้มเลิกหรือยุติการทำธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ

2) สำหรับเรื่องข้อจำกัดของขนาดของกลุ่มตัวอย่างและประชากร เนื่องจากปัจจุบันยังไม่มีตัวเลขที่ชัดเจนของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์ในรูปแบบสตาร์ทอัพ เนื่องจากการจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าของกลุ่มผู้ประกอบการซอฟต์แวร์รูปแบบสตาร์ทอัพจะจด

ทะเบียนรวมกับผู้ประกอบการทางด้านซอฟต์แวร์ทั่วไป ไม่ได้มีการจดทะเบียนเฉพาะธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ

3) เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องระยะเวลา ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้จำนวนครบตามที่ได้คำนวณไว้ สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยแนะนำให้ควรมีการเตรียมการในเรื่องของระยะเวลาอย่างรอบคอบเพื่อให้ผลวิจัยสอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด

4) การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ทำให้อาจเกิดข้อจำกัดในเรื่องของรายละเอียดของผลการวิจัย ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติมด้วย เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติในด้านต่างๆของผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ นักลงทุน รวมถึงผู้คร่ำหวอดในแวดวงธุรกิจซอฟต์แวร์สตาร์ทอัพ ซึ่งอาจช่วยให้ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

[1] ฉันว์ บัวเนียม. (2013). “ค่าย THINK CAMP 5 ค่ายสุดยอด START UP” เข้าถึงได้จาก : <http://www.opsmobile.net/think-camp-5/>. ค้นเมื่อ 22 กันยายน 2557.

[2] Cusumano, M. “Evaluating a Startup Venture: Consider the key elements of success Startups.” Communications of the ACM, vol. 58, no. 10, October 2013. Pp. 26-29.

[3] สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA). “โครงการสำรวจตลาดซอฟต์แวร์และซอฟต์แวร์บริการ.” กรุงเทพฯ, 2555.

[4] Guzman, J. “Startups Mexicanas: A Guide to Software Entrepreneurship in Mexico.” Master in the Business Administration at the MIT. 2011.

[5] Graham, P. “How to Start a Startup.” [Online]. Available : <http://paulgraham.com/start.html>. 2005.

[6] Crowne, M. “Why software product startups fail and what to do about it.” 2002.

[7] Gursel, D. “Entrepreneurial Success Factor: A systematic approach to entrepreneur evaluation.” Master of Science in Management Studies at the Massachusetts Institute of Technology. 2011.

[8] Nann, S and others. “The power of Alumni networks – Success of startup companies correlates with online social network structure of its founders.” MIT. 2010.

[9] Torvinen, M. “The Lean Startup movement and its impact to the business of software.” LUT. N.d.

[10] Thailand Tech Startup Association. “สมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจเทคโนโลยีรายใหม่.” [Online]. Available : <http://startupthailand.org/>. 2015.