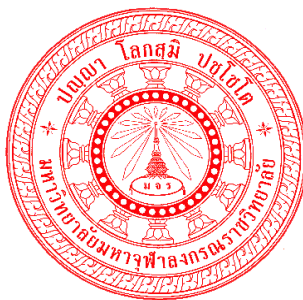




รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๔ เรื่อง

รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่

“Smart City Korat Startup”

Model development of Buddhist new entrepreneurial potential
for the Smart City Korat Startup

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่

“Smart City Korat Startup”

The Development of Potential a New Buddhist Entrepreneurial for
The Smart City Korat Startup

โดย

พระมหาสุพร รุกขิตธมโม,ผศ.ดร.

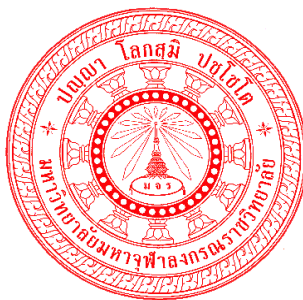
ดร.เบญจมาศ สุวรรณวงศ์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา

พ.ศ. ๒๕๖๓

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MCU RS 800763030



รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๔ เรื่อง

รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่

“Smart City Korat Startup”

Model development of Buddhist new entrepreneurial potential
for the Smart City Korat Startup

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat
Startup”

The Development of Potential a New Buddhist Entrepreneurial for
The Smart City Korat Startup

โดย

พระมหาสุพร รุกขิตธมโม, ผศ.ดร.

ดร.เบญจมาศ สุวรรณวงศ์

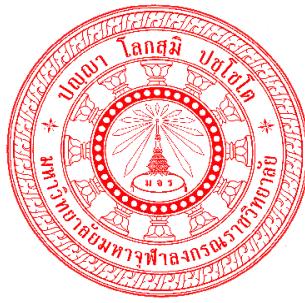
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา

พ.ศ. ๒๕๖๓

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MCU RS 800763030

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

Sub – Research Report 4

Model development of Buddhist new entrepreneurial potential
For the Smart City Korat Startup

Under Research plan

The Development of Potential a New Buddhist Entrepreneurial for
The Smart City Korat Startup

BY

Phramaha Suporn Rakittathammo, Assist.Prof.Dr.
Dr.Benjamas Suwannawong

Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Nakhon Ratchasima Campus
B.E. 2020

Research Project Funded by Mahachulalongkornrajavidyalaya
University

MCU RS 800763030

(Copyright Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

ชื่อรายงานการวิจัย:	รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup
ผู้วิจัย:	พระมหาสุพร รุกขิตธมโม,ผศ.ดร.และ ดร.เบญจมาศ สุวรรณวงศ์
ส่วนงาน:	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา
ปีงบประมาณ:	๒๕๖๓
ทุนอุดหนุนการวิจัย:	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ๓ ประการคือ ๑)เพื่อศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธ ๒)เพื่อศึกษาศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStart Up ของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ๓)เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพภาคสนาม และการวิจัยเชิงปฏิบัติการเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ และการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup”

ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ พบว่า คุณสมบัติเบื้องต้นของผู้ประกอบการ Startup คือ ๑)มีความปรารถนาอย่างแรงกล้า ๒)มีความคิดสร้างสรรค์ ๓)มีความเป็นนักกลยุทธ์ ๔)มีความเป็นผู้นำและกล้าตัดสินใจ ๕)มีความกล้าเสี่ยง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ StartUp ของผู้ประกอบการใหม่มีดังนี้ ๑)ปัจจัยด้านความรู้ ไอเดีย ๒)ปัจจัยด้านการเมืองและสภาพเศรษฐกิจ ๓)ปัจจัยด้านสังคม ๔)ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคและการลดต้นทุนด้วยเทคโนโลยี ๕)ปัจจัยด้านการเรียนรู้ข่าวสาร ๖)ปัจจัยด้านแหล่งวัตถุดิบและเครือข่ายชุมชนส่งผลต่อการตัดสินใจ

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startupเชิงพุทธในจังหวัดนครราชสีมาผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการในโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธ พบว่ามีการประยุกต์หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาใช้ในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup ได้แก่ ๑)หลักพรหมวิหาร ๔ (เมตตา,เมตตา กรุณา มุทิตาและอุเบกขา) ๒)หลักอิทธิบาท ๔ (ฉันทะ, วิริยะ, จิตตะและวิมังสา), ๓)หลักไตรสิกขา(ศีล,สมาธิ,ปัญญา) ,๔)หลักทศพิธราชธรรม (ทาน , ศีล,บริจาค,ความซื่อตรง,ความอ่อนโยน,ความเพียร,ความไม่โกรธ,ความไม่เบียดเบียน,ความอดทน,ความเที่ยงธรรม) ผู้ประกอบการเมื่อนำองค์ความรู้ที่ได้รับจากการอบรมมาวิเคราะห์สภาพปัญหา จุดแข็ง จุดอ่อน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartup จะทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธ และทำให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจยิ่งขึ้นต่อไป

Research Title: Model development of Buddhist new entrepreneurial potential for the Smart City Korat Startup

Researchers: Phramaha Suporn Rakittathammo, Assist. Prof. Dr. Dr. Benjamas Suwannawong

Department: Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Nakhon Ratchasima Campus

Fiscal year: 2563/2020

Researcher Scholarship Sponsor: Mahachulalongkornrajavidyalaya University

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) To study knowledge on the potential development of new entrepreneurs, Buddhist Startups 2) To study the potential and factors affecting the success of the startup business of new entrepreneurs Startup in Nakhon Ratchasima Province. 3) to develop the Model of Buddhist new entrepreneurial potential for the Smart City Korat Startup This research is a research method that combines qualitative research in the field. And action research. The research instruments were interviews And organizing a Buddhist new entrepreneurial potential development project to develop a “Smart City Korat Startup”

The primary qualifications of the startup entrepreneurs are 1) have a strong desire. 2) be creative 3) Become a strategist 4) Have leadership and decision making. 5) Take risks. The factors that affect the success of the StartUp business of new entrepreneurs are as follows: 1) Knowledge factor and idea 2) Political and economic factors 3) social factors 4) Factors of Consumer Behavior and Cost Reduction through Technology 5) learning factors 6) Factors of raw material sources and community networks influence decision-making.

Development of new entrepreneurial potential Buddhist Startup in Nakhon Ratchasima Province through a workshop on the new entrepreneurial potential development project found that Buddhist principles have been applied to develop new entrepreneur potential. Startups include 1) Four sublime states of mind (loving-kindness, compassion, sympathetic joy, equanimity) 2) Four Bases of Success (Passion, Diligence, Mind or Consciousness, Investigation) 3) Tri-Sikha principle (precepts, meditation, wisdom 4) Ten royal virtues (Dana (charity), Sila (high moral character), Parichakha (self-sacrifice), Archava (honesty), Matthava (kindness), Tapa (self-control), Agghodha (self-control), Avihingsa (Non-violence), Khanti (patience), Avirodhana (conformity to the law).

Entrepreneurs when applying knowledge gained from training to analyze problems, strengths, weaknesses and factors affecting the success of the startup business will lead to the development of potential entrepreneurs in new entrepreneurs, Buddhist startups. and create more competitiveness and increase economic value in the future.



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์โดยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้มีพระคุณที่ให้ความช่วยเหลือหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยขอระบุนามไว้เพื่อแสดงความขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณพระสุธีรัตนบัณฑิต, รศ.ดร.ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ พระมหาชุตีภัก อภินนโท ผู้อำนวยการส่วนวางแผนและส่งเสริมการวิจัย สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กราบขอบพระคุณพระเทพสิมาภรณ์ รองอธิการบดีวิทยาเขตนครราชสีมา ที่ได้เมตตาให้โอกาสในการทำวิจัย และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ทุกท่านที่อำนวยความสะดวกในการดำเนินงานวิจัย ซึ่งได้กรุณาให้คำแนะนำตรวจสอบข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้สมบูรณ์ที่สุด ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในเมตตากรุณาของอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณขอขอบคุณคุณอาจารย์ เจ้าหน้าที่ วิทยาเขตนครราชสีมา ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ยิ่งต่อการศึกษาวิจัย ขอขอบคุณและขออนุโมทนา เจ้าของผลงานประพันธ์ ตำรา หนังสืองานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ขอขอบคุณครูบาอาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ผู้วิจัยตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ขอขอบคุณคุณพ่อ คุณแม่ และญาติพี่น้องที่เป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยเสมอมา ขอขอบคุณทุก ๆ ท่านที่มีส่วนร่วมและเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยทำรายงานวิจัยให้สำเร็จลงได้ เพื่อความเจริญรุ่งเรืองและความมั่นคงของพระพุทธศาสนาสืบต่อไป

หากคุณความดีของงานวิจัยเล่มนี้มีคุณค่าต่อสังคมและมีประโยชน์ต่อการศึกษา ผู้วิจัยขอน้อมถวายความดีและกุศลกรรมที่ได้สั่งสมมานี้แด่บิดามารดา ครูบาอาจารย์และผู้มีพระคุณของข้าพเจ้าทุกท่าน

พระมหาสุพร รุกขิตธมโม,ผศ.ดร.

๑๙ มกราคม ๒๕๖๔

สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ	ญ

บทที่ ๑ บทนำ	๑
--------------------	---

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์การวิจัย.....	๓
๑.๓ ปัญหาการวิจัย	๓
๑.๔ ขอบเขตการวิจัย	๓
๑.๕ นิยามศัพท์ในการวิจัย.....	๔
๑.๖ กรอบแนวคิดการวิจัย.....	๕
๑.๗ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๕

บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๖
--	---

๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ.....	๖
๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจ Startup	๑๖
๒.๓ แนวคิดการพัฒนาศักยภาพ	๔๐
๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับ Smart City	๔๘
๒.๕ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๕๓

บทที่ ๓ ระเบียบวิธีวิจัย.....	๕๖
-------------------------------	----

๓.๑ รูปแบบการวิจัย.....	๕๖
๓.๒ พื้นที่การวิจัย.....	๕๗
๓.๓ ประชากร /ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	๕๗
๓.๔ เครื่องมือการวิจัย	๕๘
๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	๕๘
๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล.....	๕๙
๓.๗ สรุปกระบวนการวิจัย	๖๐

บทที่ ๔ ผลการศึกษาวิจัย	๖๑
-------------------------------	----

๔.๑ ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ ๑.....	๖๑
๔.๒ ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ ๒.....	๗๐

๔.๓ ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ ๓.....	๗๖
๔.๕ องค์ความรู้จากการวิจัย.....	๘๕

บทที่ ๕ สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	๘๗
๕.๑ สรุปผลการศึกษา.....	๘๗
๕.๒ อภิปรายผล	๙๐
๕.๓ ข้อเสนอแนะ	๙๓

บรรณานุกรม	๙๕
-------------------------	-----------

ภาคผนวก

ผนวก ก ผลผลิต ผลลัพธ์ ผลกระทบ	๑๐๒
ผนวก ข ตารางนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์.....	๑๑๖
ผนวก ค ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์	๑๑๘
ผนวก ง เครื่องมือวิจัย	๑๒๓
ผนวก จ ภาพถ่ายกิจกรรมทำงานวิจัย	๑๒๗

ประวัติผู้วิจัย.....	๑๓๑
-----------------------------	------------

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

คำย่อเกี่ยวกับพระไตรปิฎก

สำหรับตัวเลขหลังอักษรย่อ หมายถึง ชื่อของคัมภีร์ ซึ่งมีคัมภีร์ที่ใช้ในการอ้างอิง ดังนี้เล่ม / ข้อ / หน้า เช่นที.ปา. (ไทย) 11 / 360/284 หมายถึง สุตตันตปิฎกที่ขนิณกายปาฎิกวรรคอยู่ในพระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย เล่มที่ 11 ข้อที่ 360 หน้า 284 เป็นต้น

พระสุตตันตปิฎก

คำย่อ

ที.ปา. (ไทย)

ขุ.เถร. (ไทย)

คำเต็ม

สุตตันตปิฎก

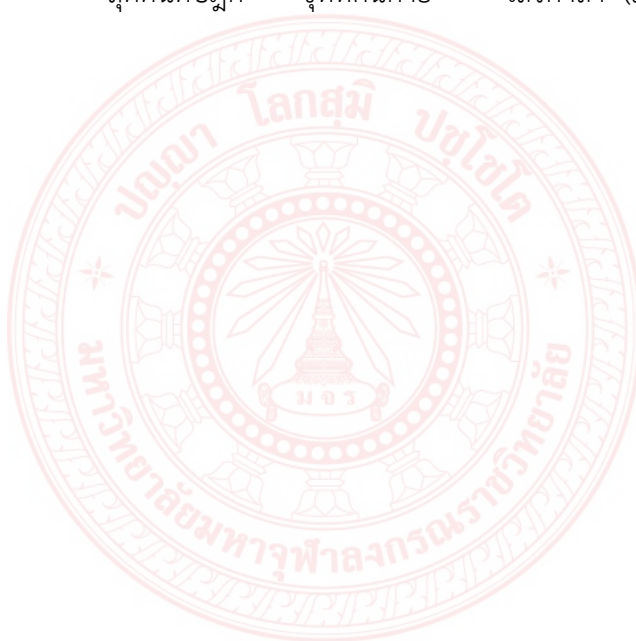
สุตตันตปิฎก

ทีฆนิกาย

ขุททกนิกาย

ปาฎิกวรรค (ภาษาไทย)

เถรคาถา (ภาษาไทย)



บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในสังคมยุคปัจจุบันภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม การประกอบธุรกิจเกิดขึ้นอย่างอเนกหลาย ส่งผลให้ในหลายธุรกิจมีการแข่งขันกันมากขึ้น และด้วยแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเน้นหนักที่การกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น อันจะนำไปสู่การสร้างเศรษฐกิจเติบโตทางเศรษฐกิจ ประเทศไทยถือเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ได้รับผลกระทบโดยตรง การพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาฉบับที่ ๑๑ ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศที่เน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของฐานรากคือ การผลิตภาคประชาชน และการประกอบกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นต้องปรับตัวในการเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจโลกและภูมิภาค ทางรัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจระดับรากหญ้า คือการพัฒนาต่อยอดโดยให้การสนับสนุนโครงการตามนโยบายต่างๆ ประการหนึ่งก็คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น ธุรกิจ Startup และผู้ประกอบการ Startup จำนวนหนึ่งที่ยังขาดความพร้อมในการแข่งขันทางการค้าทั้งในระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ ทั้งนี้การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ Startup จะเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจ Startup สามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของตนเองทั้งด้านการบริหารจัดการ การผลิต การจัดจำหน่าย รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ และพร้อมที่จะเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ต่างๆ ทางสังคม ทั้งการเปิดเสรีทางการค้าในเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน

Startup เป็นแนวคิดธุรกิจแบบใหม่ที่สอดคล้องกับยุคของ ไทยแลนด์ ๔.๐ เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นและเติบโตอย่างรวดเร็วแต่การที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จนั้น ต้องมีปัจจัยหลายๆ ด้าน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จมีอยู่หลักๆ ๕ ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านจังหวะเวลา ปัจจัยด้านทีมงาน ปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ๆ ปัจจัยด้านแผนธุรกิจและปัจจัยด้านเงินทุน ซึ่งปัจจัยแต่ละด้านก็ขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจ Startup นั้นๆ ด้วยว่าจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านไหนเป็นอันดับแรก ดังนั้นธุรกิจ Startup จะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องมีหนึ่งใน ๕ ปัจจัยนี้เป็นหลัก อย่างไรก็ตามธุรกิจ Startup ที่จะ ประสบความสำเร็จได้คือ ธุรกิจต้องสามารถตอบโจทย์และแก้ปัญหาได้ตามความต้องการของผู้บริโภคได้ ปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้เลยว่าเทคโนโลยีสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ให้เข้ามามีส่วนในการดำเนิน ชีวิตประจำวันมากขึ้นกว่าสมัยก่อน มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากมาย ทั้งในด้านกิจวัตรประจำวันตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงนอนหลับ การประกอบอาชีพที่ต้องใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วย รวมไปถึงการดำเนิน ธุรกิจ ผู้ประกอบการจะต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว หลายๆ ธุรกิจที่ปรับตัว ไม่ได้ก็ต้องปิดตัวลง เพราะในขณะนี้ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคเปลี่ยนผ่าน จากไทยแลนด์ ๓.๐ ซึ่งเป็นยุค ของอุตสาหกรรมหนัก เป็น ไทยแลนด์ ๔.๐ ซึ่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และ นวัตกรรม ในปัจจุบันประเทศไทยยังติดอยู่ในโมเดลเศรษฐกิจแบบทามากได้น้อย จึงต้องการ

ปรับเปลี่ยนให้ เป็นทำน้อยได้มาก ^๑ ต้องเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม อย่างเช่นการเกษตรก็ต้องเปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมไปเป็นเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการบริหาร จัดการ ใช้ เทคโนโลยีมาเกี่ยวข้อง หรือ Smart Farming โดยเกษตรกรต้องเป็นเกษตรกรแบบเป็น ผู้ประกอบการที่ สามารถนำนวัตกรรมใหม่ๆมาพัฒนาการเกษตรของตนให้สามารถทำรายได้เพิ่ม มากขึ้น รวมถึงผู้ประกอบการ ธุรกิจ SMEs ก็ต้องเปลี่ยนจากการดำเนินธุรกิจแบบเดิมไปสู่ Smart Enterprises และ Startup ที่มีศักยภาพ

ธุรกิจ Startup เป็นแนวคิดธุรกิจแบบใหม่ที่สอดคล้องกับยุคของ ไทยแลนด์ ๔.๐ ซึ่งการทำ ธุรกิจ Startup คือ การที่เรามองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับคนส่วนมากแล้วสร้างโมเดลธุรกิจเพื่อมาแก้ไข ปัญหาโดยใช้ เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง ด้วยวิธีการที่แตกต่างจากเดิม และธุรกิจจะต้องสามารถสร้าง กำไรได้เรื่อยๆ เพิ่มผู้ ใช้ได้เรื่อยๆ และสามารถเติบโตขึ้นได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาอันสั้นและ กลายเป็นบริษัทขนาดใหญ่ขึ้นเอง Startup มีจุดเริ่มต้นที่ Silicon Valley ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่ง ถือเป็นศูนย์กลางแห่งเทคโนโลยี ปัจจุบันนัก ลงทุนเริ่มให้ความสนใจกับธุรกิจ Startup มากขึ้น เพราะ Startup มีแนวโน้มที่จะเติบโตได้แบบก้าวกระโดด เมื่อเทียบกับการทำธุรกิจแบบในอดีตที่ต้องใช้เวลา และเงินลงทุนจำนวนมากในการขยายธุรกิจให้เติบโต หลาย บริษัทระดับโลก เช่น ๑.Apple ๒.Google ๓.Facebook ๔.Instagram ๕.Twitter ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เคย ผ่านการเป็น Startup มา ก่อนแล้วทั้งนั้น ประเทศไทยในสมัยก่อนที่เทคโนโลยียังไม่ได้มีบทบาทมากนักทำให้ เรามองว่า Startup เป็นเรื่องที่ไกลตัว มองว่าเป็นเรื่องที่เพ้อฝัน มีแต่ฝรั่งเท่านั้นที่ทำได้ เป็นเรื่องที่เป็นไป ไม่ได้ หรือเป็นไปได้ยาก เพราะประเทศไทยยังไม่มี Startup ที่ประสบความสำเร็จให้เห็นกัน ทั้งภาครัฐ และ เอกชนจึงยังไม่ได้ให้ความสนใจธุรกิจประเภทนี้มากนัก แต่ปัจจุบันมีคนกลุ่มเล็กๆหลายกลุ่มได้ พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าคนไทยเราสามารถทำได้ไม่แพ้ชาติใดในโลก ยกตัวอย่างธุรกิจ Startup ของ ไทยที่ประสบความสำเร็จ อาทิ ๑. Wongnai ๒. Builk ๓. Computerlogy ๔. Ookbee และอื่นๆอีก มากมาย ที่เป็น Startup ของ ไทย คนกลุ่มนี้ได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าคนไทยก็สามารถทำ Startup ได้ แต่อย่างไรก็ตามหากคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ แล้ว Startup ที่ไม่ประสบความสำเร็จมีมากถึง ๙๐ % Startup ที่ประสบความสำเร็จมีเพียงแค่ ๑๐ % เท่านั้น^๒ ปัจจุบันธุรกิจสตาร์ทอัพมีโอกาสที่จะปฏิวัติ

อุตสาหกรรมต่างๆ และเจาะตลาด หรือ ครอบครองตลาดเดิมของธุรกิจรูปแบบเก่า ยกตัวอย่างเช่น ปัญหาแท็กซี่ไม่ยอมรับผู้โดยสาร ของคนไทย ทั้งๆ ที่ปัญหานี้เป็นปัญหาเรื้อรังมานาน ซึ่งถือเป็น โอกาสทางธุรกิจของคนไทย แต่ กลับเป็นเทคสตาร์ทอัพ (Startup) ชื่อ Grab Taxi ที่ก่อตั้งโดยชาว มาเลเซีย เข้ามาทำตลาด สร้างธุรกิจจากแอปพลิเคชันการเรียกแท็กซี่และประสบความสำเร็จ โดยมี ส่วนแบ่งการตลาด เป็นอันดับ ๑ ซึ่งทุกๆ ๕ วินาทีจะมีการเรียกแท็กซี่ผ่าน Grab Taxi และในปัจจุบัน Grab Taxi มี มูลค่าประเมินแตะ ๒ พันล้านเหรียญสหรัฐภายในระยะเวลาเพียง ๑๔ เดือน ด้วย เหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้รัฐบาลของหลายประเทศให้ความสำคัญกับสตาร์ทอัพ และนโยบาย

^๑ ปานระพี ธิพันธ์, Thailand 4.0 ประเทศไทย 4.0 คืออะไร,(ออนไลน์), แหล่งที่มา:<https://www.it24hrs.com/2017/thailand-4-0/>, (๑ มีนาคม ๒๕๖๓).

^๒ ศศิรินทร์ สายะสนธิ์, ทำไม Startup ในไทยไม่ค่อยประสบความสำเร็จ?,(ออนไลน์), แหล่งที่มา:<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/760159>, (๑ มีนาคม ๒๕๖๓).

สร้างระบบนิเวศน์ (Ecosystem) เพื่อช่วยให้สตาร์ทอัพ โดยเฉพาะเทคโนโลยี สตาร์ทอัพเกิดขึ้นมาทดแทนธุรกิจรูปแบบเดิมๆ ด้วยธุรกิจใหม่ที่เป็นของประเทศตนเอง และสามารถ ขยายไปยังตลาดในประเทศอื่นๆ ดังนั้นเพื่อเพิ่มโอกาสให้สตาร์ทอัพสามารถสร้างธุรกิจให้ ประสบความสำเร็จ รัฐบาลของหลายประเทศจึงได้ออกมาตรการสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ

ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบงานวิจัย การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” โดยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ อาศัยสิ่งที่จังหวัดนครราชสีมาของเรามีความโดดเด่น นั่นคือศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ เริ่มจากการการสังเคราะห์องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง ทำการศึกษาบริบทเบื้องต้นสำหรับผู้ประกอบการ Startup จัดทำรูปแบบและเข้าสู่กระบวนการการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธ เพื่อให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับกลุ่มธุรกิจ Startup และเป็นต้นแบบในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการStartup ให้แก่ชุมชนอื่นๆต่อไป

๑.๒ วัตถุประสงค์การวิจัย

๑.๒.๑) เพื่อศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธ

๑.๒.๒) เพื่อศึกษาศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartUpของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

๑.๒.๓) เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup

๑.๓ ปัญหาการวิจัย

๑.๓.๑) องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธคืออะไร

๑.๓.๒) ศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartUpของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาเป็นอย่างไร

๑.๓.๓) รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startupเป็นอย่างไร

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup”เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mix Method Researchs) ทั้งการวิจัยในเชิงเอกสาร (Ducumentary Research)และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในภาคสนามโดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

๑.๔.๑) **ขอบเขตด้านเนื้อหา** การวิจัยในครั้งนี้เพื่อศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธ เพื่อศึกษาศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartUpของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา และเพื่อ

นำเสนอรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup”

๑.๔.๒) ขอบเขตด้านพื้นที่ มุ่งศึกษาธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน ๒ แห่ง ดังนี้คือ ๑. Ladyproud Shop ๒.บริหารหจก.ซันชายน้เอส น้ำพริกขุนนาย (วิสาหกิจชุมชน)

๑.๔.๓) ขอบเขตด้านประชากร /กลุ่มตัวอย่าง/ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ขอบเขตด้านประชากร/ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แบ่งเป็น ๖ กลุ่ม ดังนี้คือ ๑.กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา (กลุ่มพื้นที่เป้าหมาย) จำนวน ๒ คน ดังนี้คือ ๑.ผู้บริหาร Ladyproud Shop จำนวน ๑ คน และ ๒.ผู้บริหารหจก.ซันชายน้เอส น้ำพริกขุนนาย (วิสาหกิจชุมชน) จำนวน ๑ คน ๒.กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ๑๐ คน ๓.กลุ่มนิสิต/ นักศึกษาจากสถาบันการศึกษา ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน ๒ แห่ง คือ จากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา จำนวน ๒๐ รูป/คน และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน จำนวน ๑๔ คน ๔.กลุ่มผู้ประกอบการ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจ Startup ๑ คน ๕.กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน ๒ คนคือ ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำนวน ๑ คน,เจ้าหน้าที่วิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครราชสีมา ๑ คน ๖.กลุ่มนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญทางด้านพระพุทธศาสนา จำนวน ๑ รูป/ท่าน รวมทั้งสิ้นจำนวน ๕๐ รูป/คน โดยทำการคัดเลือกกลุ่ม Startup เพื่อใช้ในการศึกษาทดลอง (Tryout Study) จำนวน ๒ กลุ่ม ได้กลุ่มตัวอย่างโดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) โดยทำการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มStartup,ผู้นำองค์กรธุรกิจ,ผู้เชี่ยวชาญโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน ๓ คน เพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Start up เชิงพุทธ และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน ๓ คนเพื่อทำการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการStartup และจัดเวทีสนทนากลุ่มย่อยจำนวน ๑๐ คน จัดอบรมเชิงปฏิบัติการโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง

๑.๔.๔) ขอบเขตด้านระยะเวลาในช่วงเดือนมีนาคม ๒๕๖๓ ถึง เดือนมกราคม ๒๕๖๔ รวมระยะเวลา ๑๑ เดือน

๑.๕นิยามศัพท์ในการวิจัย

การพัฒนา หมายถึง การทำให้ดีขึ้น เจริญขึ้น ในงานวิจัยนี้หมายถึง การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในจังหวัดนครราชสีมา

การพัฒนาศักยภาพ หมายถึง การนำเอาความรู้ความสามารถ และกำลังของสติปัญญาของตนเอง มาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างมีกระบวนการ เพื่อการทำงานที่บรรลุประสิทธิผล

Startup หมายถึง ธุรกิจขนาดเล็กที่เกิดขึ้นใหม่ และมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยการขาย ‘ไอเดีย’ ส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับ IT, Gadget, หรือ Application ชนิดต่าง ๆ ที่จะมาแก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมาย ให้นักลงทุนที่มีความเห็น หรือความเชื่อตรงกัน นำเงินมาลงทุนในธุรกิจนั้น ๆ เพื่อให้สิ่ง ๆ นั้นเป็นจริงขึ้นมา ถูกขับเคลื่อนและท้าทายโดยคนรุ่นใหม่และมีความพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ มีทรัพยากรที่จำกัดอย่างมาก แต่มีเทคโนโลยีและการตลาดที่เกี่ยวข้องแบบไดนามิก

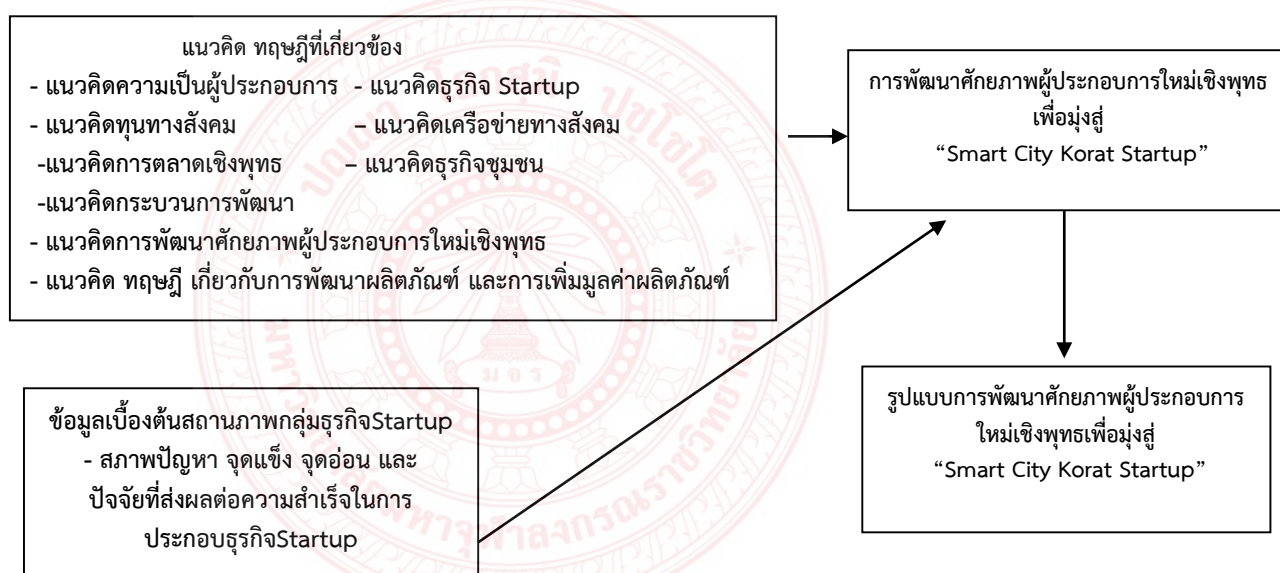
เชิงพุทธ หมายถึง การนำหลักธรรมในทางพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้โดยเน้นที่การบริหาร ทั้งรูปแบบการบริหาร แนวคิดในการบริหารโดยสถานการณ์ คุณลักษณะของนักบริหาร หลักการบริหารสมัยใหม่ การบริหารเชิงพุทธด้วยการสร้างพลังภายใน

Smart City หมายถึง “เมืองอัจฉริยะ” เมืองที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล หรือ นวัตกรรม ที่ทันสมัยและชาญฉลาด ในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ การบริหารจัดการเมือง

๑.๖ กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง“รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” โดยมีกรอบแนวคิดโครงการวิจัยดังต่อไปนี้คือ

รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup



๑.๗ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑.๗.๑) ทำให้ทราบองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชียงพุทธ

๑.๗.๒) ทำให้ทราบศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartup ของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

๑.๗.๓) ได้ทราบรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup

บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ ๑) เพื่อศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธ ๒) เพื่อศึกษาศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartupของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ๓) เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอแนว คิด ทฤษฎี ตามลำดับดังต่อไปนี้

- ๑) แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ
- ๒) แนวคิดเกี่ยวกับการธุรกิจ Startup
- ๓) แนวคิดการพัฒนาศักยภาพ
- ๔) แนวคิด Smart City
- ๕) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๑) แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

๒.๑.๑ ความหมายของผู้ประกอบการ

ปราโมทย์ เจนการ^๑ กล่าวว่า การเป็นผู้ดำเนินการจัดการกิจการ โดย หน้าที่พื้นฐานแล้วผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่นำเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ ได้แก่ ทุน ที่ดิน และ แรงงาน มาผสมผสาน จัดสรร เสี่ยงและตัดสินใจดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อก่อให้เกิดการผลิต หรือบริการเพื่อจำหน่ายให้แก่บุคคลทั่วไปด้วยตัวเอง

สุสดี รุมาคม^๒กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งองค์การ กิจการโดยยอมรับความเสี่ยงเพื่อหวังกำไร เป็นผู้จัดระเบียบและดำเนินกิจการขนาดย่อมเพื่อกำไร และความพอใจในด้านจิตวิทยา

บุญทวารณ วังวอน^๓กล่าวว่า ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่ทำหน้าที่ใน การใช้โอกาสที่มีอยู่ในตลาดและมีส่วนเกี่ยวพันกับการจัดหาและนำเอาทรัพยากรมาใช้ประโยชน์ ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่แบกรับความเสี่ยงในระหว่างแสวงหาโอกาสและเกิดความคิดสร้างสรรค์ และการสร้างนวัตกรรม นอกจากนั้นผู้ประกอบการยังทำหน้าที่ในการบริหารกิจกรรมของตนเอง รวมถึงการบริหารงานประจำ

^๑ ปราโมทย์ เจนการ, “การศึกษาอบรมกับความเป็นผู้นำ” ปริญญาโทปริญญาการศึกษา มหาวิทยาลัย สาขาการบริหารการศึกษา,(บัณฑิตวิทยาลัย:มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร,๒๕๖๒), หน้า ๒๐.

^๒ สุสดี รุมาคม, การบริหารธุรกิจขนาดย่อม,(กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,๒๕๒๙),หน้า ๓๓.

^๓ บุญทวารณ วังวอน, การเป็นผู้ประกอบการเชิงกลยุทธ์, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง,๒๕๕๕),หน้า ๒๐๐.

ปรีชา ทิวะหุด และสุพชรา มั่นพลศรี ^๔ กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่จัดตั้งองค์กรใหม่หรือคนที่ริเริ่มกิจการขึ้นมาคอยผลักดันให้กิจการก้าวหน้าไป และเป็นคนที่คอยป้อนพลังงานให้แก่กิจการ

อาทิตย์ วุฒิศะโร ^๕ กล่าวว่า ผู้ประกอบการจะต้องเป็นบุคคลที่มีความคิด สร้างสรรค์ในการหาโอกาสทางกิจการใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา และจำเป็นต้องมีความอดทน มุ่งมั่น กล้า ตัดสินใจ และกล้าเสี่ยงในการที่จะนำความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ของตนเอง นั้นมาปฏิบัติเพื่อให้เกิดผล คุ่มค่าในเชิงพาณิชย์อีกด้วยและต้องเป็นผู้ที่ริเริ่มและยินดีที่จะรับความเสี่ยงในการลงทุนประกอบ กิจการ โดยรวบรวมผสมผสานปัจจัยการผลิตทั้งหลายเข้าด้วยกัน และนำสติปัญญา ประสบการณ์ และวิทยาการด้านการผลิตและการจัดการที่เหมาะสมจัดการให้เกิด การผลิตสินค้า หรือการจำหน่าย หรือการให้บริการแก่ผู้เกี่ยวข้อง

Cantilton ^๖ กล่าวว่า แนวคิดด้านศักยภาพผู้ประกอบการ โดยศักยภาพเป็น สมรรถนะของบุคคลที่มีความสามารถที่แตกต่างจากผู้อื่นผ่านประสบการณ์ธุรกิจ ความรู้ที่สั่งสมมา ทุนเดิมทางสังคม แนวคิดในการทำงานเครือข่ายธุรกิจและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการต้องมี การแบกรับความเสี่ยงและมีความสามารถในการจัดการธุรกิจ

Schumpeter^๗กล่าวว่า ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในวงจรธุรกิจ ยุคใหม่รวมถึงที่ เป็นผู้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ในวงการค้าทั้งในและต่างประเทศเพื่อเป็น ผู้นำของตลาดสากล

Drucker ^๘ กล่าวว่า กิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม ไม่ว่าจะเป็นสถาบันของ รัฐ หรือบริษัทเอกชน ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการพัฒนานวัตกรรม โดยใช้ความคิด สร้างสรรค์ รวมทั้งผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการใหม่ กระบวนการผลิตใหม่เทคโนโลยีใหม่ วัสดุใหม่และ รูปแบบการจัดการธุรกิจแบบใหม่ๆ เกิดขึ้น

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งองค์กรเป็นเจ้าของ หรือหุ้นส่วนและดำเนินการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินกิจการ เพื่อผลกำไรและ ความพอใจ หรือเป็นผู้กระตุ้นในการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโดยเป็นผู้ที่มีเป้าหมายในการค้นหา มี การวางแผนอย่างรอบคอบ และตัดสินใจตามกระบวนการประกอบกิจการ รวมทั้งผู้ประกอบการต้อง เป็นผู้ทำงาน

^๔ ปรีชา ทิวะหุด และสุพชรา มั่นพลศรี,การบริหารการเติบโตของธุรกิจขนาดย่อม,(กรุงเทพมหานคร:โครงการตำราเพื่อธุรกิจขนาดย่อม FANMD ,๒๕๓๖),หน้า ๑.

^๕ อาทิตย์ วุฒิศะโร, “สรุปสาระสำคัญร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม”, อุตสาหกรรมสาร 43, (มีนาคม - เมษายน 2543): 4 - 5.

^๖ Cantillon, R., *Essai Sui La Nature Du Commerce En General*. London:Macmillan & Co. ,1931.

^๗ Schumpeter, J,*Capitalism, socialism and democracy*, Harper and Row.New York: n.d. , 1910,P10.

^๘ Drucker, P.F. , "Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles."Harvard Business Review :1985,149 - 157.

อย่างสร้างสรรค์ มีมุมมองในแง่ดีตามพันธะในการจัดสร้างแหล่งทรัพยากรใหม่ หรือนำ ความสามารถ
เก่าไปรวมกันเป็นลักษณะใหม่ เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรค์ความมั่นคงแก่กิจการ

๒.๑.๒ ความสำคัญของผู้ประกอบการ

อาทิตย์ วุฒิศะโร “กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ คือ
ผู้ประกอบการ ขณะที่ปัจจัยด้านอื่นๆเป็นเพียงสภาวะแวดล้อมที่เป็นเพียงปัจจัยเสริมช่วยให้เกิด
ความสมบูรณ์ เพราะผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดทิศทาง วิสัยทัศน์ นโยบาย และกลยุทธ์ต่างๆให้
เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมและสังคมที่ตนดำเนินอยู่ เพื่อผลักดันธุรกิจให้เกิดการพัฒนาความสำเร็จ
ตามที่คาดหวัง :

Wickham ^{๑๐}บทบาทหน้าที่ของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ มีหน้าที่ที่สำคัญ
มากมาย ได้แก่

1. บทบาทหน้าที่การเป็นผู้ก่อตั้งองค์กร ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่ทำหน้าที่ก่อตั้งองค์กร ทาง
ธุรกิจ เป็นผู้มีหน้าที่ในการนำปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นคน ทรัพยากรการผลิต
ต่างๆ มารวมกัน โดยจัดการกับปัจจัยเหล่านั้น ให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด
2. บทบาทหน้าที่การเป็นเจ้าขององค์กร ผู้ประกอบการเป็นทั้งผู้ลงทุนและถือหุ้นใน
กิจการ ซึ่งต้องเป็นผู้จัดการธุรกิจนั้นๆ
3. บทบาทการเป็นผู้นำ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีบทบาทในการเป็นผู้นำอย่าง เด่นชัด
โดยต้องเป็นผู้บุกเบิกงานใหม่ๆ รวมทั้งปรับปรุงประสิทธิภาพ และผลักดันให้เกิดการทำงาน เป็นทีม
โดยอาศัยศิลปะในการปกครอง ตลอดจนส่งเสริมขวัญและกำลังใจแก่ลูกน้อง ให้พร้อมที่จะ รับผิดชอบต่อ
ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ดังนั้น การเป็นผู้นำถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากต่อความสำเร็จของ
การเป็นผู้ประกอบการ เพราะการเป็นผู้นำถือเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จในการ บริหารจัดการ
4. บทบาทการเป็นผู้จัดการ ในหลากหลายสถานการณ์ ผู้ประกอบการจึงมีบทบาท หน้าที่
แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นบทบาทใดก็ตาม รวมทั้งบทบาทการเป็นผู้จัดการ
5. บทบาทการเป็นผู้นำความรู้ความชำนาญมาใช้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องนำ ความรู้
ความชำนาญที่มีอยู่มาใช้ในการดำเนินงาน จัดการกับทรัพยากรที่มีอยู่ สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ และมอง
หาช่องทางหรือโอกาสทางธุรกิจ
6. บทบาทหน้าที่การเป็นผู้ระบุโอกาสทางการตลาด ผู้ประกอบการต้องวิเคราะห์ ทิศทาง
ของตลาด เพื่อหาช่องทาง ซึ่งช่องทางนั้นเป็นตลาดที่มีศักยภาพในโลกธุรกิจ
7. บทบาทหน้าที่การเป็นผู้นำนวัตกรรมใหม่เข้าสู่ตลาด ผู้ประกอบการต้องหา นวัตกรรม
ใหม่มาปรับใช้ในองค์กร โดยนวัตกรรมนั้นอาจจะนำมาปรับใช้ในหลายๆด้าน ไม่ว่าจะเป็น เรื่องของ

^๙ อาทิตย์ วุฒิศะโร, “สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.”
อุตสาหกรรมสาร ๔๓, (มีนาคม - เมษายน ๒๕๔๓): ๔ - ๕.

^{๑๐} Wickham, P. A., **Strategy Entrepreneurship: A decision making approach to new**
venture creation and management (2nd ed.). England: 2001, P 7-11.

ผลิตภัณฑ์ แนวทางการบริหารจัดการผลผลิต การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล การบริการ และ การขนส่ง

8. บทบาทของผู้สร้างสรรค์สังคม เมื่อธุรกิจได้มีการเติบโตและขยายตัวออกไป นอกจากเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าแล้ว ผู้ประกอบการยังสามารถกระทำเพื่อ รับผิดชอบต่อสังคม โดยไม่ได้ดำเนินธุรกิจแบบมุ่งกำไรเพียงอย่างเดียว หรือทำธุรกิจที่ก่อให้เกิดผลเสีย ต่อผู้บริโภค หรือประชาชน จึงจะได้ชื่อว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณค่าสมควรแก่การยกย่องของสังคม และการสนับสนุนของประชาชนหรือลูกค้าต่อไป

๒.๑.๓ บทบาทของผู้ประกอบการ

เอ็ดมุนด์ วงศาโรจน์^{๑๑} กล่าวว่า บทบาทที่สำคัญของผู้ประกอบการตาม แนวความคิดของนักเศรษฐศาสตร์ คือ การนำสิ่งประดิษฐ์คิดค้นใหม่ๆ มาใช้เป็นประโยชน์และเพิ่ม ประสิทธิภาพในการผลิต

ธีรยุทธ วัฒนศุโข^{๑๒} กล่าวว่า บทบาทที่สำคัญของผู้ประกอบการต้องมี ความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ ที่โดดเด่นเหนือคู่แข่ง อันจะเป็นบ่อเกิดของ ลักษณะสินค้าและ บริการชนิดใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นมาเป็นกิจการ และอุตสาหกรรมชนิดต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคให้มากขึ้น

Longenecker, Moore & Petty^{๑๓} กล่าวว่า บทบาทของผู้ประกอบการ ในกิจการขนาดเล็กเริ่มต้นจากเจ้าของกิจการ นับว่ามีความสำคัญยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ และโอกาสที่กิจการเหล่านี้จะเติบโตกลายเป็นกิจการขนาดใหญ่ ความสำเร็จขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการ เป็นสำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการจะปฏิบัติภารกิจในบทบาทดังต่อไปนี้

1. บทบาทของนักลงทุน เนื่องจากการเริ่มกิจการส่วนมากเกิดจากผู้ประกอบการมี ความมั่นใจในความคิดของตนเอง แต่ไม่มีผู้ร่วมทุนทำให้การลงทุนในกิจการครั้งแรกต้องเป็นเงิน ส่วนตัว ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเป็นผู้ที่กล้าเสี่ยงลงทุน เพื่อลงมือทำประโยชน์ต่อสังคม โดยพิสูจน์ความสามารถให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

2. บทบาทของผู้จัดการ แม้ว่ากิจการที่ตั้งขึ้นจะเป็นเพียงกิจการขนาดเล็กในฐานะผู้ประกอบการจำเป็นต้องประกอบภารกิจในฐานะผู้จัดการเพื่อให้สามารถดำเนินการตามเป้าหมายของกิจการได้จนบรรลุผลสำเร็จ โดยผู้ประกอบการต้องหาความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ในการจัดการและต้องพยายามสร้างสมประสบการณ์ในการจัดการให้มากขึ้นด้วย

^{๑๑} เอ็ดมุนด์ วงศาโรจน์, การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจเบื้องต้น,(กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐกิจศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ,2522),หน้า 45.

^{๑๒} ธีรยุทธ วัฒนศุโข, “Entrepreneurship ว่าจะเป็นฟางเส้นสุดท้ายของระบบเศรษฐกิจไทย.” จุฬาลงกรณ์ปริทัศน์๑๒, (ตุลาคม - ธันวาคม 2542)หน้า 6๕..

^{๑๓} Longenecker, J.G., Moore, C. W. and Petty, J, Small business management- an entrepreneurial emphasis small business management. New York: J.W. South Western. . 1994,23-29.

3. บทบาทของผู้นำ โดยปกติกิจการขนาดเล็กมักจะจ้างบุคคลเข้ามาทำงานตาม ความเหมาะสมขององค์กร ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีบทบาทในการเป็นผู้นำอย่างเด่นชัด โดยต้อง เป็นผู้บุกเบิกริเริ่มงานใหม่ๆ รวมทั้งปรับปรุงประสิทธิภาพงานปัจจุบัน และผลักดันให้เกิดการทำงานเป็น ทีม โดยอาศัยศิลปะในการปกครอง ตลอดจนส่งเสริมขวัญและกำลังใจ อีกทั้งพัฒนาลูกน้องให้เติบโต ก้าวทันเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้วย

4. บทบาทของผู้สร้างสรรค์สังคม เมื่อผู้ประกอบการได้ริเริ่มกิจการเพื่อช่วยเหลือ และทำ ประโยชน์กับสังคมและผู้บริโภคในเชิงเศรษฐศาสตร์แล้ว หากว่ากิจการเติบโตและขยายตัว ออกไป นอกจากเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าแล้ว ผู้ประกอบการยังสามารถกระทำเพื่อ รับผิดชอบต่อสังคมโดยไม่มุ่งดำเนินกิจการแบบมุ่งกำไรเพียงอย่างเดียว หรือทำกิจการที่ก่อให้เกิด ผลเสียต่อผู้บริโภคหรือชุมชน จึงจะได้ชื่อว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณค่าสมควรแก่การยกย่องของ สังคม และการสนับสนุนของประชาชนหรือลูกค้าต่อไป

Kuratio & Hodgetts^{๓๔} กล่าวว่า ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่ริเริ่มกิจการ ขึ้นมาและ ดำเนินงานกิจการขึ้นมาและดำเนินงานกิจการอย่างต่อเนื่องโดยมุ่งที่จะกิจการประสบ ความสำเร็จ และก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป โดยธรรมชาติแล้วผู้ประกอบการกิจการส่วนมากมักจะเริ่มกิจการ ของตนจาก ขนาดเล็กแล้วจึงค่อยๆ เติบโตขึ้นเมื่อการดำเนินงานได้ประสบผลสำเร็จเป็นขั้นๆ ตามลำดับ ขณะเดียวกันผู้ประกอบการในกิจการขนาดเล็กนับได้ว่าเป็นผู้เล็งเห็นถึงโอกาสหรือความ ต้องการที่สามารถจัดตั้งกิจการขึ้นมาให้บริการตอบสนองลูกค้าและสังคมได้ กิจการขนาดเล็ก กลายเป็นกิจการ ที่มีจำนวนมากมาย และมีบทบาทยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจในการสร้างคุณค่าต่างๆ ทั้งภาค การผลิต การ ขยาย และการบริการต่างๆ

๒.๑.๔ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

บรรพต วีระสัย กล่าวว่า ความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจของสังคมจะ มากหรือน้อย สืบเนื่องมาจากแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของประชากร แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ดังกล่าวจะ ก่อให้เกิดสภาพจิตใจใน ลักษณะต่างๆ โดยสภาพจิตใจของผู้ประกอบการนั้น มีลักษณะสรุปได้ดังนี้

1. มีความกล้าเสี่ยงพอสมควร แต่เป็นความกล้าเสี่ยงชนิดที่มีขั้นชั่ง และส่งเสริมให้มี การตัดสินใจได้โดยไม่ลังเล
2. มีความกระตือรือร้นที่จะดำเนินการใดๆ ก็ตามให้เป็นผลสำเร็จ
3. มีความรับผิดชอบและเชื่อมั่นในตนเอง
4. ต้องคำนึงถึงผลการกระทำใดๆ โดยตีค่าออกมาในรูปของเงินตรา
5. คอยหาโอกาส และช่องทางในการประกอบกิจกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ
6. มีความสามารถในการจัดรูปงาน และการวางตัวบุคคลในหน่วยงาน

^{๓๔} Kuralko, D.F. and Hodgetts. R. M., *Entrepreneurship: A contemporary approach* Fort Worth. n.p. , 1998,1-3.

दन्य तेयनपुत्त^{๑๕} กล่าวว่า ปัจจัยที่ใช้ในการประเมินความเป็น ผู้ประกอบการได้ดังนี้

1. ความสามารถทางนวัตกรรม เป็นความสามารถในการแสวงหาช่องทางใหม่ๆ
2. ความสามารถในการจัดการกับสิ่งยุ่งเหยิง เป็นความสามารถในการจัดการกับสิ่งที่ เกิดอย่างไม่คาดฝัน คุณลักษณะนี้จะเกี่ยวพันใกล้ชิดกับกระบวนการเกิดนวัตกรรม นั่นคือ นวัตกรรม จะเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ และผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์สามารถจะจัดการสิ่งต่างๆ ที่อยู่ในสภาพ วุ่นวายยุ่งเหยิงให้เข้ารูปเข้ารอยได้ดี (SID)
3. ความปรารถนาความสำเร็จ เป็นแรงผลักดันให้เกิดการทุ่มเทเพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย
4. ความสามารถวางแผนอย่างสมจริง เป็นแผนงานที่ประกอบไปด้วยเป้าหมายที่ทำ ทาย ขณะเดียวกันก็เป็นเป้าหมายที่สามารถคาดคะเนว่าจะสำเร็จได้ด้วย
5. เป็นผู้นำที่เน้นเป้าหมายจะใช้ความสามารถของตนเองและผู้ใต้บังคับบัญชามุ่ง ไปสู่เป้าหมายหลัก
6. ผู้ประกอบการจะรวบรวมข้อมูลและข้อเท็จจริง รวมทั้งศึกษาและกำหนดแนวทาง ปฏิบัติที่เป็นไปได้
7. มีความรับผิดชอบ ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดเป้าหมาย และตัดสินใจว่าจะใช้ ความสามารถที่มีอยู่ทำงานไปในทิศทางใด
8. สามารถปรับตัวได้ เป็นความสามารถเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ ได้ตามสถานการณ์
9. เป็นนักจัดองค์กรและนักบริการ ผู้ประกอบการจะต้องระบุและจัดกลุ่มพนักงาน ที่ เหมาะสมให้สามารถทำงานประสบความสำเร็จได้ รวมทั้งให้ความสำคัญกับความสามารถของคน และ คัดเลือกคนที่เหมาะสมกับงาน

ถาวร - ธนะเวช ศรีสุขะโต^{๑๖} กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มักจะมี ลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นนักวิเคราะห์โอกาส ชอบค้นคว้าหาความรู้ แสวงหาโอกาสเพื่อไปสู่ ความสำเร็จ มักจะหาหนทางที่ดีกว่าในการทำงานต่างๆ
2. เป็นนักแก้ปัญหา สามารถเข้าถึงปัญหาและแก้ไขด้วยความมั่นใจ คือเข้าใจอย่าง ชัดเจนว่าจะต้องทำอะไรให้สำเร็จ และสามารถแก้ไขปัญหา ได้อย่างรวดเร็ว มักจะมองหาทางเลือก ต่างๆ เพื่อแก้ปัญหา รู้ว่าต้องประเมินทางเลือกอย่างไร เพื่อที่จะแก้ปัญหาได้ง่ายที่สุด
3. เป็นนักคิดที่มีเหตุผล ไม่กลัวที่จะยอมรับว่าตัวเองผิด เมื่อผู้ประกอบการพบวิธี แก้ปัญหาแล้ว ก็นำที่จะนำวิธีแก้ปัญหานั้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิช่วยดู เพื่อหลีกเลี่ยงการตัดสินใจที่ เข้าข้างตัวเอง และยอมรับการปรับปรุงด้วยวิธีที่ดีกว่า

^{๑๕} ดนัย เทียนพุด, ๑๑๐ ไอเดีย จาก ๔๐ ยอดนักบริหารชั้นนำของเมืองไทย, (กรุงเทพมหานคร: ดอก หญ้า, 2532), หน้า ๖๗-๖๘.

^{๑๖} ถาวร - ธนะเวช ศรีสุขะโต, **เคล็ดลับการทำธุรกิจ SMEs**, (กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์, 2543), หน้า 25.

4. เป็นนักบริการตามวัตถุประสงค์เข้าใจงานที่ละเอียดแต่ละงานที่จะต้องเสร็จ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งจะต้องมีการวางแผน การตัดสินใจทางกลยุทธ์ มักจะสรรหาทางที่ดีที่สุด อยู่ตลอดเวลาเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย :

5. เป็นพนักงาน ชอบทำกิจกรรมและต้องทำให้สำเร็จ เวลาส่วนตัวจะเป็นเวลา ทำงานไปด้วย และจะทำทุกอย่างที่ทำได้

6. เป็นนักควบคุม ผู้ประกอบการชอบที่จะควบคุมงานและควบคุมตัวเอง ได้รู้ว่า ตัวเองกำลังทำอะไรอยู่ สามารถทำงานทำงานคนเดียวได้ มีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ และ สำหรับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเหล่านั้น คือผู้ประกอบการที่ขาดประสบการณ์ด้านการ บริหารวางแผนทางการเงินผิดพลาด วิเคราะห์ทำเลที่ตั้งผิด ควบคุมกิจการไม่ได้ ค่าใช้จ่ายสูง บริหารประสิทธิภาพ ไม่ทุ่มเท และขยายกิจการเกินตัว

दनय तेयनपुठ^{๑๗} กล่าวว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจหรือ ความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ ความสามารถหลักของธุรกิจ (Core Competencies) ซึ่งเป็นคำที่ใช้อธิบายถึงสิ่งสำคัญที่มีผลกระทบทางทฤษฎีและการปฏิบัติการทางกลยุทธ์ธุรกิจ โดยอ้างอิงถึง สิ่ง ที่ รวมกันของทักษะและเทคโนโลยี ซึ่งทำให้บริษัทสามารถผลิตบางสิ่งบางอย่างที่มีคุณค่าสำหรับลูกค้า และดำเนินไปอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาทั้งยังใช้เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในตลาดการแข่งขัน และควร คิดใหม่เกี่ยวกับกลยุทธ์ในเทอมของความสามารถมากกว่าหน่วยกลยุทธ์ธุรกิจ

Papanek^{๑๘} กล่าวว่า บุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการที่ดี จำเป็นต้องมี ทักษะพิเศษ และมีคุณสมบัติบางอย่างที่ต่างจากบุคคลทั่วไป เช่น มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงกว่าบุคคล ทั่วไป มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง และมีความเชื่อมั่นในความสามารถ ของตนเองมากกว่าผู้ที่ไม่ได้ประกอบกิจการ เช่น กลุ่มข้าราชการ

Rissal ^{๑๙} กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการในประเทศอินโดนีเซีย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์อย่างละเอียดกับผู้ประกอบการ 27 คนในกิจการประเภทต่างๆ และใช้วิธีการ วิเคราะห์เชิงคุณภาพ และพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ใช้เป็นกรอบการอ้างอิงในการ ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัว ได้แก่สภาพแวดล้อม แรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์ ความคิดริเริ่ม ทักษะและ ความรู้ด้านเทคโนโลยีต่างๆ ทักษะในการบริหารองค์กร และความพากเพียร (ขยัน) นอกจากนั้นยัง พบว่าพื้นฐานทางการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่เกื้อหนุนการเป็นผู้ประกอบการ

^{๑๗} ดนัย เทียนพุฒ, ๑๑๐ ไอเดีย จาก ๘๐ ยอดนักบริหารชั้นนำของเมืองไทย, (กรุงเทพมหานคร: ดอกหญ้า, 2532), หน้า 105-106.

^{๑๘} Papanek, G.G. ,The development of entrepreneurship, entrepreneurship and economic Development. New York: The Free Press, 1991, P 317.

^{๑๙} Rissal, R., A study of the characteristics of entrepreneurs in Indonesia. Indonesia: George Washington University. , 1992, P 15-16.

Hamel & Prahalad (อ้างถึงใน ดนัย เทียนพุด) ^{๒๐} กล่าวว่า ความสามารถหลักของธุรกิจ เป็นสิ่งที่รวมกันของทักษะและเทคโนโลยีมากกว่าทักษะหรือ เทคโนโลยีเดียวๆ และความสามารถหลักของธุรกิจจะเป็นดังนี้ (6)

1. เป็นสิ่งที่แทนผลรวมการเรียนรู้ การข้ามชุดทักษะของแต่ละบุคคลและแต่ละหน่วย ของบุคคลในองค์กร
2. เป็นสิ่งที่ไม่เหมือนความรู้ที่มีอยู่เป็นประจำอย่างครบถ้วนในแต่ละบุคคลหรือทีม เล็กๆ
3. เป็นประตูไปสู่โอกาสในอนาคต
4. เป็นชุดของทักษะและเทคโนโลยีที่ทำให้บริษัทสามารถกำหนดประโยชน์ที่เจาะจง โดยเฉพาะต่อลูกค้า
5. การแข่งขันด้านความสามารถไม่ใช่ระหว่างผลิตภัณฑ์กับผลิตภัณฑ์หรือ แม้กระทั่งธุรกิจกับธุรกิจ แต่เป็นบริษัทกับบริษัท
6. ความสามารถหลักของธุรกิจเป็นรากแก้วของการแข่งขัน โดยที่ผลิตภัณฑ์และ บริการคือผลผลิต

ปัจจัยที่ชี้ถึงสิ่งที่เป็นความสามารถหลักของธุรกิจ จะต้องผ่านเกณฑ์ 3 อย่างต่อไปนี้ คือ ขยาย

1. คุณค่าต่อลูกค้า คือ เสนอสิ่งที่สร้างประโยชน์ให้ลูกค้าอย่างแท้จริง อธิบายว่า เป็นทักษะที่สามารถทำให้ธุรกิจส่งมอบประโยชน์พื้นฐานต่อลูกค้า
2. ความแตกต่างจากคู่แข่ง ความสามารถหลักของธุรกิจจะต้องแตกต่างในการ แข่งขันหรือเลียนแบบได้ยาก ระดับความสามารถหลักของบริษัทเป็นที่ยั่งยืนที่สุดเหนือธุรกิจอื่น คือ มีความแตกต่างระหว่างความสามารถที่จำเป็นและความสามารถที่แตกต่าง สิ่งจำเป็น คู่แข่งมีอยู่ หรืออาจเลียนแบบได้ง่าย แต่ถ้าเป็นความสามารถหลักจะไม่ใช้สิ่งที่มีอยู่ภายในอุตสาหกรรม
3. พัฒนาเพิ่มได้ ความสามารถหลักของธุรกิจจะเป็นความสามารถที่แท้จริง เพื่อ สร้างให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด ถ้าจะประเมินว่าความสามารถใดสามารถพัฒนาเพิ่มได้ ให้พิจารณาจากการที่ผู้บริหารระดับสูงต้องทำงานหนัก เพื่อหนีไปจากมุมมองที่เน้นผลิตภัณฑ์ใน สมรรถภาพของธุรกิจ

Karatko & Hodgetts ^{๒๑} กล่าวว่า ผู้ประกอบการกิจการขนาดย่อม มีบทบาทในการดำเนินงานต่างจากผู้บริหารกิจการขนาดใหญ่ คือ ผู้ประกอบกิจการขนาดย่อมส่วนใหญ่ รับผิดชอบงานหลายด้านไม่ว่าจะเป็นด้านบริหาร ด้านวางแผนดำเนินงาน ด้านแสวงหาและติดต่อ ลูกค้า ด้านการจัดหาวัตถุดิบ จัดสรรทรัพยากรและควบคุมการผลิต ตลอดจนร่วมกิจกรรมด้านการ ขายและการประชาสัมพันธ์ฯ ผู้ประกอบการองค์กรขนาดย่อม จึงจำเป็นต้องมีความชำนาญในการปฏิบัติงานเกือบทุกหน้าที่เพื่อความสำเร็จและความอยู่รอดขององค์กร ขณะที่กิจการขนาดใหญ่มีการ

^{๒๐} ดนัย เทียนพุด, ๑๑๐ ไอเดีย จาก ๘๐ ยอดนักบริหารชั้นนำของเมืองไทย, (กรุงเทพมหานคร: ดอกหญ้า, 2532), หน้า 10๖-1๑๑.

^{๒๑} Kuralko, D.F. and Hodgetts. R. M. , *Entrepreneurship: A contemporary approach* Fort Worth. n.p. 1998 ,P6.

แบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบและกระจายให้แก่ฝ่ายหรือแผนกต่างๆ แม้ว่าผู้บริหารบางแผนกจะขาดความสามารถก็ไม่กระทบความสำเร็จขององค์กรมากเท่ากับการที่ผู้บริหารของกิจการขนาดย่อมไม่มีทักษะหรือขาดความสามารถในการจัดการ กิจการขนาดย่อมจำนวนมากต้องปิดกิจการเนื่องจากประสบความล้มเหลวในการดำเนินงานและร้อยละ 88 ของความล้มเหลวของกิจการขนาดย่อมเกิดจากผู้ประกอบการขาดทักษะในการบริหารการเป็นผู้นำและมุมมองทางกิจการ

๒.๑.๕ ศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (Personal Entrepreneurial Characteristics; PECs)

ออร์พิน สันติธีรกุล^{๒๒}กล่าวว่า ศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จประกอบด้วย

1. ศักยภาพแห่งความสำเร็จ (Achievement Competencies)

1.1 การแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking) คือการกระตือรือร้นในการ แสวงหาความรู้ใหม่ๆ หรือประยุกต์ใช้ประสบการณ์ที่ผ่านมา เพื่อสร้างสรรค์หาโอกาสใหม่ๆ

1.2 ความมุ่งมั่น (Persistence) คือ ความมุ่งมั่นที่จะใช้สติปัญญา ความสามารถ ที่ตนเองมีอยู่ ในการทำงานมากกว่าคนอื่นก็ตาม

1.3 ความมีพันธะต่องาน ความผูกพัน ความรับผิดชอบในงาน (Commitment to Work Contact) คือการที่ผู้ประกอบการได้ตั้งเป้าหมายแล้ว จะนิยามภาพถึงความรู้สึกที่จะ เกิดขึ้นเมื่อเขาประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวและจะแสวงหาความต้องการประสบความสำเร็จแก่ ตนเองและแก่บุคคลอื่นที่อยู่รอบตัว ความรู้สึกผูกพันต่อเป้าหมายนี้จะทำให้ผู้ประกอบการทุ่มเท ทำงานอย่างเต็มกำลัง เพิ่มความสามารถรับผิดชอบต่องานที่ทำอย่างเต็มที่ แม้จะเผชิญกับอุปสรรคที่ อาจขัดขวางการดำเนินงาน

1.4 ความต้องการไฝหาทางด้านคุณภาพ และประสิทธิภาพ (Demand for Quality and Efficiency) คือ การทำงานอย่างกระตือรือร้น มีชีวิตชีวา มองเหตุการณ์ต่างๆเป็น โอกาสที่จะได้เรียนรู้ อดีตเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ สรรพหาวิธีการใหม่ๆมาแก้ไขปัญหามา ไม่ยึดติดกับแผนงานที่วางไว้หากไม่สามารถปฏิบัติได้ แต่ยอมเปลี่ยนแปลงแผนงานให้เป็นตามสถานการณ์ รับฟัง ข้อเสนอแนะคำวิจารณ์ต่างๆ เพื่อนำมาปรับปรุงการทำงานให้เป็นไปตามแนวทางที่วางไว้

1.5 ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) คือ ผู้ประกอบการมักจะชอบทำงานท้าทาย ไม่มีความภูมิใจกับงานที่ง่ายและหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไป โดยผู้ประกอบการจะชอบงาน ที่มีความเสี่ยงปานกลางที่อาจประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวก็ได้ แต่ประเมินแล้วว่ามีโอกาสทำให้ ประสบผลสำเร็จได้

2. ศักยภาพแห่งการวางแผน (Planning Competencies)

^{๒๒} ออร์พิน สันติธีรกุล, คู่มือมาตรฐานการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs: การพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการ, (เชียงใหม่ ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ,2543), 153.

2.1 การตั้งเป้าหมาย (Goal Setting) คือ การที่ผู้ประกอบการมีเป้าหมาย สอดคล้องกับความสนใจสิ่งที่ตนเองถนัด และเป้าหมายนั้นผู้ประกอบการได้ประเมินตนเองแล้วว่า ใกล้เคียงความเป็นจริง และมีความสามารถที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในงานนั้นๆได้

2.2 การวางแผน ติดตาม ประเมินอย่างมีระบบ (Systematic Planning and Monitoring) คือ คิดวางแผนและวางกลยุทธ์ไว้ล่วงหน้า รวมถึงการใช้หลักบริหารงานอย่างเป็นระบบ เพื่อวิเคราะห์ปัญหาหรืออุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงาน และนำมาประเมินเพื่อคิดหาแนวทางแก้ไขปัญหาหรืออุปสรรคนั้น

2.3 การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ การค้นหาและแสวงหา ข้อมูลอื่นๆ เช่น ข้อมูลทั่วไปด้านเศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย หรืออื่นๆ รวมถึงการแสวงหาความรู้ จากบุคคลอื่นๆ จากการอบรมสัมมนา การปรึกษาแนะนำจากผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญ เพื่อช่วยให้สามารถ วิเคราะห์สถานการณ์ได้ถูกต้อง

๓. ศักยภาพแห่งอำนาจ (Power Competencies)

๓.๑ การชักชวน การมีเครือข่าย (Persuasion Networking) คือ ความสามารถที่จะชักจูง โน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้เข้ามาช่วยเหลือร่วมมือด้วยดี รู้จักใช้ความสามารถในการบริหารงาน สร้างทัศนคติ แรงจูงใจต่อผู้ร่วมงานให้สามารถเข้าใจการดำเนินงานและเต็มใจ ปฏิบัติงานตามที่วางแผนไว้ นอกจากนี้ยังมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจแบบสร้างพันธมิตรและพึ่งพากันเพื่อให้ธุรกิจด้วยกันทั้งกลุ่ม

๓.๒ ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self Confidence) คือ เป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระและพึ่งตนเอง ตั้งใจเด็ดเดี่ยว เข้มแข็ง มีลักษณะเป็นผู้นำ

จะรู้ได้อย่างไรว่าเราเหมาะทำธุรกิจสตาร์ทอัพ

ก่อนที่จะก้าวไปสู่การทำธุรกิจ สตาร์ทอัพในบทต่อไป สิ่งสำคัญอีกสิ่ง หนึ่งสำหรับผู้สนใจอยากทำธุรกิจ คือ การ เช็คว่าความพร้อมว่าเราเหมาะกับการทำธุรกิจ สตาร์ทอัพหรือไม่ ซึ่งหากเคยได้ยินมาว่า ใครก็สามารถเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพได้ ขอ แคมีไอเดีย และมี Passion อย่างแรงกล้า ในการที่จะแก้ปัญหาให้กับผู้คน และตั้งใจ ทำมันอย่างจริงจัง เท่านั้นก็จะประสบความสำเร็จ ข้อความนี้อาจจะเป็นจริงแค่บางส่วน การจะสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพนั้น จะต้องมีส่วนประกอบหลายอย่าง และกว่าจะมาเป็น สตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จจะต้อง ฝ่าฟันกับอุปสรรคมากมาย ทั้งเรื่องทีมงาน เงินทุน ลูกค้า คู่แข่ง ตลอดจนการตัดสินใจต่างๆ ที่มีผลต่อบริษัท รวมถึงมีความกดดัน ในภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบต่อ บริษัท นักลงทุน ลูกค้า และพนักงาน ซึ่งสิ่ง ต่างๆ เหล่านี้ผู้ประกอบการ จะต้องแก้ ปัญหา และผ่านไปได้ ทำให้อาจจะไม่ใช่ ทุกคนที่เหมาะสมกับการเป็นสตาร์ทอัพ

เพราะฉะนั้นเราต้องถามตัวเองว่ามี ความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพหรือไม่ หากยังไม่แน่ใจอาจลองตรวจสอบตนเอง จากคุณสมบัติเบื้องต้นของผู้ประกอบการ หรือ Startup Checklist กันก่อน

๒.๒)แนวคิดเกี่ยวกับการธุรกิจ Startup

๒.๒.๑)ความหมายของธุรกิจ Startup

ธุรกิจสตาร์ทอัพคืออะไร^{๒๓}

คงได้ยินกันมาสักพักแล้วสำหรับคำว่า "Startup" หรือเรียกทับศัพท์ว่า "สตาร์ทอัพ" แต่หลายคนคงยังมีความสงสัยว่าคืออะไร ใช้ธุรกิจเกิดใหม่ทั่วไป เหมือนๆ กับ SMEs หรือเปล่าจริงๆ แล้ว ธุรกิจสตาร์ทอัพ ได้มีคนให้ความหมายไว้ค่อนข้างหลากหลาย แต่สรุปได้คล้ายๆ กันคือ เป็นกิจการที่เริ่มต้นธุรกิจจากจุดเล็กๆ สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด ออกแบบให้ธุรกิจมีการทำซ้ำได้โดยง่าย (Repeatable*) และขยายกิจการ ได้ง่าย (Scalable*) มีการนำเทคโนโลยี และ/หรือ นวัตกรรมมาใช้เป็นหัวใจหลัก ในการสร้างธุรกิจ มักเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นจากไอเดียเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน หรือเห็นโอกาสทางธุรกิจที่ยังไม่มีใครเคยคิดหรือทำมาก่อน"

ความหมาย Startup

Startup คือ การที่เรามองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับคนส่วนมากแล้วสร้างโมเดลธุรกิจเพื่อมาแก้ไข ปัญหาโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยวิธีการที่แตกต่างจากเดิม และธุรกิจนี้ต้องทำซ้ำได้ (Repeatable)และขยายตัว (Scalable) หรือเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยไม่ต้องใช้ต้นทุนในการขยายกิจการจำนวนมาก ดังเช่น Steve Blank ผู้ได้ชื่อว่าเป็นบิดาแห่ง Startup ให้คำนิยาม startup ไว้ว่า “a startup is an Organization formed to search for a repeatable and scalable business model” แปลได้ว่า “Startup คือกิจการที่ตั้งขึ้นเพื่อค้นหาโมเดลธุรกิจ (Business model) ที่ทำซ้ำได้ (Repeatable) และ ขยายตัวได้ (Scalable)” และโมเดลธุรกิจนั้นสามารถสร้างกำไรได้เรื่อยๆ เพิ่มผู้ใช้ได้เรื่อยๆ และสามารถ เติบโตขึ้นได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาอันสั้นและกลายเป็นบริษัทขนาดใหญ่ขึ้นเอง ^{๒๔}

Startup คือ ธุรกิจขนาดเล็กที่เกิดขึ้นใหม่ หากมองภาพรวมแล้วจะมีโมเดลคล้ายกับ SME แต่จะแตกต่างกันที่ธุรกิจ Startup จะมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยการขาย ‘ไอเดีย’ ส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับ IT, Gadget, หรือ Application ชนิดต่าง ๆ ที่จะมาแก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมาย ให้นำลงทุนที่มีความเห็น หรือความเชื่อตรงกัน นำเงินมาลงทุนในธุรกิจนั้น ๆ เพื่อให้สิ่ง ๆ นั้นเป็นจริงขึ้นมา^{๒๕}

ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) คือรากฐานเศรษฐกิจใหม่แห่งอนาคตของประเทศไทยซึ่งเป็น ที่จับตามองจากทุกภาคส่วน เนื่องจากเริ่มต้นได้ง่าย ต้นทุนเริ่มต้นไม่สูง มีการนำเทคโนโลยี และ/หรือ นวัตกรรมมาใช้เป็นหัวใจหลักในการสร้างธุรกิจ ตลอดจนยังถูกออกแบบมาให้สามารถ ทำซ้ำและ

^{๒๓} ญฤทธิ วรพงษ์ดี, Set Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ, (กรุงเทพมหานคร, ๒๕๖๐), หน้า ๖.

^{๒๔} โครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ (มศก.), Startup คืออะไร. ?,(ออนไลน์),แหล่งที่มา: <http://www.startup.su.ac.th/?p=84>, (๒ มีนาคม ๒๕๖๓).

^{๒๕} ญฤทธิ วรพงษ์ดี , SET Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ , พิมพ์ครั้งที่ ๒ , (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กรุงเทพมหานคร , ๒๕๖๑).

ขยายตัวได้อย่างไม่มีขีดจำกัด จึงทำให้มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสูงและเป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ธุรกิจสตาร์ทอัพยังมุ่งเน้นที่จะแก้ไขปัญหาต่างๆ ด้วย การสร้างผลิตภัณฑ์/บริการที่สามารถตอบโจทย์ดังกล่าวและส่งผ่าน “คุณค่า” ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ประกอบกับการมีโมเดลทางธุรกิจ และการดำเนินงานที่สามารถทำซ้ำด้วย ต้นทุนที่ไม่สูง รวมถึงความสามารถในการขยายตลาดได้รวดเร็วในวงกว้าง จึงทำให้ธุรกิจ สตาร์ทอัพสามารถแก้ไขปัญหาที่ระบบหรือรูปแบบของธุรกิจดั้งเดิมไม่สามารถส่งผ่าน “คุณค่า” ที่แท้จริงให้กับผู้ใช้ได้ โดยการทำให้คุณภาพชีวิตของผู้ใช้ดีขึ้น เช่น บริการที่รวดเร็วขึ้น และ/ หรือ มีราคาถูกลง

ปัจจุบันธุรกิจสตาร์ทอัพมีโอกาสที่จะปฏิวัติอุตสาหกรรมต่างๆ และเจาะตลาด หรือ ครอบครองตลาดเดิมของธุรกิจรูปแบบเก่า ยกตัวอย่างเช่น ปัญหาแท็กซี่ไม่ยอมรับผู้โดยสาร ของคนไทย ทั้งๆ ที่ปัญหานี้เป็นปัญหาเรื้อรังมานาน ซึ่งถือเป็นโอกาสทางธุรกิจของคนไทย แต่ กลับเป็นเทคสตาร์ทอัพ (Startup) ชื่อ Grab Taxi ที่ก่อตั้งโดยชาวมาเลเซีย เข้ามาทำตลาด สร้างธุรกิจจากแอปพลิเคชันการเรียกแท็กซี่และประสบความสำเร็จ โดยมีส่วนแบ่งการตลาด เป็นอันดับ 1 ซึ่งทุกๆ 5 วินาที จะมีการเรียกแท็กซี่ผ่าน Grab Taxi และในปัจจุบัน Grab Taxi มี มูลค่าประเมินแตะ 2 พันล้านเหรียญสหรัฐภายในระยะเวลาเพียง 14 เดือน

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้รัฐบาลของหลายประเทศให้ความสำคัญกับสตาร์ทอัพ และมีนโยบายสร้างระบบนิเวศน์ (Ecosystem) เพื่อช่วยให้สตาร์ทอัพ โดยเฉพาะเทคสตาร์ทอัพ เกิดขึ้นมาทดแทนธุรกิจรูปแบบเดิมๆ ด้วยธุรกิจใหม่ที่เป็นของประเทศตนเอง และสามารถ ขยายไปยังตลาดในประเทศอื่นๆ ดังนั้นเพื่อเพิ่มโอกาสให้สตาร์ทอัพสามารถสร้างธุรกิจให้ ประสบความสำเร็จ รัฐบาลของหลายประเทศจึงได้ออกมาตรการสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ

ดังนั้น สมาคมการค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ (Thailand Startup Association) จึงคาดหวังว่า ประเทศไทยจะมีสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จและเป็นตัว ขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจใหม่ของประเทศไทย และร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจรูปแบบเดิมในประเทศ เพื่อก้าวสู่ ยุคของเศรษฐกิจใหม่ด้วยกัน

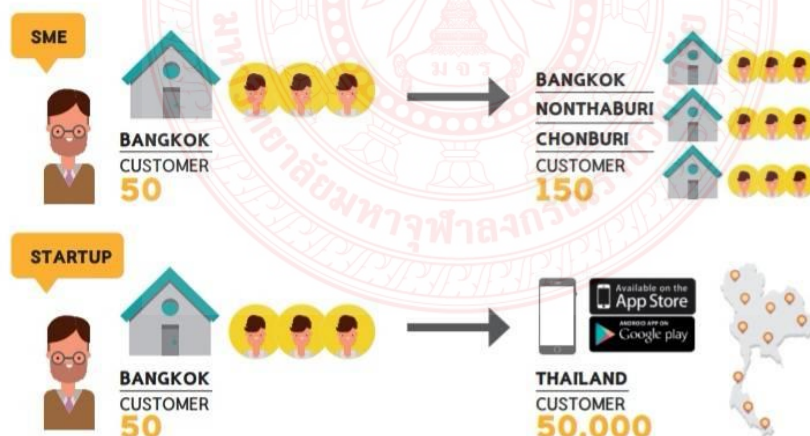
๒.๒.๒) ความแตกต่างระหว่าง Startup กับ SMEs

ดังที่ทราบกันทั่วไปว่า ธุรกิจ SMEs (Small and Medium Enterprise) หมายถึง วิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใช้เกณฑ์วัดจากจำนวนของพนักงาน และมูลค่าสินทรัพย์ที่ใช้ดำเนินกิจการ วิสาหกิจขนาดย่อมกำหนดให้มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน มูลค่าของ สินทรัพย์ ไม่เกิน 50 ล้านบาท ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางจ้างงานได้ 50 - 200 คน มูลค่าสินทรัพย์อยู่ที่ 50 - 200 ล้านบาท^{๒๖} โดยธุรกิจ SMEs จะทำธุรกิจที่มีคนเคยทำอยู่แล้ว จะใช้เงิน ลงทุนเป็นของตัวเองหรืออาจกู้ยืมมา โดยจะมีอิสระในการบริหารงาน การจัดการทุกอย่างกับธุรกิจของตน หากต้องการขยายกิจการหรือเปิดสาขาใหม่ที่ต้องใช้เงินลงทุนและกำลังคนเพิ่ม ซึ่งการบริหารจัดการธุรกิจ ใน สาขาใหม่อาจจะไม่เหมือนกับสาขาแรกที่เปิดจึงทำให้การที่จะขยาย

^{๒๖} วาสนา ปิยะบรรณันท์, SME - Startup ความเหมือนที่แตกต่าง ?, (ออนไลน์), แหล่งที่มา: <https://news.voicetv.co.th/business/358683.html>, (๒ มีนาคม ๒๕๖๓).

กิจการให้เติบโตเป็นไปได้อย่างช้าๆ ซึ่ง ธุรกิจ Startup จะไม่เป็นเช่นนั้น การขยายกิจการของธุรกิจ Startup จะไม่ต้องใช้เงินลงทุนเพิ่ม หรือเพิ่มกำลังคน แต่จะสำคัญที่การคิดสร้างสรรค์แนวความคิดใหม่ๆ ตอนเริ่มต้น จะต้องตรงกับปัญหาหรือความต้องการของผู้คนส่วนมาก แล้วโมเดลธุรกิจนั้นจะต้องทำซ้ำได้ (Repeatable) และขยายตัว (Scalable) หรือ เติบโตแบบก้าวกระโดด โดยไม่ต้องใช้ต้นทุนในการขยายกิจการจำนวนมากเพื่อให้ธุรกิจของตนนั้นเติบโต แบบรวดเร็ว ดังที่กล่าวมาแล้วในหัวข้อความหมายของธุรกิจ Startup โดย Startup จะไม่ได้ใช้เงินลงทุนของตัวเอง แต่จะคิดสร้างสรรค์แนวความคิดใหม่ๆ ที่แตกต่างจากคนอื่นแบบที่ไม่เคยมีใครเคยทำมาก่อน ออกแบบโมเดลธุรกิจที่ดีเพื่อไปเสนอให้กับนักลงทุนเพื่อที่จะขอเงินมาลงทุนในธุรกิจของตน แล้วตกลงแบ่งหุ้นส่วนกัน กับนักลงทุนทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและเห็นพ้องกันของทั้งสองฝ่าย ดังนั้นจะกล่าวได้ว่าธุรกิจ Startup เป็นธุรกิจที่ใช้เวลาในการเติบโตระยะสั้นกว่าเมื่อเทียบกับ SMEs หรือบริษัททั่วไป ในการที่ธุรกิจ SMEs จะ ประสบความสำเร็จในระดับพันล้านหมื่นล้านต้องใช้เวลานานหลายสิบปีหรืออาจเป็นชั่วอายุคน แต่ Startup สามารถเติบโตแบบรวดเร็วดังที่กล่าวมาข้างต้นได้ในระยะเวลาไม่ถึง 10 ปี หรือ 20 ปี

เพื่อให้เห็นความแตกต่างชัดเจนขึ้นระหว่าง SMEs และสตาร์ทอัพ อาจยกตัวอย่างได้ดังนี้ กรณีธุรกิจให้บริการรับดูแลเด็กและผู้สูงอายุ ถ้าเป็นการทำธุรกิจแบบ SMEs เมื่อกิจการพอมีเงินทุนและต้องการ เติบโตขยายธุรกิจ ก็จะต้องมองหาทำเลเพื่อขยายสาขาเพิ่มขึ้นลงทุนจ้าง คนเพิ่ม ซึ่งถือว่าการเติบโตตามจำนวนเงินลงทุน



แต่ถ้าเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพ จะมีการปรับรูปแบบธุรกิจใหม่ โดยการนำเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ตมาช่วย มีการสร้างเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันขึ้นมา ให้คนที่สนใจ อยากทำงานเป็นผู้ดูแลเด็กและผู้สูงอายุมาสมัคร ทั้งข้อมูลไว้ให้คนที่ต้องการเข้ามาเลือก มีระบบกรองหาคนที่อยู่ใกล้ๆ ตำแหน่งของลูกค้า บอกช่วงเวลาว่างรับงาน ข้อมูลประวัติ และรีวิวผลงานที่ถูกค่าทำนอื่นพิศแบคไว้ตลอดจนสามารถจองเวลาและชำระเงิน ผ่านบัตรเครดิตได้ทันที โดยเจ้าของธุรกิจสตาร์ทอัพจะได้รายได้มาจากค่าธรรมเนียมการ ใช้บริการ ซึ่งถือเป็นการลงทุนเพียงแค่พัฒนาเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ที่ใช้เงินลงทุนไม่ มากนักแต่สามารถขยายกิจการได้ครอบคลุมกว่าธุรกิจแบบ SMEs

แต่ถ้าเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพ จะมีการปรับรูปแบบธุรกิจใหม่ โดยการนำเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ตมาช่วย มีการสร้างเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันขึ้นมา ให้คนที่สนใจ อยากทำงานเป็นผู้ดูแล

เด็กและผู้สูงอายุมาสมัคร ทั้งข้อมูลไว้ให้คนที่ต้องการเข้ามาเลือก มีระบบกรองหาคนที่อยู่ใกล้ๆ ตำแหน่งของลูกค้า บอกช่วงเวลาว่างรับงาน ข้อมูลประวัติ และรีวิวผลงานที่ลูกค้าท่านอื่นโพสต์แบไว้ตลอดจนสามารถจองเวลาและชำระเงิน ผ่านบัตรเครดิตได้ทันที โดยเจ้าของธุรกิจสตาร์ทอัพจะได้รายได้มาจากค่าธรรมเนียมการใช้บริการ ซึ่งถือเป็นการลงทุนเพียงแค่พัฒนาเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ที่ใช้เงินลงทุนไม่มากนักแต่สามารถขยายกิจการได้ครอบคลุมกว่าธุรกิจแบบ SMEs

จะเห็นได้ว่า ข้อได้เปรียบของการทำธุรกิจแบบสตาร์ทอัพคือ สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วเข้าถึงลูกค้าได้อย่างครอบคลุมไม่ติดข้อจำกัดในเรื่องการเพิ่มบุคลากรการหาสถานที่หรือทำเลในการขยายกิจการเริ่มต้นธุรกิจด้วยเงินทุนที่ไม่สูงมากนัก จึง ทำให้สตาร์ทอัพเป็นสิ่งที่เข้ากับกระแสของ คนในยุคนี้ ที่อยากเป็นผู้ประกอบการมากกว่าการทำงานเป็นลูกจ้างในองค์กร อยากเป็น เจ้านายตัวเอง อยากมีอิสระในการทำงานดังนั้นหลาย ๆ คนจึงคิดที่จะเข้ามาลุยทำธุรกิจสตาร์ทอัพกันตั้งแต่ยังเรียนไม่จบด้วยซ้ำ

ดังนั้นทุกสตาร์ทอัพ เป็น SMEs แต่ทุก SMEs อาจไม่ใช่สตาร์ทอัพเนื่องจากลักษณะและวิธีการดำเนินธุรกิจ การหาแหล่งเงินทุนและการวางกลยุทธ์ในการเติบโตแตกต่างกัน

๒.๒.๓) สตาร์ทอัพต่างแดน^{๒๗}

แต่ก่อนสตาร์ทอัพ เป็นคำที่นิยมใช้ เรียกบริษัทเกิดใหม่ ซึ่งเป็นบริษัทด้าน เทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใน Silicon Valley สหรัฐอเมริกา และต่อมาก็ใช้เรียกกันไปทั่วโลก โดยบริษัทยักษ์ใหญ่ที่เคยเป็นสตาร์ทอัพ กันมาแล้วนั้น ก็มี Google, PayPal, Twitter และ Facebook ที่ถือว่าเป็นบริษัทสตาร์ทอัพ ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว จากการเริ่มต้นก่อตั้ง ในปี 2004 เพียงแค่ 3 ปีก็สามารถสร้างมูลค่าธุรกิจได้มากถึง 5 แสนล้านบาท (\$15 Bilion) ในปัจจุบัน Facebook จดทะเบียนใน ตลาดหลักทรัพย์ Nasdaq แต่ก็ยังเติบโตต่อ เนื่องถึงปัจจุบัน (DEC 2016) มีคนใช้ เฟสบุ๊กมากกว่า 1 พันล้านคน มีมูลค่าธุรกิจ สูงถึง 12 ล้านล้านบาท (\$340 Billion) มูลค่า สูงเกือบจะเทียบเท่าหุ้นทุกตัวในตลาดหุ้น ไทยรวมกันซะอีก (มูลค่าตลาดหุ้นไทย 13.5 ล้านล้านบาท) ทั้งที่ธุรกิจเป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีรายได้หลักมา จากค่าโฆษณาเท่านั้น

^{๒๗} ญฤทธิ์ วรพงษ์ดี, Set Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ, (กรุงเทพมหานคร, ๒๕๖๐), หน้า ๙.



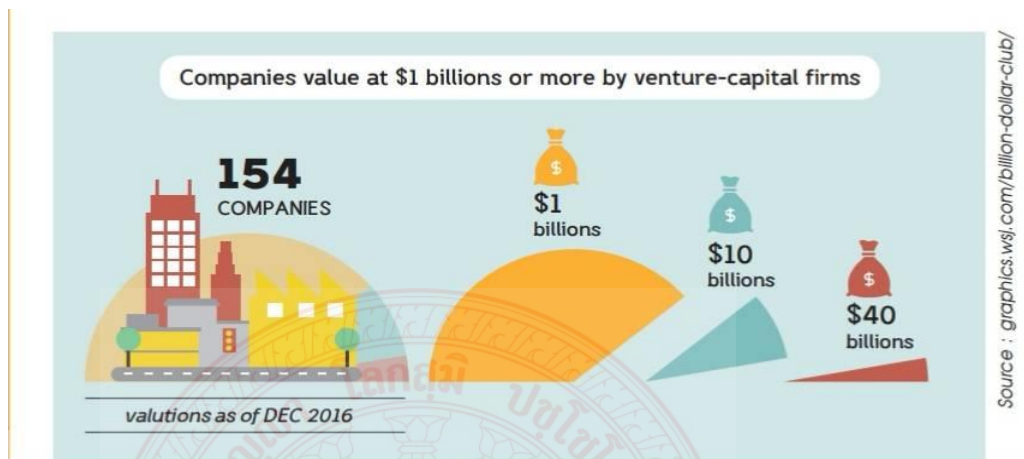
อีกบริษัทคือ Airbnb ก็เป็นบริษัทสตาร์ทอัพ ใน Silicon Valley ที่ใช้แนวคิด Sharing Economy มาสร้างแพลตฟอร์มให้คนที่บ้านพัก หรือห้องพักที่ว่างไม่มีคนอยู่มาลง ให้เช่าสำหรับนักเดินทาง หรือใครที่ต้องการหาที่พักราคาถูก และได้ประสบการณ์ ใหม่ที่แตกต่างจากการนอนโรงแรม ซึ่งบริษัทนี้ก่อตั้งในปี 2008 ปัจจุบันขยายไป 190 ประเทศ มีที่พักในระบบกว่า 2 ล้านห้อง และมีผู้เข้าพักกว่า 60 ล้านคน ทำให้บริษัทมีมูลค่า ธุรกิจสูงกว่า 1 ล้านล้านบาท (530 Billion)



Grab Taxi หรือ Grab สตาร์ทอัพสัญชาติเอเชีย (เริ่มต้นประเทศแรกที่มาเลเซีย) เกิดขึ้นจากการเห็นปัญหาของการเรียกแท็กซี่ จึงสร้างแอปพลิเคชันขึ้นมาให้ลูกค้าเรียก แท็กซี่ผ่านแอปฯ โดยก่อตั้งเมื่อปี 2012 ปัจจุบันมีคนใช้บริการกว่า 10 ล้านคน ครอบคลุม 6 ประเทศ และเพียงแค่ 4 ปี ก็มียุทธศาสตร์สูงถึงแสนล้านบาท (\$3 Billion)



และตัวอย่างบริษัทอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งหากอยากรู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพอื่นๆ สามารถ เข้าไปดูในเว็บไซต์ The Billion Dollar Startup Club จะมีข้อมูลบริษัทสตาร์ทอัพทั่วโลก ที่มีมูลค่าบริษัทสูงกว่า 1 Billion Dollar แสดงผลเรียงลำดับตามมูลค่าธุรกิจ และบอก รายละเอียดสำคัญๆ เช่นลักษณะธุรกิจ ผู้ก่อตั้ง ปีที่ก่อตั้ง จำนวนเงินที่ระดมทุนได้ รวมถึง ผู้ลงทุน และธุรกิจคู่แข่งที่มีลักษณะธุรกิจคล้ายๆกัน



บริษัทสตาร์ทอัพ ที่มีมูลค่าสูงกว่า 1 Billion Dollar โดยที่ยังไม่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จะเรียกบริษัท เหล่านี้ว่ายูนิคอร์น หรือถ้ามีเขาในตำนาน (Unicorn)

๒.๒.๔)สตาร์ทอัพไทย^{๒๘}

สำหรับในประเทศไทยเอง แม้จะยังไม่มีบริษัทสตาร์ทอัพที่มีมูลค่าสูงเหมือนอย่างบริษัทต่างประเทศ (ระดับยูนิคอร์น) แต่ก็ถือว่ามีหลายบริษัทที่กำลังอยู่ในช่วงการ เติบโต และถือว่าเป็นสตาร์ทอัพรุ่นบุกเบิกที่เป็นต้นแบบให้สตาร์ทอัพรุ่นใหม่ๆ อย่าง Ookbee ที่ทำแพลตฟอร์มหนังสือออนไลน์ หรือที่เรียกว่าอีบุ๊ก ให้อ่านหนังสือพิมพ์หรือ นิตยสารใน Tablet ก่อตั้งในปี 2011 ปัจจุบัน Ookbee ถือว่าเป็นร้านหนังสืออีบุ๊กที่ใหญ่ ที่สุดในอาเซียน มีผู้ใช้งานมากกว่า 8.5 ล้านคนขยายเข้าสู่ตลาดต่างประเทศอย่าง มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และอินโดนีเซีย

นอกจากนี้ยังได้ขยายธุรกิจไปถึงกลุ่ม นักเขียน นักวาดการ์ตูน นักดนตรี ให้เข้ามา สร้างเนื้อหาได้เอง (UGC: User Generated Content) ลงขายในแพลตฟอร์ม ปัจจุบัน ธุรกิจ Ookbee มีมูลค่าประมาณ 3 พันล้านบาท

^{๒๘} ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี, Set Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ, (กรุงเทพมหานคร, ๒๕๖๐), หน้า ๑๑.



อีกตัวอย่างสำหรับสตาร์ทอัพไทยคือ Wongnai ที่เริ่มต้นจากการเป็นเว็บไซต์รีวิว ร้านอาหาร มาตั้งแต่ปี 2010 แต่ปัจจุบันพัฒนาเป็นแอปพลิเคชัน ที่เป็นแพลตฟอร์มขนาดใหญ่สำหรับการค้นหา ร้านอาหารได้สะดวกมากขึ้น มีผู้ใช้งานกว่า 2.2 ล้านคน มีข้อมูล ร้านอาหารมากกว่า 2 แสนร้านค้า และมีรีวิวมากกว่า 4 ล้านชิ้น ธุรกิจมีรายได้หลักมา จากค่าโฆษณา รวมถึงการขายดีลจากร้านอาหาร (Daily Deal) นอกจากนี้ยังได้ขยาย เนื้อหาการรีวิวและดีลต่างๆ ไปยังธุรกิจความงามและสปาด้วย (ปัจจุบันธุรกิจได้รับเงินทุน สนับสนุนในระดับ Series B มีมูลค่าธุรกิจประมาณ 700 - 1,000 พันล้านบาท)

จะสังเกตได้ว่าสตาร์ทอัพเหล่านี้ เป็นบริษัทที่เพิ่งเริ่มก่อตั้งมาเพียงไม่กี่ปี แต่ก็ สามารถสร้าง ธุรกิจที่ขยายการเติบโตได้อย่างรวดเร็ว และมีขนาดกิจการที่ใหญ่พอๆ กับ ธุรกิจดั้งเดิมที่ใช้เวลาในการสร้างมาหลายสิบปี

ธรรมชาติธุรกิจสตาร์ทอัพ ธุรกิจสตาร์ทอัพนั้น ดูเผินๆ อาจจะคิดว่าเป็นธุรกิจที่ดูรวยเร็ว เท่ห์ น่าดึงดูดให้อยากเข้าไปทำ แต่ในความเป็นจริงแล้ว ธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบ ความสำเร็จมีเพียงแค่ ประมาณ 10% เท่านั้น ส่วน 90% ที่เหลือลุ่มๆ ดอนๆ หรือล้มเหลวไปเลย ซึ่งส่วนที่ล้มเหลว มักไม่ค่อยมีคนพูดถึง

ดังนั้น การจะเป็นสตาร์ทอัพที่ ประสบความสำเร็จจึงไม่ได้ง่ายอย่างที่ คิด ต้องทุ่มเท ทำงาน หนัก รวมถึงมี วิธีการทำธุรกิจที่ถูกต้อง มีทีมงานที่มี คุณภาพ เข้าใจและพร้อมที่จะเดินไป ด้วยกัน

๒.๒.๕) ประเภทธุรกิจสตาร์ทอัพ

ธุรกิจประเภทสตาร์ทอัพหลายประเภท ได้แก่ ด้านการเงิน การธนาคาร และการลงทุน การแพทย์ ด้านสุขภาพ ด้านการเกษตร และการท่องเที่ยว ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(๑) สตาร์ทอัพด้านการเงิน การธนาคาร และการลงทุน FinTech (ฟินเทค)

FinTech มาจากคำว่า Financial + Technology เป็นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามา ช่วยแก้ปัญหาหรือเพิ่มความสะดวกสบายทางด้านการทำธุรกรรม และการบริหารจัดการทางการเงิน เช่น การชำระเงิน โอนเงิน จ่ายบิล แต่ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภคหรือผู้ใช้งานเข้าถึงบริการทางการเงินได้ สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น Start Up ด้าน FinTech เช่น StockRadars แอปพลิเคชันที่ช่วยให้การ วิเคราะห์หุ้น ลงทุนในหุ้นสะดวกขึ้น และสามารถตั้งค่าแจ้งเตือนความเปลี่ยนแปลงของหุ้นต่างๆ ตามความสนใจของนักลงทุนได้

(๒) สตาร์ทอัพด้านการแพทย์ และการดูแลสุขภาพ HealthTech (เฮลท์เทค)

HealthTech มาจาก Health + Technology นั่นเอง สตาร์ทอัพด้านนี้จะนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยแก้ปัญหา พัฒนาและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการแพทย์ การดูแลสุขภาพ เช่น ooca แพลตฟอร์มที่เป็นสื่อกลางระหว่างจิตแพทย์ นักจิตวิทยา และผู้ป่วย หรือคนทั่วไป โดยผู้ป่วยสามารถคุยหรือปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับแพทย์ผ่านแพลตฟอร์มได้ทุกที่ทุกเวลาโดยไม่ต้องไปพบแพทย์หรือไปโรงพยาบาล

(๓) สตาร์ทอัพด้านการเกษตร AgriTech (อะกริเทค) หรือ AgTech (แอคเทค)

AgriTech มาจากคำว่า Agriculture+Technology สตาร์ทอัพด้านนี้จะนำเทคโนโลยีมาแก้ปัญหา หรือช่วยเหลือภาคการเกษตร ทั้งการเพาะปลูก การบริหารจัดการสินค้าเกษตร เช่น Ricult ที่ก่อตั้งขึ้นโดยอดีตกลุ่มนักศึกษา MIT โดยเริ่มจากการเป็นฟินเทค เพราะต้องการช่วยแก้ปัญหาทางการเงินให้แก่เกษตรกรก่อน จึงใช้ Machine Learning วิเคราะห์ วัดความเสี่ยงต่างๆ ด้าน แล้วจึงให้สินเชื่อแก่เกษตรกรรายย่อยในลักษณะของ เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย แทนการให้เงินกู้ แล้ว Ricult จะคาดการณ์ผลผลิตและรายได้จากภาพพื้นที่เพาะปลูกที่ได้จากภาพถ่ายดาวเทียม เพื่อคำนวณหาความสามารถของการชำระคืนเงินคั้นนั่นเอง

(๔) สตาร์ทอัพด้านการท่องเที่ยว TravelTech (ทราเวลเทค)

TravelTech มาจาก Travel + Technology ทราเวลเทคสตาร์ทอัพ จะมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งช่วยให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น สะดวกขึ้น และยังช่วยให้ตลาดท่องเที่ยวเติบโตยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็น iAccom แพลตฟอร์ม OTA หรือ Online Travel Agency สัญชาติไทยที่ให้บริการค้นหาโรงแรม จองตั๋วเครื่องบิน เช่ารถ ช่วยวางแผนในการท่องเที่ยว หรือ LOVstay แพลตฟอร์มสำหรับการค้นหา Vacation Rentals และจองบ้านพัก ที่พักตากอากาศตามเมืองท่องเที่ยวสำคัญ จองกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นในท้องถิ่นนั้นๆ หรือไปลองใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่นกันเลยทีเดียว

(๕) สตาร์ทอัพด้านโลจิสติกส์ LogTech (ล็อกเทค)

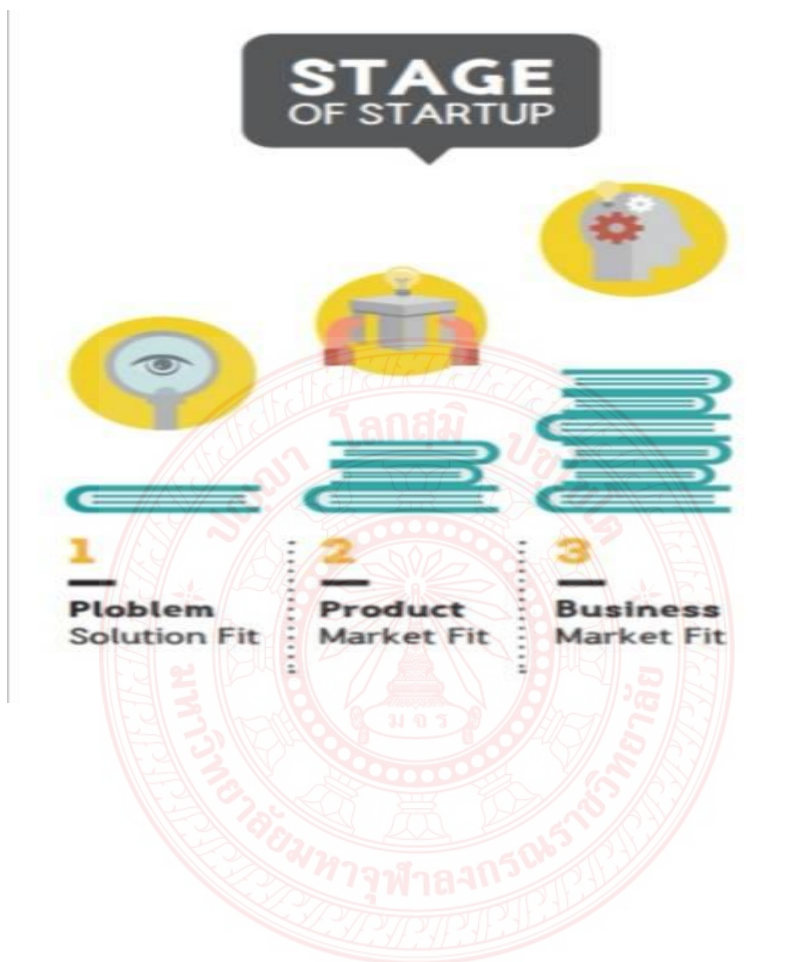
LogTech มาจากคำว่า Logistics + Technology สตาร์ทอัพด้านโลจิสติกส์จะมีการพัฒนาซอฟต์แวร์หรือแอปพลิเคชัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ เช่น ระบบบริหารคลังสินค้า การพัฒนาด้านฮาร์ดแวร์ ระบบการจัดการขนส่ง รถบรรทุก เรือขนส่งสินค้า ทำเรือการขนส่งทางอากาศ เช่น Truckal แพลตฟอร์มสำหรับแควดเวจ Trucking Services การบริการรถบรรทุกสินค้า จองและคำนวณราคาค่าขนส่งผ่านมือถือ ก่อนเลือกใช้บริการ

(๖) สตาร์ทอัพด้านอสังหาริมทรัพย์ PropTech (พร็อพเทค)

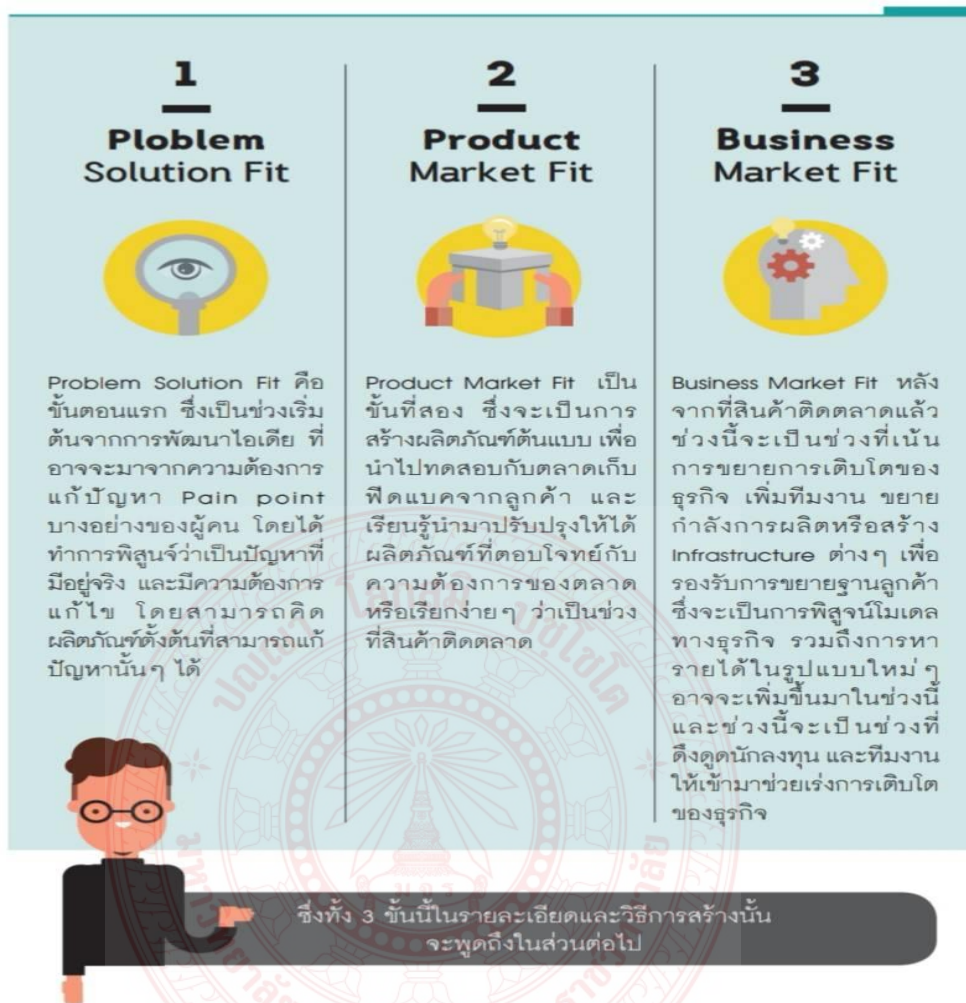
PropTech มาจากคำว่า Property + Technology สตาร์ทอัพด้านอสังหาริมทรัพย์ก็นำเทคโนโลยีมาใช้ในวงการอสังหาริมทรัพย์ เพื่อช่วยในกระบวนการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์เพื่อตอบโจทย์รูปแบบการใช้ชีวิต การอยู่อาศัยของคนยุคใหม่ อย่างเช่น Deskadot แพลตฟอร์มที่เป็น Digital Marketplace สำหรับค้นหา Co-working Space ที่อยู่ใกล้ๆ ด้วยระบบ Locations เลือกดูสิ่งอำนวยความสะดวกเปรียบเทียบราคา และจองผ่านมือถือ เดินเข้าไปใช้ออฟฟิศทำงานได้เลย^{๒๙}

๒.๒.๖) ขั้นตอน การเติบโต ของสตาร์ทอัพ^{๓๐}

เมื่อเริ่มอยากทำธุรกิจสตาร์ทอัพกันแล้ว เพื่อให้เห็นภาพรวมว่าสตาร์ทอัพนั้น จะพัฒนาธุรกิจให้เติบโตได้อย่างไร สามารถ สรุปคร่าวๆ เป็น 3 ขั้นตอน ผ่าน Stage of Startup ดังนี้



^{๓๐} ณฤทธิ วรพงษ์ดี, Set Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ, (กรุงเทพมหานคร, ๒๕๖๐), หน้า ๑๒.



๒.๒.๗) การสนับสนุนด้านอื่น ๆ สำหรับ Startup ระบบการศึกษาและสร้างบุคลากรสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพ

1. ตลาดหลักทรัพย์สนับสนุนการให้ความรู้แก่นักลงทุนเกี่ยวกับการลงทุนในสตาร์ทอัพ และเทคโนโลยี และแนะนำสัญญามาตรฐานในทุกช่วงระยะของการเติบโต เพื่อความชัดเจน ในการทำสัญญาระหว่างนักลงทุนและผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ
2. จัดตั้ง National Incubator/Accelerator Program เพื่อเป็นมาตรฐานของการสอน และมาตรฐานในการคัดเลือกสตาร์ทอัพในช่วง Pre-seed เพื่อเข้ารับสิทธิประโยชน์และ เงินทุน ให้เปล่า (Grants)
3. จัดตั้ง National Incubator/Accelerator Committee ซึ่งประกอบด้วยบุคลากรที่เป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) และตัวแทนจากสมาคม Thai Startup Association เพื่อ ควบคุม และกำหนดมาตรฐานของ Incubator/Accelerator Program การสอนที่มุ่งเน้นการ ยกระดับและ พัฒนาคุณภาพของบุคลากรในธุรกิจด้านเทคโนโลยี

4. สนับสนุนทุนให้เปล่า (Grants) มูลค่า 300,000 - 500,000 บาท ต่อ ทุน เพื่อให้กับ ทีมที่ผ่านการคัดเลือก โดยมีเงื่อนไขที่ทีมที่ผ่านจะต้องทำงานแบบเต็มเวลาภายใต้การดูแล ตลอดระยะเวลา 4 เดือน

5. ให้มหาวิทยาลัย อนุญาต เพื่อใช้กลไกของสหกิจศึกษาสำหรับทีมที่ได้เข้าสู่ Incubator/Accelerator Program เพื่อสามารถทำให้นักศึกษาสามารถใช้เวลาเต็มเวลา 4 เดือน ในช่วงที่ได้รับทุนให้เปล่า (Grant)

6. กระทรวงศึกษาควรวางโครงสร้างหลักสูตรใหม่ ที่มีใจมุ่งเน้นการสร้างผู้ประกอบการ แต่เน้นสนับสนุนการสร้างบุคลากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ (Specialists) ที่มี mindsets ของ ผู้ประกอบการ พัฒนาสื่อ

๗. รัฐเป็นสปอนเซอร์สนับสนุนงาน Events ของ Startup และ ร่วมกับสมาคมนักข่าวจัดหลักสูตรพัฒนาคุณภาพของบุคลากรใน Tech Media เช่น การเขียนบทความเทคโนโลยีสำหรับบุคคลทั่วไปของ BBC รวมถึงสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางและใช้ช่องทางของภาครัฐอำนวยความสะดวกให้ สื่อคุณภาพสามารถเข้าถึงบุคคล ข้อมูล ที่สำคัญในวงการ เพื่อให้สื่อด้าน เทคโนโลยีของไทยสามารถครองตลาด 6 ประเทศกลุ่มแม่น้ำโขงในช่วงต้น และขยายสู่อาเซียนในอนาคต

๘. สนับสนุนช่องทางสื่อสารณะเพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจของธุรกิจสตาร์ทอัพ

๙. ให้สิทธิประโยชน์เพื่อสนับสนุนผู้เล่นอื่น ๆ ในระบบนิเวศน์ ได้แก่ ผู้พัฒนาพื้นที่ Startup District Area, Working Space, Private Incubator/Accelerator, Alternative Academies ให้สิทธิประโยชน์สำหรับเอกชนที่ร่วมพัฒนา หรือ ใช้สินค้า/บริการของสตาร์ทอัพ เพื่อสร้างลูกค้าอ้างอิงให้กับสตาร์ทอัพ รวมถึงสนับสนุนการเอกชนเพื่อ เข้าซื้อกิจการสตาร์ทอัพเพื่อเพิ่มโอกาสในการ exit ของสตาร์ทอัพ และ เพิ่มศักยภาพทาง นวัตกรรมให้เอกชนในธุรกิจนั้นๆ

ผลขั้นต่ำที่คาดหวังจากข้อเสนอข้างต้นนี้มีดังต่อไปนี้

1. สร้างบริษัทที่มีมูลค่า 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ จำนวน 3 บริษัทภายในระยะเวลา 5 ปี
2. ก่อให้เกิดการจ้างงานที่มีทักษะขั้นสูง 10,000 ตำแหน่ง
3. รายได้หมุนเวียนในพื้นที่ (ไม่รวม รายได้ และ ผลกระทบของ Startup ที่มีต่อ Value Chain) มูลค่า 8,000 ล้านบาท ต่อปี
4. สร้างการใช้จ่ายใน Value Chain ของแต่ละธุรกิจโดยรวม 50,000 ล้านบาทต่อปี
5. เม็ดเงินลงทุนจาก Investors ต่างประเทศ 3 พันล้านบาท ไปยังสตาร์ทอัพ
6. มีการปกป้องตลาดของธุรกิจต่างๆ ในประเทศ ยกตัวอย่างเช่น ประเทศจีนมี กฎระเบียบที่รัดกุมสำหรับบริการอินเทอร์เน็ตต่างๆ จากต่างประเทศที่จะเข้าไปทำตลาดในจีน
7. สนับสนุน Startup ที่จดทะเบียนและมี Head Quarter ในประเทศไทย เพื่อไปหา รายได้จากประเทศอื่น เช่น จัด Business Matching กับลูกค้าที่มีโอกาสผ่านการ สนับสนุนของทูตพาณิชย์
8. ดึงดูดให้บริษัทที่ต้องการ IPO จากต่างประเทศ มาอยู่ในตลาดทุนของประเทศไทย
9. สร้างเสริมความแข็งแกร่งและเปิดโอกาสให้งาน R&D ภายในประเทศได้มีอุปสงค์ในตลาด

2.๒.๘) วิศวกรรมการของ Office Space

การพัฒนา Space ของ Office ต่างๆที่เกิดขึ้น ซึ่งมีรูปแบบลักษณะการทำงานที่แตกต่าง กัน ทั้งในเรื่อง ไดอะแกรม แล้วการใช้งาน โดยแบ่งเป็น 3 รูปแบบ

1. Office space
2. Co - working space
3. Startup space

2.๒.๙) รูปแบบของ Office Space

Office space มีรูปแบบการทำงาน โดยถูกแบ่งออกไป เป็นการทำงานของตัว Space ที่มีขนาดที่ต่างกันออกไป โดยจะมีขนาด 3 ขนาดการใช้งาน

1. S = Small office

การทำงานของ S จะมีรูปแบบการใช้งาน ประมาณ 10 - 20 คน เป็นรูปแบบการทำงานแบบไม่ใหญ่ ซึ่งมีการแบ่งหน้าที่กันไป อาจจะมีการทำงานแบบแบ่งแผนกเป็นห้องๆ หรือ บริษัทมีจำนวนคนแค่จำนวนนี้ ทำให้ต้องการใช้พื้นที่ไม่มาก

2. M = Medium office

การทำงานของ M จะมีรูปแบบการใช้งาน ประมาณ 50 คน เป็นรูปแบบการทำงานที่มีการใช้งานแบบกลางๆ จะมีการใช้งานพื้นที่ๆพอเหมาะ

3. L = Large office

การทำงานของ L จะมีรูปแบบการใช้งาน ประมาณ 100 คน โดยจะออกเป็นองค์กร ใหญ่ ที่ไม่มีการแบ่งแผนกการทำงาน ที่ชัดเจน หรือ มีการรวมแผนก ที่มีการใช้งาน ในที่ว่างด้วยกัน ทำให้มีการใช้งานพื้นที่ๆ ใหญ่

2.๒.๑๐ จะรู้ได้อย่างไรว่าเราเหมาะทำธุรกิจสตาร์ทอัพ^{๓๑}

ก่อนที่จะก้าวไปสู่การทำธุรกิจ สตาร์ทอัพในบทต่อไป สิ่งสำคัญอีกสิ่ง หนึ่งสำหรับผู้สนใจอยากทำธุรกิจ คือ การ เช็คความพร้อมว่าเราเหมาะกับการทำธุรกิจ สตาร์ทอัพหรือไม่ ซึ่งหากเคยได้ยินมาว่า ใครก็สามารถเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพได้ ขอ แค่มีไอเดีย และมี Passion อย่างแรงกล้า ในการที่จะแก้ปัญหาให้กับผู้คน และตั้งใจ ทำมันอย่างจริงจัง เท่านั้นก็จะประสบความสำเร็จ ข้อความนี้อาจจะเป็นจริงแค่บางส่วน การจะสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพนั้น จะต้องมีส่วนประกอบหลายอย่าง และกว่าจะมาเป็น สตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จจะต้อง ฝ่าฟันกับอุปสรรคมากมาย ทั้งเรื่องทีมงาน เงินทุน ลูกค้า คู่แข่ง ตลอดจนการตัดสินใจต่างๆ ที่มีผลต่อบริษัท รวมถึงมีความกดดัน ในภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบต่อ บริษัท นักลงทุน ลูกค้า และพนักงาน ซึ่งสิ่ง ต่างๆ เหล่านี้ผู้ประกอบการ จะต้องแก้ ปัญหา และผ่านไปได้ ทำให้อาจจะไม่ใช่ ทุกคนที่เหมาะสมกับการเป็นสตาร์ทอัพ เพราะฉะนั้นเราต้องถามตัวเองว่ามีความพร้อมในการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพหรือไม่ หากยังไม่แน่ใจ อาจลองตรวจสอบตนเอง จากคุณสมบัติเบื้องต้นของผู้ประกอบการ หรือ Startup Checklist กัน ก่อน

^{๓๑} ญฤทธิ์ วรพงษ์ดี, Set Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ, (กรุงเทพมหานคร, ๒๕๖๐), หน้า ๑๗.



ปัจจุบันนี้วงการตลาดในประเทศไทยมีการแข่งขันกันค่อนข้างมากเข้มข้นและรุนแรง ผู้บริโภคก็มีความรู้เพิ่มมากขึ้น ในการที่จะเลือกซื้อสินค้าที่ตนเองพอใจมากที่สุด จึงนับได้ว่าตลาดปัจจุบันเป็นตลาดของผู้บริโภคโดยตรง ดังนั้น ผู้ผลิตหรือนักการตลาด จึงต้องทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ว่าความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคนั้น จะมีจุดยืนอยู่ตรงไหนหรือมีอัตราการผันแปรไปตามปัจจัยต่างๆ มากน้อยเพียงใด ผู้ผลิตและนักการตลาดจะต้องศึกษาถึงศาสตร์ต่างๆ ที่จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคโดยตรง ที่จะทำให้ผู้ผลิตและนักการตลาดมีความเข้าใจและนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจและการจำหน่ายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

๒.๒.๑๑) การวิจัยตลาดสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพ

การวิจัยตลาด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาให้ทราบถึงเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ และเป็นกิจกรรมที่เกือบจะกล่าวได้ว่าเกี่ยวข้องกับการจัดการงานทุกแขนง โดยนักวิจัยตลาดได้จำแนกประเภทของการวิจัยตลาด เพื่อให้เหมาะสมกับงานในแต่ละด้าน และเอื้ออำนวยความสะดวกแก่ผู้นำไปใช้ โดยได้แบ่งออกเป็น ๕ ประเภทใหญ่ ดังนี้

(๑) การวิจัยผู้บริโภค (Consumer Research)

การวิจัยผู้บริโภค หรือในบางครั้งจะถูกเรียกว่า การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งถือได้ว่าเป็นรูปแบบของการวิจัยที่สำคัญที่สุด และมักต้องหาก่อนการวิจัยในรูปแบบอื่นๆ ทั้งหมด เพราะกิจการต่างๆ จะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้นั้น จำเป็นที่จะต้องทำการวิเคราะห์ความจำเป็น หรือความต้องการของผู้บริโภคหรือตลาดให้ได้เสียก่อน หลังจากนั้นจึงค่อยหันมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของตลาดกลุ่มเป้าหมายนั้น ซึ่งการวิจัยผู้บริโภคจะต้องศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่สำคัญ ดังนี้

๑.๑ ใครเป็นผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ในการซื้อสินค้าและบริการนั้น บางครั้งผู้ที่ซื้ออาจจะไม่ได้เป็นผู้ใช้สินค้า และบริการนั่นเอง เพราะฉะนั้นกิจการจึงต้องทำการวิจัยเพื่อหาว่าใครคือผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง เช่น เป็นเพศชายหรือหญิง อายุเท่าไร การศึกษาอยู่ในระดับไหน มีอาชีพ เชื้อชาติอะไร และมีฐานะทางเศรษฐกิจเป็นอย่างไร เพื่อจะได้เริ่มดำเนินงานทางด้านการตลาดต่อไป

๑.๒ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขายเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ ที่ต้องทำการศึกษาเพื่อให้ทราบว่า ผู้ซื้อและผู้ขายนั้นมีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร และอะไรเป็นอิทธิพลสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อหาสินค้าและบริการขึ้น

๑.๓ ทำไมผู้บริโภคบริโภคจึงซื้อผลิตภัณฑ์ ถ้าจะถามว่าทำไมจึงซื้อผลิตภัณฑ์นั้น จะเห็นว่าบางครั้งเป็นเรื่องที่จะหาคำตอบได้ค่อนข้างยาก เพราะแต่ละคนต่างก็มีเหตุผลในการซื้อที่แตกต่างกันออกไป แต่อย่างไรก็ตามในการดำเนินแผนการตลาดที่ดี เราต้องพยายามศึกษาถึงสาเหตุหรือสิ่งจูงใจที่ทำให้เกิดการซื้อขึ้น

๑.๔ ผู้ซื้อไปใช้ทำอะไร ในการทำวิจัยผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องศึกษาว่า ผู้ซื้อนั้นได้ซื้อสินค้าไปเพื่ออะไรเพราะเรามักจะพบว่า แต่ละคนจะมีการซื้อสินค้าอย่างเดียวกัน โดยอาจจะนำไปใช้งานในลักษณะต่างกันไป ซึ่งผลของการวิจัยจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการขยายตลาดหรือหาตลาดใหม่ให้กับสินค้าได้

๑.๕ วิเคราะห์ถึงจำนวนที่ใช้ไปในแต่ละครั้ง เราจำเป็นต้องศึกษาว่าเมื่อผู้ซื้อได้ซื้อสินค้าของเราไปแล้วนั้น เขาใช้ระยะเวลาในการใช้นานแค่ไหนกว่าที่สินค้าจะหมด หรือไม่สามารถใช้ต่อไปได้ หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการศึกษาปริมาณการใช้ว่าใช้ครั้งละมากๆ ใช้ครั้งละน้อย หรือพอประมาณ เพื่อจะได้นำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการจำหน่ายต่อไป

๑.๖ วิเคราะห์ถึงจำนวนที่ซื้อ เป็นการศึกษาถึงจำนวนหรือปริมาณที่ซื้อในแต่ละครั้งของผู้บริโภค เพื่อจะได้วางแผนในการบรรจุหีบห่อได้อย่างถูกต้อง เพราะสินค้าแต่ละอย่าง แต่ละประเภท ผู้ซื้อจะนิยมซื้อเพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภคในปริมาณไม่เท่ากัน นอกจากนี้ การที่เราทราบถึงจำนวนที่ผู้ซื้อซื้อ จะทำให้วางแผนในการผลิตได้อย่างถูกต้องด้วย ไม่ทำการผลิตออกมาจนล้นตลาด

๑.๗ อุปนิสัย ลักษณะนิสัยของแต่ละบุคคลแต่ละกลุ่ม แต่ละวันจะแตกต่างกันออกไป ทำให้การตัดสินใจซื้อหาสินค้าและบริการต่างๆ จะแตกต่างกันออกไปด้วย บางคนอาจจะชอบสินค้าราคาถูก บางคนอาจจะเลือกสินค้าที่ตราয়ี่ห้อ หรือบางคนอาจจะซื้อสินค้าตามกลุ่มสังคมที่ตนอยู่ ซื้อเมื่อเราทราบถึงอุปนิสัยในการซื้อของผู้ซื้อแล้ว เราสามารถจะวางแผนงานทางการตลาดได้ถูกต้องยิ่งขึ้น เช่น สามารถที่จะวางแผนการโฆษณาได้ว่า จะเน้นความสำคัญของสินค้าทางด้านใด จึงจะดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อโดยทั่วไปได้

๑.๘ สถานที่ที่ซื้อ จะต้องศึกษาถึงตลาด หรืออาณาเขตที่สำคัญที่คนนิยมไปซื้อสินค้าและบริการกันอยู่เสมอๆหรือเป็นประจำ ว่าเขาเหล่านั้นนิยมที่จะซื้อสินค้าในแต่ละประเภทที่ไหนหรือในอาณาเขตใดมากที่สุด เพื่อจะได้วางแผนว่าควรจะนำสินค้าไปวางจำหน่ายที่ใด หรือถ้าจะตั้งร้านค้าจะต้องเลือกสถานที่ตรงไหนจึงจะเหมาะสม โดยอาจจะมีการศึกษาเพิ่มเติมว่าสถานที่นั้นมีผู้คนอาศัยหนาแน่นหรือไม่ และการจราจรในพื้นที่อาณาเขตนั้นเป็นอย่างไรบ้าง

๑.๙ ความจงรักภักดีในตราয়ี่ห้อ บุคคลบางกลุ่มอาจจะนิยมซื้อสินค้าเพราะมีความเลื่อมใสชื่นชอบหรือเชื่อถือในตราয়ี่ห้อของสินค้านั้นเป็นหลัก ซึ่งผู้ประกอบการอาจจะนำเอาข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ในการวางแผนการตลาด โดยเฉพาะควรเน้นการโฆษณาที่ตราয়ี่ห้อของสินค้า เพื่อให้ผู้ซื้อมองเห็นความแตกต่างในตราয়ี่ห้อของกิจการกับคู่แข่ง และสร้างให้ผู้ซื้อรู้สึกภาคภูมิใจที่จะซื้อได้

๑.๑๐ ศึกษาถึงสภาพทางภูมิศาสตร์ เป็นการศึกษาถึงลักษณะพลเมืองในแต่ละจังหวัดหรือแต่ละเขต แต่ละท้องถิ่นที่จะเข้าไปประกอบธุรกิจว่ามีสภาพความเป็นอยู่อย่างไร มีการตั้งครอบครัว

บ้านเรือนใกล้กันหรือห่างไกลกัน ถนนหนทาง ท้องถิ่นที่นั่นมีความเจริญแค่ไหน เพื่อจะได้วางแผนการขาย การเข้าพบลูกค้าและการควบคุมการขายได้อย่างถูกต้อง

๑.๑๑ สถานะทางเศรษฐกิจ สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจโดยทั่วไปจะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ หรืออาจกล่าวได้ว่าการประกอบธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจในขณะนั้นด้วย เพราะถ้าเศรษฐกิจดีย่อมหมายความว่า คนเรามีรายได้กำลังซื้อมากขึ้น ผู้ขายก็สามารถขายสินค้าได้มาก จึง

๒.๒.๑๒) ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ Startup The Critical Factors to Success of Startup Business

Startup เป็นแนวคิดธุรกิจแบบใหม่ที่สอดคล้องกับยุคของ ไทยแลนด์ 4.0 เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นและเติบโตอย่างรวดเร็วแต่การที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จนั้น ต้องมีปัจจัยหลายๆด้าน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จมีอยู่หลักๆ 5 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านจังหวะเวลา ปัจจัยด้าน ทีมงาน ปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ๆ ปัจจัยด้านแผนธุรกิจและปัจจัยด้านเงินทุน ซึ่งปัจจัยแต่ละด้านก็ขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจ Startup นั้นๆด้วยว่าจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านไหนเป็นอันดับแรก ดังนั้นธุรกิจ Startup จะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องมีหนึ่งใน 5 ปัจจัยนี้เป็นหลัก อย่างไรก็ตามธุรกิจ Startup ที่จะ ประสบความสำเร็จได้คือ ธุรกิจต้องสามารถตอบโจทย์และแก้ปัญหาได้ตามความต้องการของผู้บริโภคได้

ปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้เลยว่าเทคโนโลยีสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ๆให้เข้ามามีส่วนในการดำเนิน ชีวิตประจำวันมากขึ้นกว่าสมัยก่อน มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากมาย ทั้งในด้านกิจวัตรประจำวันตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงนอนหลับ การประกอบอาชีพที่ต้องใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วย รวมไปถึงการดำเนิน ธุรกิจ ผู้ประกอบการจะต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว หลายธุรกิจที่ปรับตัว ไม่ได้ก็ต้องปิดตัวลง เพราะในขณะนี้ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคเปลี่ยนผ่าน จากไทยแลนด์ 3.0 ซึ่งเป็นยุค ของอุตสาหกรรมหนัก เป็น ไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และ นวัตกรรม ในปัจจุบันประเทศไทยยังติดอยู่ในโมเดลเศรษฐกิจแบบทำมากได้น้อย จึงต้องการปรับเปลี่ยนให้ เป็นทำน้อยได้มาก ^{๓๒} ต้องเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม อย่างเช่นการเกษตรก็ต้องเปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมไปเป็นเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการบริหารจัดการ ใช้ เทคโนโลยีมาเกี่ยวข้อง หรือ Smart Farming โดยเกษตรกรต้องเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการที่สามารถนำนวัตกรรมใหม่ๆมาพัฒนาการเกษตรของตนให้สามารถทำรายได้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงผู้ประกอบการ ธุรกิจ SMEs ก็ต้องเปลี่ยนจากการดำเนินธุรกิจแบบเดิมไปสู่ Smart Enterprises และ Startup ที่มีศักยภาพ

ธุรกิจ Startup เป็นแนวคิดธุรกิจแบบใหม่ที่สอดคล้องกับยุคของ ไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งการทำธุรกิจ Startup คือ การที่เรามองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับคนส่วนมากแล้วสร้างโมเดลธุรกิจเพื่อมาแก้ไขปัญหาโดยใช้ เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง ด้วยวิธีการที่แตกต่างจากเดิม และธุรกิจจะต้องสามารถสร้างกำไรได้เรื่อยๆ เพิ่มผู้ ใช้ได้เรื่อยๆ และสามารถเติบโตขึ้นได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาอันสั้นและกลายเป็น

^{๓๒} ปานระพี รพีพันธุ์, Thailand 4.0 ประเทศไทย 4.0 คืออะไร,(ออนไลน์), แหล่งที่มา:<https://www.it24hrs.com/2017/thailand-4-0/>, (๑ มีนาคม ๒๕๖๓).

บริษัทขนาดใหญ่นั่นเอง Startup มีจุดเริ่มต้นที่ Silicon Valley ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งถือเป็นศูนย์กลางแห่งเทคโนโลยี ปัจจุบันนี้ นักลงทุนเริ่มให้ความสนใจกับธุรกิจ Startup มากขึ้น เพราะ Startup มีแนวโน้มที่จะเติบโตได้แบบก้าวกระโดด เมื่อเทียบกับการทำธุรกิจแบบในอดีตที่ต้องใช้เวลาและเงินลงทุนจำนวนมากในการขยายธุรกิจให้เติบโต หลาย บริษัทระดับโลก เช่น 1.Apple 2.Google 3.Facebook 4.Instagram 5.Twitter ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เคย ผ่านการเป็น Startup มาก่อนแล้วทั้งนั้น ประเทศไทยในสมัยก่อนที่เทคโนโลยียังไม่ได้มีบทบาทมากนักทำให้ เรามองว่า Startup เป็นเรื่องที่ไกลตัว มองว่าเป็นเรื่องที่เพ้อฝัน มีแต่ฝรั่งเท่านั้นที่ทำได้ เป็นเรื่องที่เป็นไป ไม่ได้ หรือเป็นไปได้ยาก เพราะประเทศไทยยังไม่มี Startup ที่ประสบความสำเร็จให้เห็นกัน ทั้งภาครัฐ และ เอกชนจึงยังไม่ได้ให้ความสนใจธุรกิจประเภทนี้มากนัก แต่ปัจจุบันมีคนกลุ่มเล็กๆ หลายกลุ่มได้ พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าคนไทยเราสามารถทำได้ไม่แพ้ชาติใดในโลก ยกตัวอย่างธุรกิจ Startup ของไทยที่ประสบความสำเร็จ อาทิ 1. Wongnai 2. Builk 3. Computerlogy 4. Ookbee และอื่นๆอีกมากมาย ที่เป็น Startup ของ ไทย คนกลุ่มนี้ได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าคนไทยก็สามารถทำ Startup ได้ แต่อย่างไรก็ตามหากคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ แล้ว Startup ที่ไม่ประสบความสำเร็จมีมากถึง 90 % Startup ที่ประสบความสำเร็จมีเพียงแค่ 10 % เท่านั้น^{๓๓} ดังนั้นจึงต้องการทราบปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจ Startup นั้นประสบความสำเร็จ ว่าจะต้องอาศัยปัจจัยใดบ้างสำหรับการเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจ Startup

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ Startup และปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ จากแหล่งข้อมูลที่เป็นหนังสือ บทความ วารสาร และบทความในอินเทอร์เน็ต ที่เป็นข้อมูล ปัจจุบัน โดยเขียนขึ้นในระหว่าง พ.ศ. 2556 - 2560 มีเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจ Startup เป็นหลัก ซึ่งได้บทความทั้งหมด 9 เรื่อง ดังรายชื่อในตารางที่ 1^{๓๔} ดังนั้นจึงต้องการทราบปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจ Startup นั้นประสบความสำเร็จ ว่าจะต้องอาศัยปัจจัยใดบ้างสำหรับการเริ่มต้นและดำเนินธุรกิจ Startup

^{๓๓} ศศิธรินทร์ สายะสนธิ์, **ทำไม Startup ในไทยไม่ค่อยประสบความสำเร็จ?**, (ออนไลน์), แหล่งที่มา: <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/760159>, (๑ มีนาคม ๒๕๖๓).

^{๓๔} เรื่องเดียวกัน

ตารางที่ 1 บทความที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัย	ชื่อบทความ	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา
กวิณ อัสวานันท์ (2560)	ความสำเร็จและความล้มเหลวของ Startup	อธิบายความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจ Startup	ศึกษาจากกรณีศึกษาหลายๆกรณีและนำมาวิเคราะห์ความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจ
โครงการพัฒนารัฐกิจนวัตกรรมรายใหม่ (มศก.) (2560)	Startup คืออะไร	อธิบายความหมายและความเป็นมาของธุรกิจ Startup	ศึกษาจากกรณีศึกษาที่เคยเป็น Startup มาก่อน และศึกษาจาก Steve Blank ผู้ได้ชื่อว่าเป็นบิดาแห่ง Startup
จิราวัฒน์ คงแก้ว (2556)	เทรนด์ร้อนธุรกิจเกิดใหม่	นำเสนอธุรกิจที่กำลังเป็นที่นิยมและธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่	ศึกษาจำนวนผู้ใจโทรศัพท์มือถือและใช้อินเตอร์เน็ตในแต่ละปี และนำมาวิเคราะห์เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่
ฉัตรชัย ดวงรัตนพันธ์ (2559)	WashBox24แบบอย่าง Startup ไทย.	อธิบายปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ Washbox24	ศึกษาจากการสัมภาษณ์คุณนิพนธ์ ไทยานุรักษ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้งธุรกิจ WASHBOX24

ผู้วิจัย	ชื่อบทความ	วัตถุประสงค์	วิธีการศึกษา
ปานระพี รพีพันธุ์ (2560)	Thailand 4.0 ประเทศไทย 4.0 คืออะไร.	อธิบายความเป็นมาและความหมายของประเทศไทย 4.0	ศึกษาจากเศรษฐกิจประเทศไทย และนำมาวิเคราะห์เป็นยุค
สิทธิพงษ์ จงสกุล (2560)	ปัจจัยที่ทำให้ Startup ประสบความสำเร็จ.	ศึกษาและนำเสนอปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ	ศึกษาองค์การ Startup ที่ประสบความสำเร็จ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้แล้วสรุปเป็นปัจจัย
Fayossy (2560)	อิทธิพลตัวเลขผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกปี 2017	นำเสนอข้อมูลปัจจุบันของสถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์	ข้อมูลผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจาก 238 ประเทศทั่วโลกขององค์กร 2 แห่ง ในสิงคโปร์
ศุจิมาลย์ สุวรรณโรจน์, ประกิต สังข์ป่า, วิลาส ฉ่ำเลิศวัฒน์, ธีรวิทย์ สุนทรรัตน์, วราพร จิระพันธุ์ทอง, จิตติมา ศังขมณี (2560)	รายงานสรุปโครงการศึกษาวิจัย THAILAND ISO STARTUP PROFILE	นำเสนอการพัฒนา Startup Profile ซึ่งยังคงเป็นก้าวหนึ่งที่สำคัญในการวางฐานสำหรับสร้างความเป็นระบบไกระบวนการที่สำคัญของสตาร์ทอัพ ช่วยเสริมสร้างศักยภาพสตาร์ทอัพให้สามารถเติบโตและขยาย(Scaling) ในอนาคตอย่างมั่นคงและยั่งยืน	ศึกษาและวิเคราะห์คุณลักษณะของสตาร์ทอัพที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ได้วิเคราะห์ถึงปัญหาการแก้ปัญหาความท้าทายของสตาร์ทอัพเพื่อสร้างความยั่งยืนในการเติบโตของสตาร์ทอัพคือการเสริมสร้างคุณภาพในกระบวนการของสตาร์ทอัพ

๒.๒.๑๓) เทคโนโลยีกับธุรกิจ Startup

ในยุคปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้ว่าเทคโนโลยีมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนสมัยใหม่ เป็นอย่างมาก เป็นยุคที่ผู้คนมีโทรศัพท์มือถือ (Smartphone) เป็นอวัยวะที่ 33 ตั้งแต่ตื่น

นอนจนถึงตอนนอน ไม่ว่าจะเป็นการใช้โทรศัพท์ตั้งนาฬิกาปลุกในการตื่นนอน ใช้ตั้งแจ้งเตือนกิจกรรมต่างๆที่ต้องทำในแต่ละวัน ใช้ในการจดบันทึกแทนการจดใส่กระดาษ ขณะเดียวกันที่กำลังแทรกซึมเข้าสู่พฤติกรรมการใช้ชีวิตของมนุษย์ทุก เพศทุกวัยในตอนนี้คือ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Networks) ไม่ว่าจะเป็น Line Facebook Instagram ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตในทุกๆอิริยาบถ ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อออนไลน์ในการติดต่อกัน ติดต่อเรื่องการ เรียน การนัดหมาย การรับรู้ข่าวสาร บ้านเมืองต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกับวงการธุรกิจถ้าหากนำเอา เทคโนโลยีเข้ามาเป็นตัวช่วยในการทำธุรกิจก็จะสามารถดำเนินธุรกิจให้เติบโตได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นวิถีของ ธุรกิจ Startup หลายคนอาจเข้าใจว่า Startup คือการทำธุรกิจที่เป็นเทคโนโลยีเท่านั้น เช่น จะต้องเขียน แอปพลิเคชัน เขียนโปรแกรม ซอฟต์แวร์ต่างๆ เท่านั้น แต่ความจริงแล้วเพียงแค่คุณทำธุรกิจ เช่น ทำร้านกาแฟ แล้วใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้ธุรกิจเติบโตแบบรวดเร็วก็ถือว่าเป็น Startup เช่นกัน

เนื่องจาก Startup มี หัวใจสำคัญคือ Growth คือมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด การที่จะเป็นเช่นนั้นได้โมเดลธุรกิจนั้นต้องสามารถ ทำซ้ำได้ (Repeatable) และ ขยายตัวได้ (Scalable) อย่างรวดเร็ว และง่าย ซึ่งการที่จะเป็นเช่นนั้นได้เรา จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเข้ามาช่วยขับเคลื่อน เพราะในยุคปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้ ว่าเทคโนโลยีมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนสมัยใหม่เป็นอย่างมาก ที่ต้องกล่าวเช่นนั้น เพราะแม้แต่ประเทศไทยเราเองที่ต้องยอมรับว่าเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆยังช้ากว่าหลายๆประเทศแต่ กระนั้นถึงแม้เทคโนโลยีเพิ่งเข้ามาได้ไม่นาน แต่สถิติคนไทยใช้สื่อออนไลน์นั้นมากเป็นอันดับ 7 ของโลก ด้วย สัดส่วน 67% จากจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศ^{๓๕} ซึ่ง "กรุงเทพมหานคร" กลายเป็น เมืองหลวงที่มีจำนวนผู้ใช้งาน Facebook มากที่สุดในโลก (11.8 ล้านคน) ผู้ใช้งาน Line มากเป็นอันดับ 2 ของโลก (15 ล้านคน) สนามบินสุวรรณภูมิ ได้รับการจัดอันดับเป็น The World's Most Instagram Popular Destination 2012 ขณะที่ประเทศไทยยังติดอันดับ 15 ประเทศแรกในโลกสำหรับตลาดของอุปกรณ์สื่อสารที่ใช้ในการพกพา (Mobile Application) และเป็นเพียงประเทศเดียวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้^{๓๖} พร้อมทั้งได้รับการผลักดันจากภาครัฐที่มีนโยบายให้คนไทยได้ใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงครอบคลุมทุกพื้นที่ทุกจังหวัดทั่วประเทศ จึงเป็นผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีนั้นสามารถ เข้าถึงผู้คนจำนวนมากได้และรวดเร็วทำให้ธุรกิจเติบโตเร็วและสามารถสร้างธุรกิจให้มีมูลค่ามากในระยะเวลา อันสั้น ดังนั้นจึงถือว่าเทคโนโลยีหรือไอทีมีความสำคัญอย่างยิ่งกับธุรกิจ Startup หรือที่ในวงการ Startup จะ เรียกธุรกิจที่นำเทคโนโลยีมาขับเคลื่อนธุรกิจจนเติบโตอย่างรวดเร็วนี้ว่า “Tech Startup”

๒.๒.๑๔) ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ

ในวันที่เริ่มทำสตาร์ทอัพสิ่งที่ทุกคนคาดหวังความสำเร็จในธุรกิจแต่การที่จะทำธุรกิจสตาร์ทอัพให้ ประสบความสำเร็จนั้นต้องมีปัจจัยหลายๆอย่างที่เป็นส่วนทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพประสบ

^{๓๕} Fayossy , อัปเดตตัวเลขผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ปี 2017. ,(ออนไลน์),แหล่งที่มา: <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/digital-in-2017-global-overview/>, (๒ มี น า ค ม ๒๕๖๓).

^{๓๖} จีราวัฒน์ คงแก้ว, STARTUP เทรนด์ร้อน...!! ธุรกิจเกิดใหม่ ,(ออนไลน์),แหล่งที่มา: <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/538848/>, (๒ มีนาคม ๒๕๖๓).

ความสำเร็จได้ จาก วงการการสตาร์ทอัพ โดย Bit Gross ได้กล่าวไว้ว่า จังหวะเวลา การทำธุรกิจนั้น ต้องมีปัจจัยหลายๆปัจจัย แต่ ถ้าธุรกิจเปิดตัวและดำเนินการในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม เช่นในช่วง ตลาดอิ่มตัวแล้ว หรือมีตัวเลือกมาก ก็จะทำให้ธุรกิจไปรอดได้ยาก อย่างเช่น ธุรกิจ OokBee เป็น ธุรกิจแอปพลิเคชันขายหนังสือออนไลน์ เป็นธุรกิจ Startup ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ที่ทำธุรกิจมา 5 ปี กว่าจะได้เป็นที่รู้จักก็ต้องผ่าน การเปลี่ยนแปลงของบริษัทในหลาย รูปแบบ โดยคุณณัฐติ พิงเจริญพงศ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ร่วม ก่อตั้ง OokBee ได้กล่าวว่า เวลาและข้อได้เปรียบที่เหนือกว่าคนอื่นเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ธุรกิจได้เปรียบใน การเข้าครอบครอง ตลาดนั้นก่อน ^{๓๓๗} และธุรกิจ Uber เป็นธุรกิจผู้ให้บริการแท็กซี่แบบ ใหม่โดยให้บุคคลทั่วไปที่มีรถยนต์ มาขับเป็นแท็กซี่และมีการเรียกผ่านแอปพลิเคชันได้ เป็นธุรกิจ Startup ประเภทบริการ ซึ่งในประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายรองรับ เป็นธุรกิจที่เปิดตัวในช่วงที่เศรษฐกิจไม่ดี หรือคนหา รายได้เสริม มากขึ้นทำให้ Uber เป็นที่รู้จัก และต่อมาปัจจัยด้าน ทีม ธุรกิจทุกธุรกิจทีมงานเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ใน การทำงานเป็นทีมจะทำให้ไปได้ไกลและประสบความสำเร็จและถ้าได้ทีมงานที่ดีเข้ากันก็มีแนวคิด การ ทำงานที่ตรงกันและให้ความร่วมมือดี งานก็จะออกมาดีธุรกิจก็จะเติบโตและประสบความสำเร็จ อย่างเช่น ธุรกิจ Ookbee ให้ความสำคัญกับทีม เพราะในการทำธุรกิจ Startup จะใช้เวลาไม่มากแต่ การเปลี่ยนแปลงจะ เกิดขึ้นเร็วทำให้ต้องมีทีมที่ดีและเข้าใจการแบ่งงานกันทำเพราะคนเดียวไม่สามารถทำทุกอย่างได้เองทั้งหมด และไม่สามารถเข้าใจงานได้ถ้าไม่ใช่ทีมเดียวกัน ธุรกิจ Ookbee มี ทีมงานที่เรียกว่า IT WORKS ที่ทำให้เริ่มธุรกิจ จนสามารถเป็นเบอร์หนึ่งของตลาดได้ และธุรกิจ Wongnai เป็นแอปพลิเคชันร้านอาหารที่ผู้บริโภคสามารถ รีวิวอาหารได้ทั่วประเทศ เป็นธุรกิจ Startup ประเภท User-GeneratedContent หรือการสร้างเนื้อหา (Content) ที่เกิดจากผู้ใช้ หรือ ผู้ติดตาม มาไว้บนพื้นที่ของเว็บไซต์ โดยคุณยอด ชินสุภัคกุลประธานเจ้าหน้าที่ บริหารและผู้ร่วม ก่อตั้ง ได้เริ่มทำธุรกิจ Startup ที่อเมริกาเพราะ ช่วงนั้นที่นั่นคนทำคอนข้างเยอะ และจาก การขาด ทีมงาน จ้างทีมที่อินเดียเขียนโปรแกรม แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จจึงกลับมาทำธุรกิจที่ประเทศไทย เพราะคุณยอดมั่นใจว่าหาทีมได้ไม่จำเป็นต้องจ้างทำ และค่อยๆร่วมทีมเพื่อนมาหลายชิ้นมา การทำงาน กับเพื่อน ทำให้เข้าใจกันง่ายขึ้นอยากเปลี่ยนตรงไหน อยากเพิ่มอะไรก็ทำได้ง่ายขึ้น เมื่อได้ทีมที่ดีธุรกิจ ก็ประสบ ความสำเร็จ ^{๓๓๘} ไอเดีย หรือแนวความคิดใหม่ๆ การจะทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ ต้องมีแนวความคิดใหม่ๆ สร้างสรรค์ รู้จักแก้ปัญหา เพราะแนวความคิดใหม่ๆจะเป็นตัวบอกว่าเราจะ ทำอะไร ทำยังไง แก้ไขอะไร เป็นการเริ่มต้นในการทำสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จโดยที่ แนวความคิดต้องไม่ซ้ำหรือ จะเป็นการต่อยอดแนวความคิดเดิมที่มีอยู่แล้วให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น อย่างเช่น นาย Garrett Camp ผู้ร่วม ก่อตั้ง UberCamp ที่เขาเกิดแนวความคิดใหม่ๆจากการ แก้ปัญหาเรียก Taxi ยาก จึงมีแนวความคิดเรียกรถ ผ่านแอปพลิเคชันที่ชื่อว่า UberCab.com และ อีกธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับแนวความคิดใหม่ๆ CLAIM DI เป็น แอปพลิเคชันเรียกประกันภัย เป็น ธุรกิจ Startup ประเภทบริการ และยังเป็นธุรกิจ SMEs แล้วพัฒนามาเป็นStartup โดยมีคุณกิตติ นันท์ อนุพันธ์ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้งธุรกิจ CLAIM DI ที่ได้รับความ ไว้วางใจจากบริษัท

^{๓๓๗} อศินา พรวิสิน, วิถี Startup ,สมุทรปราการ: เนชั่นบุ๊คส์,๒๕๕๙.

^{๓๓๘} อศินา พรวิสิน, วิถี Startup ,สมุทรปราการ: เนชั่นบุ๊คส์,๒๕๕๙.

ประกันถึง 15 บริษัท มีแนวความคิดที่จะแก้ไขการเกิดอุบัติเหตุและความยุ่งยากให้การ เรียกประกัน ทำให้มีความสะดวกสบายยิ่งขึ้นและใช้เวลาไม่นานและเป็น Startup ที่คิดเร็วทำเร็วเปลี่ยนธุรกิจ ได้อย่างรวดเร็วทำให้คู่แข่งตามไม่ทัน แผนธุรกิจ เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จ การที่เราจะทำธุรกิจอะไรก็ตามเราต้องมีการวางแผนที่ชัดเจนในการทำธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจเป็นไปในทิศทางที่เรา ต้องการ อย่างเช่น ธุรกิจ WASHBOX 24 เป็นธุรกิจ Startup ที่ช่วยแก้ปัญหาคนทำงานที่ไม่มีเวลาและ ต้องการความสะดวกในการซักรีด โดยใช้บริการซัก-รีดผ่านแอปพลิเคชัน บนมือถือใช้งานได้ 24 ชั่วโมง ^{๓๙} โดยคุณนิธิพนธ์ ไทยานุรักษ์ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้งธุรกิจ WASHBOX24 เป็นธุรกิจ Startup ประเภทบริการ ธุรกิจ Wongnai เป็นธุรกิจที่มีแผนธุรกิจที่ชัดเจนเช่นกัน เนื่องจากผู้ก่อตั้งมีความถนัดทางด้านซอฟต์แวร์โปรแกรมจึงทำให้สามารถพัฒนาโปรแกรมตามแผนธุรกิจที่วางไว้ ได้ และธุรกิจ CLAIM DI ที่มีแผนธุรกิจที่ยืดหยุ่นเมื่อเกิดปัญหาก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ^{๔๐} และปัจจัยสุดท้ายที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบความสำเร็จคือเงินทุน การทำธุรกิจสิ่งที่สำคัญคือเงินทุนหรือแหล่งเงินทุน ปัจจุบันแหล่งเงินทุนสตาร์ทอัพในประเทศไทยยังมีการสนับสนุนในทำ สตาร์ทอัพมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะธนาคารต่างๆที่สนับสนุนเงินทุนให้ธุรกิจสตาร์ทอัพและก็มีแหล่งเงินทุนให้เลือก หลากหลายรูปแบบ มี 500 TukTuks กองทุนระดับโลกที่คอยช่วยเหลือเรื่องเงินทุน ^{๔๑} ธุรกิจ Startup มีหลายธุรกิจที่ได้เงินทุนจาก 500 TukTuks อย่างเช่น 1. CLAIM DI, 2.OokBee, 3.Washbox24 เป็นต้น สำหรับธุรกิจ OokBee คุณณัฐวุฒิ ได้กล่าวว่า เงินลงทุนเป็นเครื่องมือของการเติบโตของธุรกิจของ Startup และธุรกิจ Wongnai ที่ใช้ทุนเงินตัวเองลงทุนเพื่อพัฒนาให้ธุรกิจมีผู้ใช้จำนวน มากและจึงขอรับการระดมทุนในภายหลังจึงทำให้ง่ายต่อการระดมทุนเพราะธุรกิจมีการพัฒนาขึ้นไปเรื่อยๆจึง มีความเสี่ยงน้อย^{๔๒}

๒.๒.๑๕) แนวโน้มของธุรกิจ Startup

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา Startup ได้ถูกพูดถึงเป็นอย่างมากในประเทศไทย และยังคงพูดถึงเรื่อยๆในแวดวงธุรกิจ แต่ก็มีผลสำรวจมาว่าอัตราความล้มเหลวของ Startup มีมากถึง 90 % ^{๔๓} ในปัจจุบันเริ่มมีคนสนใจธุรกิจ Startup เพิ่มมากขึ้น เพราะมีแนวโน้มว่าจะไม่ล้มลุกคลุกคลาน เหมือนสมัยยุคแรกๆแล้ว เพราะประเทศไทยได้จัดตั้งสมาคม Thailand Tech Startup Association (สมาคม การค้าเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่) ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่สนใจอยากทำ Startup พร้อมทั้งเป็นจุดศูนย์รวมให้ทุกคนได้มาแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นกัน ในแวดวง Startup และ ยังมี 500 TukTuks กองทุนระดับโลกที่คอยช่วยเหลือเรื่องเงินทุน และกระทั่งมีโรงเรียนสอน Startup อย่าง Disrupt University (ตั้งอยู่ TCDC ไพรชณียกกลางบางรัก) ทำให้

^{๓๙} ฉัตรชัย ตวงรัตนพันธ์, “WashBox24” แบบอย่าง Startup ไทย.?, (ออนไลน์), แหล่งที่มา: <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/637723>, (๒ มีนาคม ๒๕๖๓).

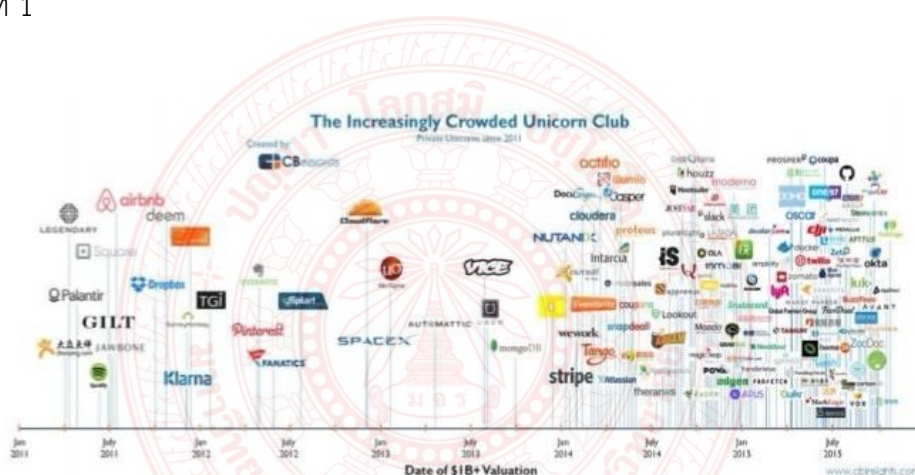
^{๔๐} อศินา พรวิสิน, วิถี Startup ,สมุทรปราการ: เนชั่นบุ๊คส์, ๒๕๕๙.

^{๔๑} สิทธิพงษ์ จงสกุล, ปัจจัยที่ทำให้ Startup ประสบความสำเร็จ.?, (ออนไลน์), แหล่งที่มา: <https://medium.com/>, (๒ มีนาคม ๒๕๖๓).

^{๔๒} อศินา พรวิสิน, วิถี Startup ,สมุทรปราการ: เนชั่นบุ๊คส์, ๒๕๕๙.

^{๔๓} สิทธิพงษ์ จงสกุล, ปัจจัยที่ทำให้ Startup ประสบความสำเร็จ.?, (ออนไลน์), แหล่งที่มา: <https://medium.com/>, (๒ มีนาคม ๒๕๖๓).

Startup รายใหม่มีความมั่นใจมากขึ้นที่จะกล้าคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ พร้อมทั้งการเข้ามาของยุคเทคโนโลยีในไทยถึงแม้จะช้ากว่าประเทศอื่นๆ แต่ ปัจจุบันคนไทยมีสถิติผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกว่า 38 ล้านคน จากจำนวนประชากรทั้งหมด 68 ล้านคน คิดเป็น 56.96% และทั้ง 38 ล้านคนนี้ใช้งาน Social Media ทั้งสิ้น ^{๔๔} นอกจากนี้สถิติการใช้สื่อสังคม ออนไลน์และอินเทอร์เน็ตทั่วโลกยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ดังที่บริษัทเอเจนซีวิจัยด้านสื่อสังคมออนไลน์ชื่อ ดังในสิงคโปร์ได้ออกมาปรับข้อมูลให้เป็นปัจจุบันเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในโลกดิจิทัล (Digital Movement) ในปี 2017 นี้ว่า จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วโลก ตอนนี้ทะลุ 3.7 พันล้านคนแล้ว คิดเป็น 50% ของ ประชากรทั่วโลก จำนวนผู้ใช้ Social Media ตอนนี้มากกว่า 2.7 พันล้านคน คิดเป็น 37% ของจำนวน ประชากรทั่วโลก ทำให้นักลงทุนมองเห็นความเป็นไปได้ของธุรกิจ Startup ในไทยและหลายประเทศทั่วโลก ที่ จะสามารถประสบความสำเร็จและเติบโตได้ และแนวโน้มการเติบโตของ Startup ยังเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ดังรูปที่ 1



ที่มา <http://www.visualcapitalist.com/the-increasingly-crowded-unicorn-club/>

รูปที่ 1 การเติบโตของ Startup

จากการศึกษาพบว่าธุรกิจที่ศึกษานั้นจะเห็นว่าลักษณะของธุรกิจเป็นธุรกิจที่แตกต่างกันออกไป แต่ อย่างไรก็ตามแต่ละธุรกิจต่างมีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกัน ประกอบด้วย 5 ปัจจัยหลักๆ คือ 1. จังหวะเวลา 2. ทีม 3. ไอเดียหรือแนวคิดใหม่ๆ 4. แผนธุรกิจ 5. เงินทุน ที่ทำให้ธุรกิจ Startup ประสบ ความสำเร็จ แต่ในแต่ละธุรกิจจะเน้นปัจจัยที่แตกต่างกัน เช่น ธุรกิจ Startup ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจังหวะเวลาเป็นอันดับแรก เพราะจะต้องอาศัยสินค้าและ หรือบริการที่ตรงกับช่วงจังหวะเวลาและ

^{๔๔} Fayossy , อัพเดทตัวเลขผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ปี 2017. ?, (ออนไลน์), แหล่งที่มา: <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/digital-in-2017-global-overview/>, (๒ มี น า ค ม ๒๕๖๓).

ความต้องการของผู้คนส่วนมาก และปัจจัยรองลงมาคือทีมงานที่ดี ร่วมงานกันง่ายและเงินทุน ส่วนธุรกิจ Startup ประเภท User-Generated Content จะให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านทีมเป็นอันดับแรก เพราะการที่มีทีมที่สามารถทำงานกันได้ง่าย เข้าใจกัน ก็จะนำไปสู่แผนธุรกิจที่ลง ตัว ออกมาในจังหวะเวลาที่เหมาะสม ก็จะส่งผลให้สามารถระดมเงินทุนได้มาก ธุรกิจ Startup ประเภทบริการ จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ๆ ธุรกิจนี้จะต้องมีความแปลกใหม่ตลอดเวลา มีความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถเรียกความสนใจให้คนมาใช้บริการได้ และยังให้ความสำคัญกับจังหวะเวลาที่ผู้คน ส่วนมากพบเจอปัญหาและเกิดความต้องการพอดีอีกด้วยดังนั้นจึงต้องมีการวางแผนธุรกิจที่ดีและคิดครอบคลุม ทุกด้านทุกมุม ในการทำธุรกิจนั้นปัจจัยด้านเงินทุนสำคัญมาก กับธุรกิจ Startup ทุกๆประเภทแต่ทั้งนี้ก็ถือ เป็นปัจจัยรองที่แต่ละธุรกิจให้ความสำคัญเพราะหากธุรกิจนั้นมีทีมที่ดี แนวความคิดใหม่ๆ แผนธุรกิจที่น่า ลงทุน และจังหวะเวลาที่เหมาะสมก็จะสามารถหาเงินระดมทุนได้ไม่ยาก ซึ่งปัจจุบันมีโอกาสดีกกว้างและมี การสนับสนุนอย่างกว้างขวางจากบริษัทขนาดใหญ่ รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐด้วย และสุดท้ายปัจจัย หลักที่ทำให้ Startup ประสบความสำเร็จนั้น คือความสามารถในการตอบโจทย์ความต้องการและสามารถ แก้ไขปัญหาได้ตรงใจผู้บริโภค ขณะเดียวกัน Startup ก็ต้องสามารถสร้างรายได้จากธุรกิจดังกล่าวได้ด้วยถึงจะ กล่าวได้ว่า ธุรกิจ Startup นั้นประสบความสำเร็จ

๒.๒.๑๖)คุณสมบัติเบื้องต้น ของผู้ประกอบการ Startup^{๔๕}

๑)มีความปรารถนาอย่างแรงกล้า

ในที่นี้หมายถึงมีความปรารถนาอย่างแรงกล้า (Passion) ในการจะเป็นผู้ประกอบการ มีความฝันอยากเป็นเจ้าของธุรกิจ อยากสร้างธุรกิจของตัวเอง รู้ว่าตัวเองกำลังทำอะไร อยากจะสร้างอะไรเพื่อแก้ปัญหาให้ผู้คน และมีความสุขในการทำสิ่งนั้น ไม่ใช่อยากทำ เพราะแฟชั่น หรืออยากทำเพราะคิดว่ารวยเร็ว แต่อยากทำเพราะเป็นความฝัน เป็นความ ต้องการของเราจริงๆ การมี Passion จะทำให้เรามีพลังในการทำงาน มีความสุขที่ตื่นเช้า มาทำงาน และจะทำให้เรามุ่งมั่น ขวนขวายหาความรู้พัฒนาตัวเองตลอดเวลา รวมถึงจะ เป็นแรงผลักดันให้ก้าวต่อไปได้ ในวันที่มีปัญหาอุปสรรคมากมาย ก็จะไม่ย่อท้อต่อความ ยากลำบาก

Jack Ma แจ็ค หม่า

เจ้าของ Alibaba ธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่ใหญ่ที่สุด ในประเทศจีน เคยสอบเลขได้แค่เกรด 1 สอบตกสมัย ไฮสคูล 3 ครั้ง เอนทรานส์ไม่ติด 3 ครั้ง เคยสมัครงาน 30 แห่ง แต่ถูกปฏิเสธหมด เป็นคนที่ไม่มีอะไรที่เหมาะสมกับการเริ่มต้นธุรกิจเลย แต่มี Passion และมีความมุ่งมั่นในทุกเรื่องและจะทำอย่าง เต็มที่ จนประสบความสำเร็จอย่างทุกวันนี้

Top Aitthipat ตอป อธิธิพันธ์

เจ้าของธุรกิจ “เก้าแก่น้อย” จากเด็กติดเกมส์ ที่มี Passion อย่างแรงกล้าที่จะเป็น เจ้าของธุรกิจ และลาออก จากการเรียนตอนปี 1 มาทำธุรกิจเต็มตัว ได้ลองผิด ลองถูกหลายครั้งจนมา

^{๔๕} ญฤทธิ์ วรพงษ์ดี, Set Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ, (กรุงเทพมหานคร, ๒๕๖๐), หน้า ๑๘.

เป็น เจ้าแกน้อย ในปัจจุบันที่มี ยอดขายมากกว่า 3 พันล้าน ในกว่า 30 ประเทศทั่วโลก ด้วยวัยเพียง แค่ 30 ปี

2) มีความคิดสร้างสรรค์

การสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพ มักเป็นรูป แบบธุรกิจใหม่ๆ หรือเป็นสินค้าบริการที่ไม่ เคยมีมาก่อน จำเป็นต้องใช้ความคิด สร้างสรรค์ หรือการคิดนอกกรอบ ซึ่งคนที่ มีความคิดสร้างสรรค์มักเป็น คนช่างคิด ช่าง สังเกต ช่างสงสัย สิ่งนี้จะช่วยให้เกิดไอเดียใหม่ ๆ โมเดลทางธุรกิจใหม่ ๆ รวมถึง กลยุทธ์ต่างๆ ที่จะช่วยให้การสร้างและ ขยายการเติบโตธุรกิจทำได้ง่ายขึ้น

๓) ความเป็นนักกลยุทธ์

ทักษะนี้เป็นทักษะสำคัญของผู้ ประกอบการสตาร์ทอัพ ที่ชอบคิด วิเคราะห์ เพื่อหา แนวทางที่ดีที่สุด จะต้อง เห็นภาพใหญ่ ประเมินสภาพแวดล้อม และเป้าหมายที่จะเดินทางไปถึง ซึ่ง ความเป็นนักกลยุทธ์จะต้องรู้จักวางแผน วิเคราะห์ ประเมินผล และเรียนรู้ปรับปรุง อยู่ตลอดเวลา ไม่ ว่าจะเป็นในเรื่องของ สินค้า บริการ หรือโมเดลทางธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดและไปถึงเป้าหมาย ได้ สำเร็จ

๔) ความเป็นผู้นำและกล้าตัดสินใจ

การเป็นผู้ก่อตั้งบริษัท เราคือผู้นำพาธุรกิจให้เดินต่อไปได้ ซึ่งต้องพบกับปัญหา มากมาย รวมถึงสิ่งสำคัญที่จะต้องรับผิดชอบ ความเป็นผู้นำจำเป็นมากสำหรับเจ้าของ โดยเฉพาะผู้ก่อตั้งที่อายุน้อย อาจมีลูกน้องที่มีอายุมากกว่า ซึ่งความเป็นผู้นำและกล้า ตัดสินใจ จะช่วยสร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือต่อผู้ได้บังคับบัญชาได้ ทำให้ธุรกิจ สามารถเดินต่อไปได้

๕) มีความกล้าเสี่ยง

แน่นอนว่าการทำธุรกิจมีความเสี่ยง แต่การทำธุรกิจสตาร์ทอัพ มีความเสี่ยง ยิ่งกว่าเพราะ เป็นการสร้างสิ่งใหม่ๆ ซึ่งอาจจะ ต้องใช้เวลาในการพิสูจน์ และในช่วงแรก ยังไม่สามารถตอบได้ว่า ธุรกิจที่ทำจะไปได้ หรือไม่ จึงต้องทุ่มเทกับธุรกิจอย่างเต็มที่ รวมถึงอาจจำเป็นต้องทำงานเต็มเวลาเพื่อ สร้างการเติบโตอย่างรวดเร็ว และจะเป็นช่วงที่ ไม่มีรายได้จึงมีความเสี่ยงสูง แต่ผู้ประกอบการ สตาร์ทอัพก็สามารถยอมรับความเสี่ยงนี้ได้ เพื่อแลกกับความสำเร็จอันยิ่งใหญ่

ทั้ง 5 คุณสมบัตินี้ จะเป็นคุณสมบัติเบื้องต้นที่ ทำให้รู้ว่าเรามีความพร้อม หรือไม่ ในการ เริ่มต้นทำ ธุรกิจสตาร์ทอัพ ทั้งนี้ยังมี คุณสมบัติย่อยอื่นๆ เพิ่ม เต็มอีก ซึ่งเป็นคุณสมบัติ ของ ผู้ประกอบการที่ดี อยู่ใน Startup Checklist ลอง มาดูกันซิว่าเรามีคุณสมบัติ ของผู้ประกอบการมาก น้อย เพียงใด

STARTUP CHECKLIST

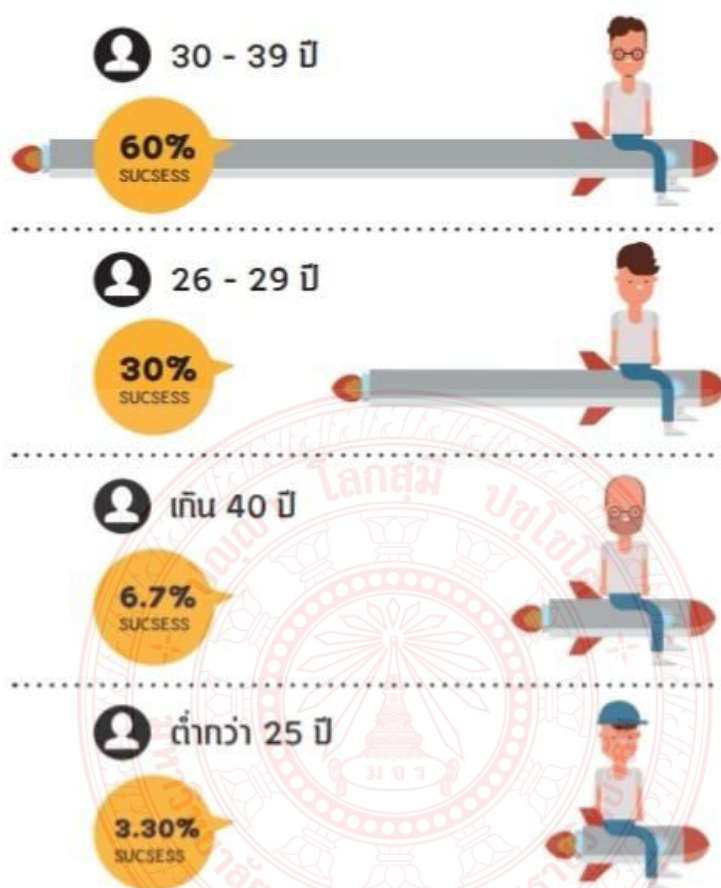
- | | |
|--|---|
| ➡ 1. มีความปรารถนาอย่างแรงกล้า Passion ในการทำธุรกิจ | ➡ 9. มีความรู้ในสิ่งที่จะทำ |
| ➡ 2. มีความคิดสร้างสรรค์ | ➡ 10. มีผู้ร่วมก่อตั้งและทีมที่มีทัศนคติในการทำงานตรงกัน (เคมีตรงกัน) |
| ➡ 3. มีความเป็นนักกลยุทธ์ | ➡ 11. รักการเรียนรู้ |
| ➡ 4. มีความเป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจ | ➡ 12. มีทักษะการสื่อสาร และชอบพูดคุย พบปะกับคนใหม่ๆ |
| ➡ 5. มีความกล้าเสี่ยง | ➡ 13. มีคอนเนกชั่น และคนคอยสนับสนุน |
| ➡ 6. มีความมุ่งมั่นตั้งใจ | ➡ 14. มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ |
| ➡ 7. มีความมั่นใจในตัวเอง เชื่อมั่นในตัวเอง | ➡ 15. มีเงินทุนตั้งต้น |
| ➡ 8. มีความพยายามอดทน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค | |

ลองตรวจสอบตัวเองว่ามีความพร้อม และเหมาะที่จะทำธุรกิจสตาร์ทอัพหรือไม่ จาก Start-up Checklist หากมีคุณสมบัติมากกว่าครึ่ง ก็ลองไปลุยกันได้เลย

จากสถิติผลสำรวจ Thai Startup Founders Survey 2016 โดย Thai Venture Capital Association (NCA) ได้สำรวจ ผู้ก่อตั้งสตาร์ทอัพไทย 30 บริษัท (ที่ประสบความสำเร็จมีการระดมทุนจาก VC อย่างน้อย 1 รอบ)

พบว่าช่วงอายุของผู้ก่อตั้ง สตาร์ทอัพส่วนใหญ่อยู่ที่ 30 - 39 ปี (60%) รองลงมาคือ 26 - 29 ปี (30%), เกิน 40 ปี (6.7%) และต่ำกว่า 25 ปี (3.30%) เป็นการยืนยันว่า การสร้าง ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถทำได้ ทุกช่วงอายุ แต่ช่วงที่มีโอกาส ประสบความสำเร็จมากที่สุด จะอยู่ในช่วง 30 - 39 ปี

Thai Startup Founders Survey 2016



หากไม่แน่ใจว่าพร้อมที่จะเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ หรือไม่ แต่มีความสนใจอยากทำธุรกิจ การลองเข้าไป สมัครทำงานกับบริษัทสตาร์ทอัพดูก่อน อาจเป็นทางเลือกที่ดีที่จะได้เห็นตัวอย่างและแนวทางในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ

คุณสมบัติเหล่านี้เป็นแนวทางเพื่อให้ทราบว่า การเป็นผู้ประกอบการที่ดี จะต้องเตรียมความพร้อมอะไรบ้าง ซึ่งหากท่านใดมีคุณสมบัติไม่ครบ ก็ไม่ได้หมายความว่า จะไม่สามารถสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพได้ เพราะคุณสมบัติเหล่านี้สามารถพัฒนาและฝึกฝนกันได้ ในขณะที่เดียวกันคนที่มีความรู้ครบถ้วนถึงจะมีความพร้อมที่ดีกว่า แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า จะประสบความสำเร็จเสมอไป ยังต้องไปเผชิญกับปัญหา อุปสรรค ที่ยังไม่คาดคิดต่างๆ อีกมากมาย ซึ่งหากมีวิธีการหรือแนวทางในการสร้างธุรกิจที่ถูกต้อง ก็จะช่วยให้โอกาส ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจมีมากขึ้น

2.- แนวคิดการพัฒนาศักยภาพ

2.๓.1 ความหมายการพัฒนา

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพบว่ามีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการพัฒนาไว้อย่างหลากหลายที่ดังนี้

พระราชวรมนี (ประยูร ปยุตโต) ได้ให้ความหมาย“การพัฒนา” มาจากภาษาบาลีว่า วัฒนะ แปลว่า เจริญ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ การพัฒนาคน เรียกว่า ภาวนา กับการพัฒนาสิ่งอื่นๆ ที่ไม่ใช่คน เช่น วัตถุและสิ่งแวดล้อมต่างๆ เรียกว่าพัฒนาหรือวัฒนา เช่น การสร้างถนน บ่อน้ำ อ่างเก็บน้ำ เป็นต้น^{๔๖}

จินตวิทย์ เกษมสุข ได้ให้ความหมายการพัฒนา หมายถึง แนวความคิดที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น และเป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีแผน โดยผ่านเข้าไปในกลไกของรัฐ ซึ่งรัฐจะกำหนดวัตถุประสงค์ของการพัฒนาจากปัญหาและความต้องการของประชาชน^{๔๗}

พัฒน์ บุญรัตพันธุ์ ได้ให้ความหมายการพัฒนาชุมชนว่า เป็นกระบวนการอย่างหนึ่งที่รัฐบาลนำมาใช้เพื่อเป็นการกระตุ้นเสริมสร้างท้องถิ่นให้ก้าวหน้าทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการดูแลตนเองตามระบบประชาธิปไตย^{๔๘}

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข ได้ให้ความหมาย การพัฒนา หมายถึง การที่คนในชุมชนและสังคมโดยส่วนรวมได้ร่วมกันดำเนินกิจกรรมเพื่อปรับปรุงความรู้ความสามารถของตนเอง และร่วมกันเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตของตนเองชุมชนสังคมให้ดีขึ้น^{๔๙}

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ ได้ให้ความหมายการพัฒนา คือ การเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดทิศทาง (Directed change) หรือการเปลี่ยนแปลงที่ไดวางแผนไวแน่นอนล่วงหน้า (planned change)^{๕๐}

สานิตย์ บุญชู ได้ให้ความหมายการพัฒนาชุมชน คือ เป็นการมุ่งส่งเสริมความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้นกระตุ้นประชาชนให้เกิดความร่วมมือ เกิดความคิดริเริ่ม เพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ให้เกิดการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา^{๕๑}

วิรัช เตียงหงษากุล ได้ให้ความหมายการพัฒนาชุมชน หมายถึงเป็นกลยุทธ์ในการทำงานอย่างหนึ่งซึ่งละเอียดอ่อนและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การพัฒนาชุมชนยังเป็นกระบวนการ คือ เป็นการทำงานที่มีขั้นตอนและต่อเนื่อง เป็นการทำงานกับประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนในชนบท ดังนั้น ถ้าใช้กระบวนการพัฒนาชุมชนเข้าช่วยในการพัฒนาชนบทแล้ว การพัฒนาชนบทมี

^{๔๖}พระราชวรมนี, (ประยูร ปยุตโต), ทางสายกลางของการศึกษาไทย, (พิมพ์ครั้งที่ 2). (กรุงเทพมหานคร: คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2530), หน้า 16-18.

^{๔๗}จินตวิทย์ เกษมสุข, หลักการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557), หน้า 4.

^{๔๘}พัฒน์ บุญรัตพันธุ์, การสร้างพลังชุมชนโดยกระบวนการพัฒนาชุมชน, (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2517), หน้า 1.

^{๔๙}สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, สังคมไทยแนวทางการวิจัยและพัฒนา, (ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2525), หน้า 179.

^{๕๐}สัญญา สัญญาวิวัฒน์, ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม, พิมพ์ครั้งที่ 6, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549), หน้า 7.

^{๕๑}สานิตย์ บุญชู, การพัฒนาชุมชน, (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2525), หน้า 7.

แนวโน้มอย่างมากที่จะประสบความสำเร็จอย่างแน่นอน กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การพัฒนาชุมชนสามารถช่วยให้การพัฒนาชนบทสำเร็จถ้าได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง^{๕๒}

ณรงค์ ศรีสวัสดิ์ได้ให้ความหมายของการพัฒนาชุมชนว่า เป็นการให้ทรัพยากรส่วนใหญ่ในท้องถิ่น ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เกิดความคุ้มค่า และถ้าหากว่าชุมชนขาดสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่จำเป็นแก่การเปลี่ยนแปลง ฝ่ายรัฐหรือองค์กรพัฒนาเอกชนจะช่วยจัดหาสิ่งจำเป็นที่ขาดแคลนนั่นได้^{๕๓}

กรมการพัฒนาชุมชนได้ให้ความหมายการพัฒนาชุมชน หมายถึง การพัฒนาความรู้ความสามารถของประชาชน เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการช่วยตนเอง เพื่อนบ้านและชุมชนให้มาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยการร่วมมือกันระหว่างประชาชนกับรัฐบาล เป็นวิธีการที่นำการบริการของรัฐบาลกับความต้องการของประชาชนเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น^{๕๔}

กล่าวโดยสรุปคือ การพัฒนา หมายถึง กระบวนการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงของสิ่งใดสิ่งหนึ่งพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ทั้งทางด้านคุณภาพ ปริมาณ และสิ่งแวดล้อม ด้วยการวางแผนโครงการและดำเนินงานโดยมนุษย์ เพื่อประโยชน์แก่ตัวของมนุษย์ เพื่อความก้าวหน้าของสิ่งที่เป็นอยู่ตามความต้องการของมนุษย์หรือสังคม เพื่อคุณภาพชีวิตของมนุษย์ ชุมชน สังคมที่ดีกว่า

2.3.2 ลักษณะของการพัฒนา

ผศ.สนธยา พลศรี^{๕๕}ได้กล่าวถึงลักษณะของการพัฒนาที่สำคัญว่า

1.เป็นการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ เช่น ด้านคุณภาพ ปริมาณ และสิ่งแวดล้อมของสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ดีขึ้นหรือให้มีความเหมาะสม อันเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างรอบด้าน ไม่ใช่เปลี่ยนแปลงในด้านใดด้านหนึ่งเพียงด้านเดียวเท่านั้น หรืออาจจะเรียกได้ว่าต้องเป็นการเปลี่ยนแปลงทั้งระบบ

2.มีลักษณะเป็นกระบวนการ คือ เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตามลำดับขั้นตอนและอย่างต่อเนื่องกัน โดยแต่ละขั้นตอนมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเป็นลำดับ ไม่สามารถข้ามขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งได้

3.มีลักษณะเป็นพลวัต คือ เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลาไม่หยุดนิ่ง แต่การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะเป็นแบบรวดเร็วหรือช้าๆ ปริมาณมากหรือน้อยก็ได้

4.เป็นแผนและโครงการ คือ เกิดขึ้นจากการเตรียมการไว้ล่วงหน้าว่าจะเปลี่ยนแปลงใครด้านใด ด้วยวิธีการใด เมื่อไร ใช้งบประมาณเท่าใด ใครรับผิดชอบ เป็นต้น ไม่ใช่เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นโดยไม่มีเตรียมการไว้ล่วงหน้า

^{๕๒}วิรัช เตียงหงษากุล, **หลักการพัฒนาชุมชน บทบาทของสถาบันการศึกษากับการพัฒนาชุมชนชนบท**, (บัณฑิตมหาวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2529), หน้า 8.

^{๕๓}ณรงค์ ศรีสวัสดิ์, **สังคมวิทยาชนบท**, (กรุงเทพมหานคร: คณะสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2527), หน้า 148.

^{๕๔}กรมการพัฒนาชุมชน, **ภูมิปัญญาไทย**, (กรุงเทพมหานคร: กรมการพัฒนาชุมชน, 2548), หน้า 10.

^{๕๕}ผศ.สนธยา พลศรี, **ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน**, พิมพ์ครั้งที่ 4, (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, 2547), หน้า 4.

5.เป็นวิธีการ การพัฒนาเป็นมรรควิธี หรือกลวิธีที่นำมาใช้ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เช่น การพัฒนาสังคม การพัฒนาชนบท การพัฒนาเมือง การพัฒนาเศรษฐกิจ การพัฒนาชุมชน ต่างก็เป็นวิธีการพัฒนาแบบหนึ่งที่มีลักษณะเฉพาะเป็นของตนเอง

6.เป็นปฏิบัติการ คือ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริง ไม่เป็นเพียงแนวความคิด หรือเป็นเพียงรายละเอียดของแผนและโครงการเท่านั้น เพราะการพัฒนาเป็นวิธีการที่ต้องนำมาใช้ปฏิบัติจริงจึงจะเกิดผลตามที่ต้องการ

7.เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการกระทำของมนุษย์ เพื่อประโยชน์ของมนุษย์ เพราะมนุษย์เป็นสัตว์โลกประเภทเดียวที่สามารถจัดทำแผน โครงการ และคิดค้นวิธีการพัฒนาตนเองและสิ่งต่างๆได้ การเปลี่ยนแปลงใดก็ตามถ้าไม่ได้เกิดจากการกระทำของมนุษย์แล้ว จะไม่ใช่การพัฒนา แม้ว่าจะมีลักษณะอื่นๆ เหมือนกับการพัฒนาก็ตาม

8.ผลที่เกิดขึ้นมีความเหมาะสมหรือพึงพอใจ ทำให้มนุษย์และสังคมมีความสุข เพราะการพัฒนาเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ และการอยู่ร่วมกันเป็นสังคมของมนุษย์นั่นเอง

9.มีเกณฑ์หรือเครื่องชี้วัด คือ สามารถบอกได้ว่าลักษณะที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงนั้น เป็นการพัฒนาหรือไม่ ซึ่งอาจดำเนินการได้หลายวิธี เช่น เปรียบเทียบกับสภาพเดิมก่อนที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลง กำหนดเกณฑ์มาตรฐานในการชี้วัดในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านคุณภาพ ปริมาณ สิ่งแวดล้อม ความคงทนถาวร การประเมินผลจากผู้ที่เกี่ยวข้องว่ามีความเหมาะสมหรือพึงพอใจหรือไม่ และระดับใด เป็นต้น

10.สามารถเปลี่ยนแปลงได้ การพัฒนานอกจากจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อมนุษย์ สังคม และสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์แล้ว รูปแบบ กระบวนการ และวิธีการพัฒนาเองก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากมนุษย์และสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และการเปลี่ยนแปลงที่เป็นผลของการพัฒนา จึงมีความจำเป็นต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการพัฒนาให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นด้วยการพัฒนาใหม่ๆ จึงเกิดขึ้นเสมอ

สุรสิทธิ์ วิทยาวัธ ได้กล่าวถึงลักษณะของการพัฒนาชุมชน ได้ดังนี้^{๕๖}

1. เป็นการดำเนินงานโดยและใช้ทรัพยากรในชุมชนเป็นสำคัญ ไม่พึ่งพาบุคคลหรือทรัพยากรนอกชุมชน
2. เป็นการร่วมมือกันระหว่างคนในชุมชนด้วยกัน คนในชุมชนกับหน่วยงานของรัฐหรือคนในชุมชนกับภาคเอกชน เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้การพัฒนาชุมชนประสบความสำเร็จ
3. การเปลี่ยนแปลงที่มีเป้าหมาย หรือทิศทางสามารถควบคุมได้

^{๕๖}สุรสิทธิ์ วิทยาวัธ, **หลักการสื่อสารมวลชน**, พิมพ์ครั้งที่ 2, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2549), หน้า 25.

4. เกิดจากความตั้งใจและการกระทำของมนุษย์ ตามแผนและโครงการที่กำหนดขึ้นไม่ใช่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

5. เป็นการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน ให้มีความรู้ ความสามารถในการพัฒนาตนเอง บุคคลอื่น และสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปใช้ในการยกระดับคุณภาพชีวิตของตนเองและชุมชนให้ได้มาตรฐานตามที่ต้องการ

6. เป็นกระบวนการในการศึกษา โดยใช้การศึกษาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคนในชุมชนให้มีคุณภาพและความพร้อมในการพัฒนา

7. เป็นกระบวนการจัดองค์กรหรือกลุ่ม เพราะการพัฒนาชุมชนเป็นกรณีกำลังของคนในชุมชนเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดศักยภาพของชุมชนและนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชนได้

8. เป็นการนำกลวิธีหรือวิธีการต่าง ๆ มาใช้

9. มีลักษณะเป็นประชาธิปไตย การพัฒนาชุมชนเป็นของชุมชน ดำเนินการโดยคนในชุมชนเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน เป็นการให้สิทธิเสรีภาพ อิสระภาพ เสมอภาค ในชุมชน และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเป็นผู้กำหนดวิธีการดำรงชีวิตของตนเองและชุมชนได้ด้วยตนเอง

2.3.3 เป้าหมายของการพัฒนาชุมชน

ชาตรี ก่อเกิดได้กล่าวถึงเป้าหมายของการพัฒนาชุมชนคือ “กินดี อยู่ดี มีความสุข” ซึ่งประกอบด้วยภาระงานของการพัฒนารวม 6 ด้าน ได้แก่

1. พัฒนาคคน โดยเฉพาะการพัฒนาให้มีจิตสำนึกในการรักถิ่นที่อยู่ รู้จักรับผิดชอบในหน้าที่ของตนเอง ร่วมแรงร่วมใจในการทำกิจกรรมและแก้ไขปัญหาต่างๆ ของชุมชน โดยอยู่ภายใต้ระบอบประชาธิปไตย

2. พัฒนาสิ่งแวดล้อม โดยมีกลุ่มกิจกรรมขยะแลกบุญที่มีวัตถุประสงค์เพื่อบรรเทาปัญหาขยะในชุมชน และส่งเสริมให้ชาวบ้านใช้สารชีวภาพและปุ๋ยอินทรีย์ในการประกอบการเกษตรในชุมชน

3. พัฒนาการสืบสานภูมิปัญญา ประเพณี วัฒนธรรม โดยใช้กิจกรรมทางพระพุทธศาสนาเป็นเครื่องร้อยรัดให้ชาวบ้านในชุมชนมาพบปะและทำกิจกรรมร่วมกัน รวมทั้งนำภูมิปัญญาของท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน ก่อให้เกิดอาชีพและความเข้มแข็งของระบบเศรษฐกิจของชุมชน

4. พัฒนาคุณภาพชีวิต ให้มีที่อยู่อาศัย มีอาหารที่ปลอดภัยต่อการบริโภค มีการนำสมุนไพรมาใช้ในการรักษาโรค มีการให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีกองทุนพัฒนาหมู่บ้านของชุมชน

5. พัฒนาสวัสดิการชุมชน เพื่อเป็นหลักประกันในการดำเนินชีวิตทั้งในด้านการคลอดบุตร การเจ็บป่วย การเสียชีวิต การส่งเสริมสุขภาพ นันทนาการ การศึกษา และการประกอบอาชีพ โดยมีหลักการว่าเมื่อเกิดปัญหาในการดำเนินชีวิตไม่ว่าด้านใดด้านหนึ่ง กองทุนสวัสดิการก็จะช่วยบรรเทาปัญหาเพื่อกลับมาดำรงชีวิตได้ตามปกติ

6. พัฒนารายได้ โดยมีการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชนที่ทุกคนร่วมกันเป็นเจ้าของ โดยให้ชาวบ้านในชุมชนที่มีความสามารถและความตั้งใจเข้ามาบริหารในรูปแบบธุรกิจของชุมชน ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ ลดปัญหาการว่างงาน ทำให้ชาวบ้านทำงานอยู่ในชุมชน ซึ่งรายได้ส่วนหนึ่งก็นำมาจัดสวัสดิการที่จำเป็นกับชุมชนให้มีความครอบคลุมมากขึ้น^{๕๗}

2.3.4 นิยามและความหมายของศักยภาพชุมชน

เฉลิมชัย ปัญญาดี และเทพ พงษ์พานิช (2545: (3)) ได้กล่าวถึงศักยภาพชุมชนไว้ว่า “โดยภาพรวมชุมชนมี ศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มขึ้น มีขีดความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อมในชุมชน การสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะด้านการอำนวยความสะดวก การดูแลความปลอดภัย และการกำหนดระเบียบการท่องเที่ยวในชุมชน”

นภดล เวชสวัสดิ์ (2533: 12-15) ได้ให้นิยามของการพัฒนาศักยภาพไว้ว่า “การพัฒนา ศักยภาพ หมายถึง แรงจูงใจ การตั้งเป้าหมายที่ทำและพัฒนาตนเองให้ไปสู่พฤติกรรมที่เหมาะสม และลงมือปฏิบัติจนบรรลุถึงจุดหมาย เป็นทั้งความพร้อม และความสามารถในการลงมือปฏิบัติจน บรรลุถึงจุดหมาย เป็นการเพิ่มพูนความเชื่อมั่นในตนเอง และปลุกเสกเส้นทางไปสู่ความสำเร็จใน อนาคต”

สมิต อาชวนิจกุล (2544: 21-25) ได้ให้ความหมายของคำว่าพัฒนาศักยภาพ ไว้ว่า “การพัฒนาศักยภาพ หมายถึง การเข้าใจในตนเอง รู้นตนเอง ว่าตอนนี้เราทำอะไรอยู่ มีอะไร บกพร่องบ้าง สำนวจตัวเองให้ถึถวน ปรับปรุงแก้ไขพัฒนาไปสู่จุดหมาย” จากนิยามและความหมายดังกล่าว สรุปได้ว่า การพัฒนาศักยภาพ หมายถึง “ความพร้อม ความสามารถในการพัฒนาตนเองไปสู่ พฤติกรรมที่เหมาะสมและลงมือปฏิบัติและบรรลุ จุดมุ่งหมาย รวมทั้งใดเข้าใจในตนเอง สำนวจตัวเอง เพื่อปรับปรุงแก้ไข พัฒนาตนเองให้ไปสู่ จุดมุ่งหมาย”

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2542: 32-39) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีศักยภาพในการพัฒนาและการ แพรกระจายไว้ใน ทฤษฎีสังคมวิทยา การสร้าง การประเมินค่าและการใช้ประโยชน์ สรุปได้ดังนี้ 1 ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบด้วย 6 ปัจจัย คือ

- (1) ทรัพยากรมนุษย์
- (2) องค์ประกอบทาง สังคม
- (3) ภาวะผู้นำในชุมชน
- (4) การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้านกับชาวบ้านด้วยกัน
- (5) ความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้านกับรัฐ
- (6) การฝึกอบรม 2 คำอธิบายประพจน์ทฤษฎีศักยภาพการพัฒนาที่เป็นความจริงที่เกิด

จากการพัฒนาของชุมชนได้กล่าวไว้ 6 ประการ คือ

- 1) การพัฒนาของชุมชนได้ขึ้นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนนั้น
- 2) การพัฒนาของชุมชนได้ขึ้นอยู่กับทรัพยากรมนุษย์ของชุมชนนั้น
- 3) การพัฒนาของชุมชนได้ขึ้นอยู่กับผู้นำของชุมชนนั้น

^{๕๗}จินตวีร์ เกษมสุข, หลักการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557), หน้า 40-41.

- 4) การพัฒนาของชุมชนใดขึ้นอยู่กับองค์การทางสังคมของชุมชนนั้น
- 5) การพัฒนาของชุมชนใดขึ้นอยู่กับโลกภายนอกของชุมชนนั้น
- 6) การพัฒนาของชุมชนใดขึ้นอยู่กับการศึกษาของชุมชนนั้น 3 การตั้งสมมุติฐานในการพัฒนาศักยภาพชุมชน

จากทฤษฎีศักยภาพการพัฒนา ผู้วิจัยก็สามารถตั้งสมมุติฐาน (hypothesis) เป็นกรอบคิดในการวิจัยได้ดังนี้

- 1) ชุมชนใดประชาชนแต่ละคนมีกรรมสิทธิ์ที่ดินยิ่งมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ชุมชนมีการพัฒนามากขึ้นเท่านั้น
- 2) ชุมชนใดยังมีอัตราการเพิ่มประชากรในวัยทำงานมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ชุมชนนั้นพัฒนามากขึ้นเท่านั้น
- 3) ชุมชนใดมีจำนวนและประเภทของหัวหน้า (หรือผู้นำชุมชนแบบไม่เป็นทางการ) ยิ่งมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ชุมชนพื้นที่มีการพัฒนามากขึ้นเท่านั้น
- 4) ชุมชนใดประชากรมีส่วนร่วมกับองค์กรของหมู่บ้านมากเพียงใด ก็ยิ่งทำให้ชุมชนนั้นมีการพัฒนามากขึ้นเท่านั้น
- 5) ชุมชนใดประชากรมีการติดต่อสัมพันธ์กับราชการของรัฐมากเท่าใด ยิ่งทำให้ชุมชนนั้นมีการพัฒนามากขึ้นเท่านั้น
- 6) ชุมชนใดประชากรได้รับการฝึกอบรมยิ่งมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ชุมชนมีการพัฒนามากขึ้นเท่านั้น ในขณะเดียวกัน

เอลมัน อาร์. เซอร์วิส (Elman R. Service) อ้างใน สนธยา พลศรี (2545: 162-164) ในทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน ซึ่งสรุปทฤษฎีว่าด้วยศักยภาพของการวิวัฒนาการ ไวในข้อสุดท้ายว่า ทฤษฎีว่าด้วยศักยภาพของการวิวัฒนาการเชื่อว่า การพัฒนาแต่ละสังคมต้อง เจริญก้าวหน้าตลอดไป เมื่อวิวัฒนาการถึงขีดสุดแล้ว จะถึงจุดอิ่มตัวและมีการเสื่อมถอยลงไป สังคมที่ลาหลังจะเจริญก้าวหน้าขึ้นมาแทนที่เสมอ ในการพัฒนาชุมชนจึงไม่จำเป็นที่จะต้องนำตัว แบบของชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาไปใช้ทั้งหมด แต่ควรแสวงหาตัวแบบการพัฒนา ที่เหมาะสมกับชุมชนของตนเอง ทั้งในปัจจุบันและอนาคตเพื่อให้เกิดการพัฒนาแบบยั่งยืนต่อไป

2.3.5 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาไว้ 3 ประการ^{๕๘}

ประการที่ 1 การพัฒนา คือ การเปลี่ยนแปลงตามแผนหรือการเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดทิศทาง นั่นคือ การพัฒนามิได้เป็นเรื่องธรรมชาติ หากเป็นความพยายามของมนุษย์ พยายามที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น โดยกำหนดทิศทางหรือรายละเอียดเอาไว้ล่วงหน้าว่าจะพัฒนาอะไร พัฒนาอย่างไร ใครจะเป็นผู้พัฒนาและถูกพัฒนา

^{๕๘}สัญญา สัญญาวิวัฒน์, ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551), หน้า 9.

ประการที่ 2 เป้าหมายสุดท้ายของการพัฒนาอยู่ที่ “คน” คนเป็นทั้งผู้ถูกพัฒนาและรับผลของการพัฒนา มองคนเป็นกลุ่มหรืออยู่ในกลุ่ม ดังนั้นการพัฒนาจึงรวมถึงการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม วัฒนธรรม

ประการที่ 3 เป้าหมายของการพัฒนาคน กลุ่มคนหรือสังคม คือ ความอยู่ดีกินดีด้านต่างๆ หรือสภาพสังคมที่ดี ซึ่งรวมถึงสภาพทางเศรษฐกิจและการเมืองด้วย

ทฤษฎี วิชยธนพัฒน์ได้ให้แนวคิดการพัฒนาชุมชนหมายถึง การพัฒนาความคิด ความสามารถของประชาชนให้เกิดการช่วยเหลือตนเองเพื่อนบ้านและชุมชนเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตให้มีมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนและความร่วมมือของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

“การพัฒนาชุมชน” เป็นการทำงานร่วมกับประชาชนเพื่อให้ชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นโดยเกิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมตามความต้องการของประชาชนเพื่อประโยชน์สุขของชุมชนเอง ดังนั้น “การพัฒนาชุมชน” จึงเป็นการทำให้กลุ่มคนดีขึ้นเจริญขึ้นทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมการปกครองวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมโดยต้องคำนึงถึงความสมดุลในทุกมิติ

กระบวนการทำงานในชุมชนการทำงานกับชุมชนให้ได้ใจให้ได้รักและศรัทธาให้ได้ชื่อว่า “ศรัทธาที่เดินได้” นั้นย่อมาหมายถึงการเข้าไปร่วมทุกข์ร่วมสุขกับประชาชนเข้าไปสำรวจค้นคว้าศึกษาหาข้อมูลเพื่อให้ทราบว่าสถานการณ์ของชุมชนเป็นอย่างไรมีปัญหาและต้องการอะไรกระบวนการทำงานสำคัญคือการเข้าไปทำงานกับความคิดของชุมชนเพื่อให้ชุมชนเกิดการการทำงานเพื่อการพัฒนา โดยต้องเริ่มจากชุมชนและความสมัครใจพร้อมใจตามความต้องการของชุมชน

การทำความเข้าใจกับผู้นำชุมชนเพื่อให้เกิดการยอมรับในการเข้าไปทำงานในชุมชนนั้น ประเด็นสำคัญคือการเตรียมความพร้อมของคนในชุมชนแต่สิ่งที่สำคัญยิ่งกว่าต้องเตรียมความพร้อมตัวเองให้ได้ก่อนที่จะนำความรู้ การพัฒนาถ้าปราศจากสำนึกและความสมัครใจของชุมชนแล้วก็จะกลายเป็นการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนเปรียบเสมือนต้นไม้ที่ไม่มีรากแก้วการทำงานกับชุมชนต้องยึดหลักการมีส่วนร่วมของชุมชนตามความต้องการที่แท้จริงและความสมัครใจของชุมชนแนวคิดในการพัฒนาชุมชนในความหมายของการ “ปลุกให้ตื่น” จึงเป็นการกระตุ้นเตือนให้ประชาชนลุกขึ้นมาร่วมกันทำงานพัฒนาชุมชนตามความต้องการและความสมัครใจที่ต้องการจะเห็นความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นความสามารถที่มีอยู่ไปใช้ในการจัดการกับชุมชน

แต่ถ้าชุมชนยังไม่ตื่นตัวและยังไม่พร้อมที่จะร่วมพัฒนาในฐานะนักพัฒนายก็ต้องหาทางจัดการกับความคิดของชุมชนให้มากขึ้นและในทางปฏิบัติหากการพัฒนาไม่หวังให้ชุมชนมี “ความยั่งยืน” ในฐานะนักพัฒนายก็ต้องส่งเสริมการจัดกระบวนการชุมชนเพื่อให้เกิด

การที่จะเสริมสร้างพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งจำเป็นต้องเรียนรู้เกี่ยวกับความต้องการของชุมชนเศรษฐกิจสังคมขนบธรรมเนียมประเพณีภาษาการปกครองการเมืององค์กรในชุมชนสภาพแวดล้อมและปัญหาความเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชนปัจจัยสำคัญคือการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพผู้นำชุมชนจากภายในชุมชนเองในชุมชนให้ถักทอครอบคลุมมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

ได้เพื่อจะได้เข้าใจถึงระบบชุมชนที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์และแตกต่างกันในส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผลต่อการผลักดันสู่การเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่แน่นอน

ประเวศ วะสีได้กล่าวถึงกระบวนการเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนไว้ว่า การพัฒนาชุมชนจึงต้องมีลักษณะที่เป็นกระบวนการ เป็นวิธีการ เป็นโครงการ พร้อมทั้งเป็นกระบวนการทางสังคมมีลักษณะดังนี้

1. การพัฒนาชุมชนเป็นกระบวนการ (Process) คือมีความต่อเนื่องของปฏิกิริยาโต้ตอบต่อกันของคนในสังคม การพัฒนาชุมชนต้องมีการดำเนินงานเป็นขั้นตอนต่อเนื่องกันจะขาดขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไม่ได้

2. การพัฒนาชุมชนเป็นวิธีการ (Method) ซึ่งนำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้จึงต้องกำหนดวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินการให้ชัดเจน มีการสอดคล้องกับแนวนโยบายของรัฐบาล ความต้องการของประชาชนในชุมชนและการเหมาะสมกับสภาพพื้นฐานของชุมชน

3. การพัฒนาชุมชนเป็นโครงการ (Program) ประกอบด้วยเนื้อหาและแผนงานย่อยที่เน้นความริเริ่มของชุมชน การสนับสนุนของคนในชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชน การสนับสนุนจากรัฐบาล และการประสานงานกันระหว่างบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นต้น

4. การพัฒนาชุมชนเป็นกระบวนการทางสังคม (Social Process) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดทางอารมณ์ อันก่อให้เกิดพฤติกรรมมีส่วนร่วมของบุคคลในชุมชนการพัฒนาชุมชนจึงต้องใช้แรงจูงใจกระตุ้นให้ประชาชนมีการตื่นตัวเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา (Movement) ไม่เฉื่อยชาและท้อถอย^{๕๙}

กล่าวโดยสรุปคือ แนวคิดการพัฒนา เป็นแนวคิดที่มุ่งเพื่อความเจริญก้าวหน้าของมนุษย์ชุมชน สังคม เพื่อความเจริญ การพัฒนาต้องเริ่มที่ความคิดของคนในชุมชนที่จะเริ่มการพัฒนาเองเมื่อมีความคิดที่สร้างสรรค์ ริเริ่มที่จะพัฒนาก็จะเกิดการพัฒนาจากภายในตัวคนในชุมชนเอง ในกลุ่มคนเล็กๆ ในชุมชนเล็กๆ และขยายสู่ชุมชนใหญ่ และสังคม การพัฒนาจะเกิดอย่างเป็นระบบเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างรอบด้าน

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับ SMART CITY^{๖๐}

ประเทศไทยกำลังเดินหน้าพัฒนา “เมืองอัจฉริยะ” หรือ “Smart City” อย่างเต็มตัว โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม หรือ ดีอี ได้มอบหมายให้สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล

^{๕๙}ประเวศ วะสี, **ประชาคมตำบล**, พิมพ์ครั้งที่ 2, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มติชน, 2541), หน้า 10.

^{๖๐}กลุ่มงานพัฒนาและบริหารจัดการความรู้สถาบันดำรงราชานุภาพ, SmartCity, (ออนไลน์) (แหล่งที่มา): [http://www.stabundamrong.go.th/2019/wordpress/2019/05/14/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A12/\(๕ มีนาคม ๒๕๖๓\)](http://www.stabundamrong.go.th/2019/wordpress/2019/05/14/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A12/(๕% มีนาคม ๒๕๖๓))

หรือ ดีป้า เป็นหน่วยงานที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ ในระยะแรกได้พัฒนาแล้ว 7 จังหวัด ได้แก่ ภูเก็ต เชียงใหม่ ขอนแก่น ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา และกรุงเทพฯ โดยมีแผนในปี 2562 เตรียมจะขยายไปสู่ 24 จังหวัด 30 พื้นที่ และภายในปี 2565 จะขยายไปทั่วประเทศ 76 จังหวัด และกรุงเทพมหานคร รวม 100 พื้นที่



ลักษณะของเมืองอัจฉริยะ 7 ด้าน คือ

- ๑.เศรษฐกิจอัจฉริยะ (Smart Economy)
- ๒.ขนส่งอัจฉริยะ (Smart Mobility)
- ๓.พลังงานอัจฉริยะ (Smart Energy)
- ๔.การดำรงชีวิตอัจฉริยะ (Smart Living)
- ๕.สิ่งแวดล้อมอัจฉริยะ (Smart Environment)
- ๖.พลเมืองอัจฉริยะ (Smart People)
- ๗.การบริหารภาครัฐอัจฉริยะ (Smart Governance)
- ๘.สาธารณูปโภคพื้นฐานอัจฉริยะ (Smart City Infrastructure)

เมืองอัจฉริยะ Smart City ได้เริ่มดำเนินการใน 3 จังหวัดนำร่อง ตั้งแต่ปี 2560 คือ จังหวัด ภูเก็ต เชียงใหม่ และ ขอนแก่น โดยมีโมเดลการพัฒนา ดังนี้



๑.ภูเก็ต ตัวแทนภาคใต้ เป็นจังหวัดแรกของโครงการ Smart City ปัจจุบันมีการขับเคลื่อน 4 ด้าน คือ ด้านการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ ซึ่งได้มีการนำ IoT (Internet of Things) เข้ามาใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการทำงานได้ดำเนินการจัดตั้งศูนย์ Phuket Smart City Innovation Park ให้เป็นศูนย์กลางวิจัยพัฒนาความรู้และส่งออกสินค้าได้มีประสิทธิภาพ



๒.เชียงใหม่ ตัวแทนภาคเหนือ ได้เริ่มโครงการสมาร์ตนิมมานเหมินท์ แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 Smart Wi-Fi มีการติดตั้ง Access point ครอบคลุมถนนนิมมานเหมินท์
ระยะที่ 2 นำแอปพลิเคชัน Chiangmai I Love U มาส่งเสริมการท่องเที่ยว
ระยะที่ 3 จัดทำ Data Analytic จากกล้อง CCTV ในพื้นที่ เพื่อดูความเคลื่อนไหวของประชาชนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวในจังหวัด เพื่อจัดทำข้อมูลด้านการตลาด เป็นต้น

ได้ทำระบบต้นแบบ Smart Farm ให้กับเกษตรกร ซึ่งเป็นความร่วมมือของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนานาชาติ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และ ออนไอทีวัลเลย์ เพื่อการพัฒนาพื้นที่ด้วยระบบนิเวศสำหรับเศรษฐกิจ

ดิจิทัลจังหวัดเชียงใหม่ Smart Agriculture เกษตรนวัตกรรมต้นแบบการเพาะปลูกข้าวสมัยใหม่แบบแม่นยำ เพื่อลดการใช้น้ำในการเพาะปลูกข้าวด้วยหลักการการกลังข้าวโดยอาศัยความสามารถของระบบเซ็นเซอร์เพื่อตรวจวัดระดับน้ำในนาข้าวแบบไร้สาย โดยจะผลักดันให้ Oon IT Valley เป็น Social Enterprise มีการเติบโตอย่างยั่งยืน

การขับเคลื่อนสู่เชียงใหม่เมืองสุขภาพ (Northern Digital Health Revolution to Chiang Mai Medical and Health Hub) โดยความร่วมมือของศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน) (TCELS) ร่วมกับอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นอีกโครงการที่ผลักดันให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางเมืองสุขภาพที่มีบริการทางการแพทย์และสาธารณสุขที่ครบครัน ช่วยส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพชีวิตของประชากรในพื้นที่ผ่านผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการและแก้ปัญหาด้านสุขภาพของคนในจังหวัดผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบสารสนเทศ พร้อมเตรียมยกระดับจังหวัดเชียงใหม่เป็นผู้นำการให้บริการทางการแพทย์และสาธารณสุขที่ครบวงจร รองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ของประเทศไทยในอนาคต



๓.ขอนแก่น- ตัวแทนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ขอนแก่นสมาร์ท ซิตี้ ปี 2029 เน้นการขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดผลใน 3 ด้านหลัก คือ

1. การขนส่ง Logistics & Transportation หรือ Smart Mobility
2. ด้านการประชุมและเศรษฐกิจ MICE City หรือ Smart Economy
3. ด้านการแพทย์ Medical & Healthcare หรือ Smart Living มุ่งสู่การเป็น Medical Hub of AEC ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการดูแลสุขภาพเดินทางมายังประเทศไทย

ด้านการขนส่ง ก่อสร้างรถไฟฟ้าระยะทาง 26 กิโลเมตร มี 18 สถานี ใช้รถไฟฟ้าที่ผลิตและประกอบในประเทศจำนวน 15 ขบวน ๆ ละ 3 ตู้ ได้รับอนุมัติจากมติคณะรัฐมนตรีแล้ว มีริยัง

ในส่วนของสนามบินขอนแก่นได้รับงบประมาณในการปรับปรุงครั้งใหญ่ จำนวน 2,250 ล้านบาท เพื่อเพิ่มศักยภาพให้รองรับผู้โดยสารปีละ 2 ล้านคน โดยเพิ่มอาคารผู้โดยสารอีก 1 อาคาร เป็นอาคาร 4 ชั้น เพิ่มหลุมจอดเครื่องบินจาก 5 เป็น 12 หลุม

การเดินทางโดยรถเมล์ เริ่มมีการใช้รถเมล์อัจฉริยะ ที่สามารถเปิดดูตำแหน่งของรถแบบ real time จากสมาร์ตโฟนได้ และยังมี Free WiFi ในรถ ขณะนี้มีวิ่งเพียงสองสายวนรอบเมืองกับสถานีขนส่งแห่งใหม่เป็นหลัก

นอกเหนือจาก 3 ด้านหลักข้างต้น กำลังผลักดันให้เกิดต้นแบบระดับภูมิภาค Digital Community โดยใช้ชื่อ Khon Kaen Regional Digital Park หนุนการพัฒนา Smart City โดยทีมเทศบาลตำบลขอนแก่นแสดงความพร้อมเพื่อดำเนินการต่อเนื่องจากการสานต่อความร่วมมือ ตามบันทึกความร่วมมือ (MOU) “Khon Kaen Smart Living Lab” ว่าด้วยการขับเคลื่อนและพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (Smart City) การประชุมหารือในครั้งนี้ มีประเด็นหลักๆ ดังนี้ กรอบแนวคิดการจัดตั้ง, สถานที่ตั้ง, ทำเล, พื้นที่ โชน, หน่วยงานร่วมดำเนินการและบูรณาการ รวมไปถึงงบประมาณในการดำเนินการหลายฝ่ายร่วมกัน เป็นต้น

๔. ขลบุรี นำร่องในพื้นที่นิคมแหลมฉบัง และ 7 ชุมชนโดยรอบ โดยการติดตั้ง Smart Pole หรือ เสาประจักษ์ ซึ่งเป็นเสาที่มีไฟฟ้าเลี้ยงและเชื่อมต่อกับสายสื่อสาร ติดตั้งกล้องวงจรปิด ใช้ติดตามการจราจรและดูแลเรื่องอาชญากรรมได้ ถือเป็น Digital Infrastructure ของเมือง

๕. ระยอง ติดตั้ง Smart Pole ช่วงถนนสุขุมวิท ที่ผ่านใจกลางเมือง

๖. ฉะเชิงเทรา พัฒนาเป็น Smart Farming ซึ่งอยู่ระหว่างการพิจารณาว่าจะใช้พื้นที่ใด โดยติดตั้งอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่อกับอุปกรณ์อื่น (IoT) เช่น การวัดค่าความเป็นกรดด่างของดิน การใช้โดรนในการทำนายผลผลิต หรือพ่นยาได้ เป็นต้น

๗. กรุงเทพมหานคร เริ่มต้นด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (จีไอเอส) ซึ่งจะรวบรวมข้อมูลด้านต่าง ๆ ของเมือง เช่น กล้องวงจรปิด ข้อมูลจราจร ข้อมูลการระบายน้ำ เป็นต้น มารวมกันไว้ในแผนที่เดียวและสามารถระบุพิกัดได้ เหมือนเป็นวอร์รูม ที่สามารถใช้ในการบริหารจัดการเมืองได้

ความเป็นอัจฉริยะของแต่ละเมือง

จะเริ่มจากการพัฒนาระบบนิเวศที่เน้นโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล หรือความสำคัญของข้อมูล การแปลงข้อมูลเป็นดิจิทัล (Digitize) ทั้งเมือง ที่ผ่านมายในปี 2561 ดำเนินโครงการ City Data Platform ดำเนินการใน 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต เชียงใหม่ และขอนแก่น เพื่อสร้างรูปแบบการเชื่อมโยง จัดเก็บ และเผยแพร่ข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ ในเมือง เช่น เชื่อมโยงข้อมูลกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) ของเทศบาล เพื่อให้ตำรวจติดตามอาชญากร เชื่อมโยงข้อมูลจาก IoT Sensors สิ่งแวดล้อม เพื่อเฝ้าระวังภัยพิบัติ เชื่อมโยงข้อมูลการใช้ Free Wi-Fi ของทั้งเมือง มาวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับใช้ในการวางแผนระบบโลจิสติกส์ (Logistics)

ข้อมูลจะถูกรวบรวมมายังระบบคลาวด์ (Cloud) ของเมือง เพื่อให้ง่ายต่อการแลกเปลี่ยนบูรณาการ นำไปต่อยอดวิเคราะห์ (Big Data Analytics) โดยการสร้างเป็น API ในการดึงข้อมูล และมีมาตรฐานของข้อมูล สามารถเปิดให้ภาครัฐหรือเอกชนนำไปต่อยอดเป็นบริการของเมือง และ

ขณะเดียวกันผู้บริหารเมืองจะได้ศูนย์ปฏิบัติการแบบอัจฉริยะที่มองเห็นภาพแบบเวลาจริงของเมืองใช้ในการตัดสินใจสั่งการ

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเมืองอัจฉริยะนั้น ยังมีอีกหลายส่วนประกอบกัน แต่เป้าหมายรวม ๆ ก็คือ การสร้างสังคมคุณภาพที่จะรองรับการขยายตัวของสังคมเมือง โดยเชื่อมโยงระบบโครงสร้างพื้นฐานของเมืองเข้าด้วยกันแบบบูรณาการ ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการใช้พลังงานอย่างรู้คุณค่า ทำให้ได้รับคุณภาพชีวิตที่ดี มีความเป็นเมืองที่น่าอยู่ในลักษณะของการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และจะเกี่ยวพันไปถึงการเพิ่มโอกาสในการต่อยอดทางธุรกิจ การเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจของเมือง ฯลฯ กระทั่งเป็นเมืองที่สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

การขยายไปยังพื้นที่ต่างๆทั่วประเทศ

การขับเคลื่อนเมืองอัจฉริยะ (Smart City) ได้ขยายไปยังจังหวัดต่างๆ อาทิ จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดสตูล จังหวัดสงขลา จังหวัดกระบี่ โดยจะเริ่มจากการพบปะพูดคุยระหว่างผู้แทนจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สถิติจังหวัด กับทีมผู้บริหาร หัวหน้าสำนักงานจังหวัด เพื่อรับทราบนโยบาย แผนยุทธศาสตร์จังหวัด ปัญหา ความต้องการ และแนวทางในการนำเทคโนโลยีด้านดิจิทัลมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ ตามเจตนารมณ์ของนายกรัฐมนตรีในการผลักดันให้เกิดเมืองอัจฉริยะขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

การดำเนินการต่อไปคือ จัดการประชุม Workshop กับพันธมิตรความร่วมมือของจังหวัดและพัฒนาให้เป็น Smart City ยกตัวอย่างจังหวัดอุบลราชธานี เชิญ ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน กลุ่ม 9 องค์กรขับเคลื่อนเศรษฐกิจ มาเข้าร่วมระดมสมอง จังหวัดพิษณุโลก กำลังดำเนินการปรับแต่งภูมิทัศน์และสถานที่ บนพื้นที่ 100 ไร่ ภายใต้งบประมาณสนับสนุนราว 300 ล้านบาท จากองค์กรต่างประเทศและภาคเอกชน จังหวัดสตูลจะทำการเชื่อมโยงระบบโครงสร้างพื้นฐานของเมืองเข้าด้วยกัน เพื่อให้เป็น Satun Connect โดยมีเป้าหมายเป็นเมือง Smart Governance Smart People และ Smart Environment จังหวัดสงขลา สนใจเรื่องนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจ (Smart Economy) และระบบความปลอดภัยของประชาชน (Smart Living Community) จังหวัดกระบี่ จัดให้มี Smart tracking ควบคุมปริมาณเข้าออกของนักท่องเที่ยว การจัดตั้ง Command Center ในเขตพื้นที่อุทยาน การพัฒนาระบบ e-ticket และ Mobile Application ควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับสมดุลของสิ่งแวดล้อม

๒.๕ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” นั้นมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

กันตนา ทองอินทร์^{๖๑} ปรัชญาดุษฐ์บัณฑิต สาขาพุทธศาสตร์การพัฒนากุมิภาค มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีได้ศึกษาวิจัยเรื่องการนำเอาหลักคำสอนของศาสนาพุทธมาใช้ในการบริหารของนักธุรกิจ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า การนำเอาหลักคำสอนของพุทธศาสนามาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ตามกรอบแนวคิดของนักธุรกิจที่ศึกษานี้ มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Balanced Scorecard ใน 4 มิติ ดังนี้ 1) มิติด้านลูกค้า (Customer Perspective) ฆราวาสธรรม 4 อิทธิบาท 4 สังคหวัตถุ 4 และทศพิธราชธรรม 2) มิติด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) นักธุรกิจใช้หลักคำสอนทางพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ คือ ฆราวาสธรรม 4 พรหมวิหาร 4 และอิทธิบาท 4 3) มิติด้านการเงิน (Financial Perspective) นักธุรกิจใช้หลักคำสอนทางพุทธศาสนา ฆราวาสธรรม 4 มาประยุกต์ใช้ และ 4) มิติด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) นักธุรกิจใช้หลักคำสอนทางพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ คือ ฆราวาสธรรม 4 จักรธรรม 4 ทิฐฐัมมิกัตถประโยชน์ 4 และกัลยาณมิตร 7

ฤทธิ์ ตันติพนารัตน์^{๖๒} ทำการศึกษาเรื่องทักษะความเป็นผู้ประกอบการ กรณีศึกษานิสิตโครงการปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้มุ่งหวังที่จะทราบแนวความคิดเกี่ยวกับทักษะความเป็นผู้ประกอบการของนิสิต ในโครงการปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำว่ามีระดับความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ เพียงใด และสามารถนำผลการศึกษามาปรับปรุงเนื้อหาหลักสูตรวิชาต่าง ๆ ของโครงการปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำ การศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากการสุ่มตัวอย่างนิสิตในโครงการปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำจำนวน 143 คน ผลการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ทราบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทักษะความเป็นผู้ประกอบการด้านการจัดการค้า มีทักษะโดยรวมของการเป็นผู้ประกอบในระดับปานกลาง และมีการเลือกเงินเป็นผลตอบแทนจากการทำงานที่สำคัญที่สุด และเลือกการช่วยเหลือสังคมเป็นอันดับสุดท้ายเพราะระดับรายได้ และอาชีพของบิดามารดา มีความสัมพันธ์กับทักษะความเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างด้วย

ชูชัย สมितिไกร^{๖๓} ทำการศึกษาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการตามตัวแปรต่าง ๆ และศึกษาอำนาจการพยากรณ์ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความเป็นไปได้ในการเป็น

^{๖๑} กันตนา ทองอินทร์, การนำเอาหลักคำสอนของศาสนาพุทธมาใช้ในการบริหารของนักธุรกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, **ปรัชญาดุษฐ์บัณฑิต สาขาพุทธศาสตร์การพัฒนากุมิภาค**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2๕๕๘), บทคัดย่อ

^{๖๒} ฤทธิ์ ตันติพนารัตน์, ทักษะความเป็นผู้ประกอบการ กรณีศึกษานิสิตโครงการปริญญาโทสาขาบริหารธุรกิจภาคค่ำ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, **บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๓), บทคัดย่อ

^{๖๓} ชูชัย สมितिไกร, ศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย, **รายงานการวิจัย**, (ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๗), บทคัดย่อ

ผู้ประกอบการที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทยกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาชั้นปีสุดท้ายที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ 7 แห่งจำนวน 3,154 คน ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยไทยโดยภาพรวมมีศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง นักศึกษาที่มีเพศและเรียนกลุ่มวิชาที่แตกต่างกัน มีศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการไม่แตกต่างกัน นักศึกษาที่มีประสบการณ์การประกอบธุรกิจ รายได้ต่อเดือนของครอบครัวและอาชีพของบิดามารดาที่แตกต่างกัน มีศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน และ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการ บรรทัดฐานทางสังคม และการรับรู้ความเป็นไปได้ในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถร่วมกันพยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย



บทที่ ๓

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ ๑) เพื่อศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธ ๒) เพื่อศึกษาศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartupของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ๓) เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ผู้วิจัยเสนอขั้นตอนการดำเนินการวิจัยตามหัวข้อต่อไปนี้

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

๓.๒ พื้นที่การวิจัย

๓.๓ ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง/ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

๓.๔ เครื่องมือการวิจัย

๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล

๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล

๓.๗ สรุปกระบวนการวิจัย

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง“รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mix Method Researchs) ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research Methodology) โดยใช้วิธี วิจัยการแบบผสมวิธีดังนี้

๓.๑.๑ การศึกษาเชิงเอกสาร (Documentary Study) ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเกี่ยวกับ Startup,แนวคิดการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup ,แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและการพัฒนาธุรกิจเชิงพุทธ ในศึกษาจากหนังสือ เอกสาร รายงานวิจัย บทความ สื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง

๓.๑.๒ การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในภาคสนาม (Field Study) เพื่อทราบถึงแนวคิด หลักการ,รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในจังหวัดนครราชสีมาในพื้นที่ที่เป็นกรณีศึกษา โดยมีขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

๓.๑.๒.๑ ทำการศึกษาและคัดเลือกพื้นที่ที่มีผู้ประกอบการใหม่ Startupในจังหวัดนครราชสีมา โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ ธุรกิจ Startup ในจังหวัด

นครราชสีมา จำนวน ๒ แห่ง ดังนี้คือ ๑. Ladyproud Shop ๒.บริหารหจก.ชั้นชายนเอส น้ำพริกลุงนาย (วิชาหกิจชุมชน)

๓.๑.๒.๒ ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา (กลุ่มพื้นที่เป้าหมาย) ,ผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ,นิสิต/ นักศึกษาจากสถาบันการศึกษา ในจังหวัดนครราชสีมา , ผู้ประกอบการ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจ Startup ,หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา และนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญทางด้านพระพุทธศาสนา รวมทั้งสิ้นจำนวน ๕๐ รูป/คน

๓.๑.๒.๓ ดำเนินการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในจังหวัดนครราชสีมา

๓.๑.๒.๔ สรุปและนำผลการศึกษาที่ได้ทั้งจากการศึกษาในเชิงเอกสารและ ภาคสนาม โดยนำมาวิเคราะห์ตามประเด็นที่สำคัญ คือ รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธ เพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในจังหวัดนครราชสีมา มุ่งเน้นการนำผลการศึกษาวิจัยมาเผยแพร่ให้กับ ผู้ประกอบการใหม่ startup ในพื้นที่ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

๓.๑.๒.๕ สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

๓.๒ พื้นที่การวิจัย

พื้นที่ในการศึกษาวิจัยมุ่งศึกษาธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน ๒ แห่ง ดังนี้คือ

๑. Ladyproud Shop

๒.บริหารหจก.ชั้นชายนเอส น้ำพริกลุงนาย (วิชาหกิจชุมชน)

๓.๓ ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง/ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แบ่งเป็น ๖ กลุ่ม ดังนี้คือ

๑.กลุ่มดังนี้คือ๑.กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา (กลุ่มพื้นที่เป้าหมาย) จำนวน ๒ คน ดังนี้คือ ๑.เจ้าของธุรกิจ Ladyproud Shop จำนวน ๑ คน และ ๒. เจ้าของธุรกิจ หจก.ชั้นชายนเอส น้ำพริกลุงนาย (วิชาหกิจชุมชน) จำนวน ๑ คน

๒.กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ๑๐ คน

๓.กลุ่มนิสิต/ นักศึกษาจากสถาบันการศึกษา ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน ๒ แห่ง คือ จากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา จำนวน ๒๐ รูป/คน และ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน จำนวน ๑๔ คน

๔.กลุ่มผู้ประกอบการ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจ Startup ๑ คน

๕.กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน ๒ คน คือ ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำนวน ๑ คน,เจ้าหน้าที่วิชาหกิจชุมชนจังหวัดนครราชสีมา ๑ คน

๖.กลุ่มนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญทางด้านพระพุทธศาสนา จำนวน ๑ รูป/ท่าน รวมทั้งสิ้นจำนวน ๕๐ รูป/คน

โดยการคัดเลือกประชากรกลุ่มเป้าหมาย/ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง(Purposive sampling) และมีความสนใจในการเข้าร่วมโครงการรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในจังหวัดนครราชสีมา

๓.๔ เครื่องมือการวิจัย

การดำเนินการตามโครงสร้างการวิจัยดังกล่าว เน้นการศึกษาวิเคราะห์และการมีส่วนร่วมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติการคืบคลานข้อมูลสู่ชุมชน สำหรับการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลเน้นวิธีการแสวงหาความรู้ จากการตั้งประเด็นหลักในการศึกษาแนวคิดหลักการ รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในจังหวัดนครราชสีมาโดยดำเนินการและ ใช้เครื่องมือที่สำคัญ ได้แก่

๓.๔.๑ การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) สำหรับโดยพัฒนาเป็นแบบสัมภาษณ์ที่พัฒนาจากแนวคิด หลักการ ความเป็นมา เพื่อค้นหารูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในจังหวัดนครราชสีมา

๓.๔.๒ ศึกษาและติดตามผลรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup”

๓.๔.๓ การสังเกต ซึ่งเป็นการสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของฝ่ายต่าง ๆ ที่ทำควบคู่กับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา (กลุ่มพื้นที่เป้าหมาย) ผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ,นิสิต/ นักศึกษาจากสถาบันการศึกษา ในจังหวัดนครราชสีมา ,ผู้ประกอบการ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจ Startup ,หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา และนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญทางด้านพระพุทธศาสนา

๓.๔.๔ จัดโครงการอบรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ในโครงการอบรม “การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และคืนเวทีสู่ชุมชน ซึ่งเป็นการนำข้อมูลรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในจังหวัดนครราชสีมาเสนอต่อชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการเผยแพร่ให้กับผู้ประกอบการใหม่ Start up ในจังหวัดนครราชสีมาในพื้นที่ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต่อไป

๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

๓.๕.๑ การลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาโดยผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัยลงพื้นที่ด้วยตัวเอง

๓.๕.๒ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Observations Participant) ซึ่งเป็นการสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของฝ่ายต่าง ๆ ที่จะทำควบคู่กับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา (กลุ่มพื้นที่เป้าหมาย) ผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ,นิสิต/ นักศึกษาจากสถาบันการศึกษา ในจังหวัดนครราชสีมา ,ผู้ประกอบการ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจ Startup ,หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา และนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญทางด้านพระพุทธศาสนา เพื่อเป็นแนวทางรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup”

๓.๕.๓ การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) สำหรับผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา (กลุ่มพื้นที่เป้าหมาย) ผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ,นิสิต/ นักศึกษาจากสถาบันการศึกษา ในจังหวัดนครราชสีมา ,ผู้ประกอบการ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจ Startup ,หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา และนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญทางด้านพระพุทธศาสนา โดยพัฒนาเป็นแบบสัมภาษณ์ที่พัฒนาจากแนวคิด หลักการความเป็นมา เพื่อค้นหาการพัฒนารูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในจังหวัดนครราชสีมา

๓.๕.๔ การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และนำมาวิเคราะห์ระบบรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในจังหวัดนครราชสีมาตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ และรูปแบบการพัฒนารูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในจังหวัดนครราชสีมา

๓.๕.๕ การจัดโครงการอบรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ในโครงการอบรม “ การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และคืนเวทีสู่ชุมชน ร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แนวทางในการเผยแพร่ให้กับ ผู้ประกอบการใหม่ Start up ในจังหวัดนครราชสีมาในพื้นที่ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต่อไป

๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเชิงเอกสาร (Documentary Research) และข้อมูลเชิงประจักษ์จากการสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ การคืนเวทีสู่ชุมชน การแจกแบบสัมภาษณ์ เป็นกระบวนการ ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมุ่งเน้นการ วิเคราะห์โดยการสรุปตามสาระสำคัญด้านเนื้อหาที่กำหนดไว้ โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ดังนี้

๓.๕.๑ วิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในจังหวัดนครราชสีมาตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ,การประยุกต์ใช้หลักพุทธธรรมในการพัฒนาระบบนิเวศสำหรับผู้ประกอบการใหม่Startup และรูปแบบการพัฒนาระบบนิเวศเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการใหม่ Start up ในจังหวัดนครราชสีมา

๓.๕.๒ สรุปและนำผลการศึกษาที่ได้ทั้งจากการศึกษาในเชิงเอกสารและภาคสนาม โดยวิเคราะห์ตามประเด็นที่สำคัญ คือ แนวคิด หลักการ ความเป็นมา การพัฒนารูปแบบการพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในจังหวัดนครราชสีมา

๓.๕.๓ การนำเสนอแนวทางการพัฒนาระบบนิเวศเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการใหม่ Start up ในจังหวัดนครราชสีมา

๓.๕.๔ การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลโดยการเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีที่ได้กล่าวแล้ว ให้เกิดองค์ความรู้ กระบวนการ และแนวทางการพัฒนารูปแบบการพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในจังหวัดนครราชสีมา และเผยแพร่ให้กับผู้ประกอบการใหม่ Start up ในจังหวัดนครราชสีมาในพื้นที่ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

๓.๗ สรุปกระบวนการวิจัย

กล่าวโดยสรุป ในการนำเสนอผลการวิจัยนี้ ผู้ศึกษาได้ประยุกต์ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย ประกอบด้วย วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้รูปแบบกรณีศึกษา (Case study research) อธิบายพัฒนาการสำคัญรูปแบบการพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในจังหวัดนครราชสีมา จากประสบการณ์ของผู้มีประสบการณ์เดียวกัน มีการเก็บข้อมูลในระดับปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยการตั้งคำถามปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อให้ได้ข้อมูลในทุกมิติ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation observation) บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ Startup และเก็บข้อมูลในระดับทุติยภูมิ จากการสืบค้นเอกสาร (Documentary research) หนังสือ บทความตีพิมพ์ และข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ต่างๆ จากนั้น ผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งสองระดับมาสังเคราะห์และวิเคราะห์รวมกันเพื่อนำเสนอเป็นผลการศึกษาของงานวิจัย และการจัดโครงการอบรมประชุมเชิงปฏิบัติการ ในโครงการอบรม “การพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และค้นหาวิธีที่ชุมชนร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในเรื่องรูปแบบการพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” เพื่อเป็นแนวทางในการเผยแพร่ให้กับผู้ประกอบการใหม่ Start up ในจังหวัดนครราชสีมาในพื้นที่ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต่อไป

บทที่ ๔

ผลการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง“รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mix Method Researchs) ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research Methodology) โดยใช้วิธีวิทยาวิจัยการแบบผสมวิธี ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

๔.๑ ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ ๑

องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธ

๔.๑.๑ ข้อมูลบริบทพื้นที่

งานวิจัยเรื่อง“รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาที่เข้าร่วมอบรมในโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่“Smart City Korat Startup” ให้กับผู้ประกอบการใหม่ Startup,นิสิตมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา และนิสิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ทั้งหมดจำนวน ๕๐ รูป/คน ในวันที่ ๓,๗-๙ สิงหาคม ๒๕๖๓ ณ.มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่“Smart City Korat Startup” เกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ชื่อStartup ที่อยู่ เมื่อจำแนกเป็นรายบุคคล คิดเป็นร้อยละ (Percentage)

ด้านเพศ พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup เป็นเพศหญิง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และเพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ตามลำดับ

ด้านอายุ พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ส่วนใหญ่มีอายุ 40-49 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และอายุ 50-59 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และอายุ 60-69 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และอายุ 30-39 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และอายุ 20-29 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ส่วนใหญ่เป็นระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 33.34 ระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ

ด้านธุรกิจ Startup พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ส่วนใหญ่พบว่าทำธุรกิจ Startup ด้านค้าขาย เช่น ธุรกิจขายน้ำพริก/สินค้าแปรรูปการเกษตร (หจก.ชั้นชาชน)

เอส น้ำพริกลุงนาย),ขายสินค้าด้านสุขภาพและความงาม (Ladyproud By Dr.Pum),ร้านขายของชำ,ขายเสื้อผ้าออนไลน์,ค้าขายออนไลน์,ขายมอเตอร์ไซด์ออนไลน์ รวมทั้งหมดจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และธุรกิจให้เช่ารถตู้ (บจก.พาวเวอร์ฯ)จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และธุรกิจเปิดร้านบริการสักลายจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และธุรกิจขนส่งสินค้าจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และธุรกิจบ้านเช่า ,ผู้บริหารรีสอร์ท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และธุรกิจโรงเรียนสอนนวดแผนไทยจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.34 และธุรกิจรับเหมาก่อสร้างจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.43 ตามลำดับ

ด้านที่ตั้งของธุรกิจ พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ส่วนใหญ่พบว่าทำเลที่ตั้งของธุรกิจStartup อยู่ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา เช่น ต.หนองไผ่ล้อม,ต.ในเมือง,ต.สีมม,ต.จอหอ,ต.จอหอ รวมทั้งหมด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 และอำเภอสว่างเนิน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.68 และอำเภอปากช่อง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และอำเภอปักธงชัย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และอำเภอโชคชัย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ

๔.๑.๒ องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธ

จากการศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธจากการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม และนำไปสู่กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการในวันที่ 3 สิงหาคม 2563 พบว่า

ข้อคำถาม	รายละเอียด
วัตถุดิบหลักในการผลิต/บริการ Startup	การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และความสามารถในการสร้างอาชีพโดยตนเอง เพราะต้องอาศัยแรงงาน ทุนประกอบการ และวัสดุที่สำคัญในการขับเคลื่อน คือ การวางแผนที่มีเป้าหมายชัดเจน มีความสามารถในการเชิงธุรกิจเป็นพื้นฐาน คือ มีความรู้และความเข้าใจในธุรกิจ Startup เพราะเป็นธุรกิจที่เปิดตัวใหม่และต้องมาสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้าแข่งขันในตลาดเดิมได้จะต้องมีต้นทุนที่จะสามารถขับเคลื่อนได้ คือ สติปัญญาที่รอบรู้ในวงการธุรกิจที่กำลังจะเติบโตแบบ Startup ^๑
กระบวนการในการผลิต Startup	การเริ่มต้นธุรกิจใหม่สักตัวโดยมีงบที่จำกัด และ

^๑ สัมภาษณ์นายฉัตรชัย ศรีงาม ผู้ประกอบการซ่อมและจำหน่ายมอเตอร์ไซด์ออนไลน์และให้เช่าบูชาพระเครื่องบ้านหัวถนน ตำบลหัวทะเล อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

	ไม่มีนายทุนเข้ามา ต่อหน้านักลงทุน ยังมีข้อดีตรงที่คุณไม่ต้องกังวลเรื่องแรงกดดันและความเสี่ยง ให้กับสตาร์ทอัพหลายราย ได้เผยแนวทางที่เราได้เรียนรู้ และรวบรวมมาจากผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ซึ่งพวกเขาเหล่านั้นใช้แนวทางดังกล่าว เพื่อหลีกเลี่ยงความอึดอัดที่เกิดขึ้นจากการเริ่มต้นทำธุรกิจที่ได้รับเงินทุนจำนวนมากจากนักลงทุนซึ่กลัวทั้งหลาย ^๒
ผลิตภัณฑ์/บริการชนิดไหนของ Startup ที่มี ยอดจำหน่ายและเป็นที่นิยมสูงสุด	การผลิตสินค้าหลายผลิตภัณฑ์ย่อมจะส่งผลกระทบต่อทางเลือกของลูกค้า เพราะถ้ามีสินค้าไม่กี่ตัวจะไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพราะตลอดระยะเวลาที่ลงขายสินค้าจะต้องมีการบริการชนิดไหนของ Startupของท่าน ที่มี ยอดจำหน่ายและเป็นที่นิยมสูงสุด ซึ่งไม่เสมอไป เพราะลูกค้าจะเป็นลูกค้าใหม่และลูกค้าเก่าก็มีทางเลือกของสินค้ามากขึ้น
ผลิตภัณฑ์Startupของท่านมีการปรับปรุงและพัฒนา	มีการปรับปรุงอยู่เสมอ เพราะสินค้ามักขึ้นอยู่ กับผู้ใช้มากกว่า เพราะผู้ใช้บริการจะบ่งบอกถึงผลิิตของเราได้ว่ามีความเหมาะสมและตรงตามความต้องการของเขาในระดับใด ซึ่งจากการสอบถามถึงผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้านำไปใช้จะบอกว่าอยากให้ปรับปรุงในส่วนขอปริมาณให้มากขึ้น และมีการลดแลกแจกแถมในส่วนของลูกค้าใหม่ ^๓
แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆของ Startup	กิจการจะต้องมีวัตถุประสงค์ชัดเจนในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ว่าต้องการอะไร เช่น ต้องการเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีต้องการรักษาความเป็นผู้นำในตลาด ต้องการใช้กำลังการผลิตส่วนที่เหลือให้เต็มที่ต้องการขยาย

^๒ สัมภาษณ์ดร.เพ็ญศรี จารุกำเนินนก ผู้ประกอบการSME อัญมณีเครื่องประดับส่งออก ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

^๓ สัมภาษณ์ นายสมศักดิ์ สงสนธิ ธุรกิจบ้านเช่า ,ผู้ประกอบการผู้บริหารรีสอร์ท ตำบลจอหอ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

	ตลาด หรืออาจจ้องการขยายผลิตภัณฑ์ให้ครบถ้วน เป็นต้น^๕ ทั้งนี้เพราะวัตถุประสงค์ที่ต่างกันจะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่างกัน กลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ใหม่ต่างไปจากเดิมและกลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์ใหม่ก็จะแตกต่างกันด้วยแนวคิดใหม่ๆ ของผลิตภัณฑ์ อาจมาจากแหล่งแนวคิดต่างๆ กัน เช่นจากรายงานของพนักงานขายจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง จากการหาช่องว่างของตลาดปัจจุบันรวมไปถึงอาจได้แนวคิดใหม่มาจากพ่อค้าคนกลางการระดมแนวคิดของหัวหน้าแผนกต่างๆ ในกิจการและแนวคิดส่วนใหญ่ที่ได้มักได้มาจากปัญหาข้อเสนอแนะคำติชมของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภค^๕ พบเจอในการบริโภคผลิตภัณฑ์นั้นในขั้นตอนนี้กิจการควรจะได้แนวคิดหลายๆ แนวคิดจากแหล่งต่างๆ กัน เพื่อนำไว้กลั่นกรองเลือกเฉพาะแนวคิดที่เหมาะสมสำหรับกิจการ แนวคิดของผลิตภัณฑ์ใหม่ ควรที่จะตอบสนองวัตถุประสงค์ที่กิจการกำหนดไว้ และมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า สร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม ผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ควรทำลายสิ่งแวดล้อมใช้แล้วควรปลอดภัยทั้งตัวผู้บริโภคและสังคมโดยรวม
ปัจจุบันผลิตภัณฑ์/บริการ ของ Startupท่านมีที่ไหนบ้าง และมีช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างไร	1) ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง (Direct Channel) คือ การที่ผู้ผลิตได้ทำการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้บริโภค ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการ หรือผู้ใช้สินค้าทาง

^๕ สัมภาษณ์นางจิรารัตน์ เสรีขจรจารุ ผู้ประกอบการธุรกิจขายเสื้อผ้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563

^๕ สัมภาษณ์นางคนาวรรณ สุทธิประเสริฐ ผู้ประกอบการค้าขายออนไลน์ ตำบลสีมูม อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

	อุตสาหกรรม โดยตรง โดยไม่ผ่านคนกลางทางการตลาด^๖ 2) ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม (Indirect Channel) คือ การที่ผู้ผลิตไม่ได้ทำการ จัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ไปยังผู้บริโภค ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการ หรือผู้ใช้สินค้าทางอุตสาหกรรมโดยตรง แต่จะจัดจำหน่ายผ่านคนกลางทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ ที่เหมาะสม การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายควรน่าจะได้คำนึงถึงเงื่อนไขในการสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการคิดจะซื้อสินค้าชนิดนั้น ๆ ประเด็นสำคัญที่จะนำมาพิจารณา ได้แก่ 1. ขนาดการซื้อ ปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการในการซื้อ1ครั้งยังซื้อน้อย ช่องทางการจัดจำหน่ายต้องเน้นความใกล้ชิดกับ ผู้บริโภคสามารถตอบสนองความสะดวกด้านเวลาเพราะผู้บริโภคจะซื้อบ่อย ๆ แต่ปริมาณต่อครั้งไม่มาก^๗ 2. ระยะเวลาการรอรระยะเวลาในการจัดส่งสินค้าให้ผู้บริโภคนาน เท่าใด ซึ่งแน่นอนว่าผู้บริโภคต้องการเลือกใช้ช่องทางที่ใช้เวลาเร็วที่สุดสินค้าบางชนิดผู้บริโภครอ ได้ แต่บางชนิดเมื่อตัดสินใจซื้อต้องได้สินค้าทันที^๘ 3. ความสะดวกในการหาซื้อ การอำนวยความสะดวกในการ หาซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภคเช่น จำนวนร้านค้าที่มากเพียงพอ การกำหนดจำนวน ความสะดวกจากการสั่งซื้อสินค้าที่บ้านผ่านทาง Catalog Sales
--	---

^๖ สัมภาษณ์ นายสมศักดิ์ สงสนธิ ธุรกิจบ้านเช่า ,ผู้ประกอบการผู้บริหารรีสอร์ท ตำบลจอหอ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

^๗ สัมภาษณ์นายไชยวัตร ศิริศักดิ์ดา ผู้ประกอบการใหม่ธุรกิจร้านอาหารตามสั่ง ตำบลหนองบัวศาลา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

^๘ สัมภาษณ์นายฉัตรชัย ศรีงาม ผู้ประกอบการซ่อมและจำหน่ายมอเตอร์ไซด์ออนไลน์และให้เช่าบูชาพระเครื่องบ้านหัวถนน ตำบลหัวทะเล อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

	4. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายจะนำเสนอต่อผู้บริโภค โดยทั่วไปผู้บริโภคอยากให้ความหลากหลาย เพื่อจะได้มีโอกาสเลือกสรร สินค้าที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด^๙ 5. บริการ บริการที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น การให้สินเชื่อ การรับประกันการจัดส่ง การติดตั้ง การซ่อมแซมบำรุงรักษา ฯลฯ บริการมีมากเท่าใดก็เป็นภาระแก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายมากเท่านั้น แต่ถ้าผู้บริโภคต้องการบริการที่ติดไปกับสินค้าการออกแบบ ช่องทางการจัดจำหน่ายก็ต้องจัดให้มีศูนย์บริการอำนวยความสะดวกให้ด้วยการกำหนดวัตถุประสงค์และข้อจำกัดของการจัดจำหน่าย ความเข้าใจโดยทั่วไป^{๑๐} วัตถุประสงค์ของการจัดจำหน่ายน่าจะเป็นการกำหนดเป้าหมายยอดขายในรูปตัวเงินหรือจำนวนหน่วยของสินค้าที่ขาย แต่ในหลายกรณีการกำหนดวัตถุประสงค์เพียงเท่านี้ยังไม่เพียงพอเนื่องจากการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายยังเกี่ยวข้องกับอีกหลายวัตถุประสงค์ เช่น ต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับ ช่องทางการจัดจำหน่าย การใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายของคู่แข่ง เป็นต้น
--	---

การเริ่มต้นทำธุรกิจใหม่ ซึ่งเป็นธุรกิจที่คุณไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อนทำเพียงเพราะเห็นว่าธุรกิจนั้นมีศักยภาพที่ดีน่าลงทุน และการที่ขาดความรู้ในธุรกิจนั้นๆ อย่างลึกซึ้ง จะทำให้คุณมีต้นทุนมหาศาลโดยเฉพาะต้นทุนการเรียนรู้ นอกจากการทำธุรกิจที่คุณรู้จักและหลงรัก การมี Connection ที่ดีก็ช่วยให้ขั้นตอนการดำเนินธุรกิจหลายอย่างเสร็จสิ้นได้โดยใช้เงินเพียงเล็กน้อย ดังนั้นในขั้นตอนนี้

^๙ สัมภาษณ์นายฉัตรชัย ศรีงาม ผู้ประกอบการซ่อมและจำหน่ายมอเตอร์ไซด์ออนไลน์และให้เช่าบูชาพระเครื่องบ้านหัวถนน ตำบลหัวทะเล อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา, เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

^{๑๐} สัมภาษณ์นางจิตารัตน์ เสรีขจรจารุ ผู้ประกอบการธุรกิจขายเสื้อผ้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา, เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

จึงมีความสำคัญอยู่ไม่น้อย ความล้มเหลวของธุรกิจ มากกว่าคาดหวังเรื่องเงินในภายภาคหน้า การจัดการพนักงานและสัญญาจ้างทั้งยุ่งยากและมีต้นทุนสูง ซึ่งผู้ประกอบการมือใหม่จะจัดการเรื่องเหล่านี้ได้ไม่ดี การให้สมาชิกในทีมเป็นหุ้นส่วน จึงเป็นหลักประกันที่ดีที่สุดที่จะช่วยให้ทีมยอมรับหัวจมท้ายและโฟกัสกับธุรกิจ ผู้ประกอบการใด ๆ ก็ตามที่เริ่มต้นธุรกิจแบบไร้แผนจะต้องใช้เงินจำนวนมาก เช่นเดียวกันคนเหล่านั้นจะต้องแบกรับความกดดันที่จะคงความนิยมเอาไว้ตามหน้าสื่อ ทำให้เวลาส่วนใหญ่หมดไปกับการเอาใจนักลงทุน ซึ่งนักลงทุนส่วนใหญ่ยอมรับว่าการใช้เงินที่มากเกินไปจะทำให้การตัดสินใจแย่ลง และเกิดการควบคุมไม่อยู่ทุกวันนี้การทำสตาร์ทอัพโดยสมาชิกอยู่กับคนละมุมโลกเป็นเรื่องปกติ เพราะทุกคนต่างมีสมาร์ตโฟน วิดีโอ และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงช่วยอำนวยความสะดวก ค่าใช้จ่ายสำหรับสำนักงานเป็นต้นทุนที่แพง ไม่ว่าจะเป็นการจัดซื้ออุปกรณ์ การจัดสรรพนักงาน และค่าใช้จ่ายสำหรับเดินทาง ที่ควรทำคือมีเว็บไซต์ เพราะช่วยให้ธุรกิจของคุณดูน่าเชื่อถือ (แม้ไม่มีออฟฟิศ) เทียบเท่ากับคู่แข่งรายใหญ่ได้ ถ้าวิธีแก้ปัญหาของคุณมีคุณค่าจริง พาร์ทเนอร์ในอนาคตย่อมกระโจนเข้ามาร่วมวงด้วยอยู่แล้ว ดังนั้นอย่าลืมเจรจาเรื่องค่าลิขสิทธิ์หรือค่าธรรมเนียมกันตั้งแต่นั้น ๆ โดยเฉพาะการขอส่วนลด เพราะทั้งเวนเดอร์และพาร์ทเนอร์จะเข้าใจเรื่องกระแสเงินสดที่ธุรกิจเกิดใหม่ของคุณต้องจัดการ ถือซะว่าใช้โอกาสนี้เพื่อฝึกทักษะการขายของคุณเองตั้งแต่นั้น ๆ ไปในตัว ถ้าคุณขายสินค้า ซัพพลายเออร์ หรือผู้จัดจำหน่ายจะทำหน้าที่ส่งสินค้าที่อยู่ในคลังแทนคุณ แต่ถ้าคุณขายบริการอย่างล้วยที่จะขอบวกค่าบริการเพื่อชดเชยต้นทุนของคุณ การทำธุรกิจคือการต่อรอง แต่ผู้ประกอบการมือใหม่ที่มีเงินมากมักเกรงใจที่จะต่อรองกับคู่ค้า ตัวอย่าง Business Model ยอดนิยม เช่น การเก็บค่าธรรมเนียมสมาชิกรายเดือน และค่าบริการเสริมต่าง ๆ หรือการขายสินค้าครั้งเดียวจบ อีกตัวอย่างหนึ่งคือการสร้างเว็บอีคอมเมิร์ซแทนที่การค้าปลีกแบบดั้งเดิม เพื่อให้ธุรกิจสามารถขายสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมงแก่ลูกค้าจากทั่วทุกมุมโลกหนึ่งในวิธีที่จะช่วยให้คุณประหยัดเงินและลดความเสี่ยง คือ การใช้ Social Media ซึ่งมีข้อดีคือฟรี และสามารถใช้อย่างเสี่ยงได้อีกวิธีการแก้ปัญหาของคุณมีคนสนใจอย่างน้อยแค่ไหน ก่อนที่คุณจะลงทุนเวลาและทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในการผลิตสินค้าและบริการ นอกจากนี้ Social Media ยังเป็นเครื่องมือที่ทรงพลัง และราคาไม่แพงสำหรับใช้ทำการตลาดให้กับธุรกิจของคุณได้อีกด้วยคุณอาจมองเงินเริ่มต้นธุรกิจที่มีจำกัดว่าเป็นปัญหาใหญ่ที่สุด หรือเป็นสิ่งที่กระตุ้นช่วยให้คุณทำธุรกิจได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้นก็ได้ การทำสตาร์ทอัพมักเน้นที่ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม แต่คู่แข่งรายใหญ่ก็สามารถที่จะลอกเลียนแบบ Solution ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในตลาดได้ทันที และแทบไม่มีความเสี่ยงเลย ดังนั้นจงให้ข้อจำกัดด้านการเงินเป็นตัวขับเคลื่อนให้คุณมุ่งชนะมากกว่าที่จะมองเป็นจุดอ่อนในการเริ่มต้นธุรกิจ

นอกจากนี้ยังมีกระบวนการผลิต Startup ที่ผู้ประกอบการใหม่จะต้องบริหารจัดการ คือ

1) เข้าใจถึงแก่นปัญหา สตาร์ทอัพหลายราย ไม่สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้จริงๆ ก็เพราะพวกเขาเข้าไปไม่ถึงสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา แชร์

ประสบการณ์ เสนอความคิดเห็นส่วนตัว หรือแม้กระทั่งความรู้สึกที่ไม่ได้รับความไม่สะดวกสบายจากการใช้สินค้าหรือบริการในปัจจุบัน^{๑๑}

2) ลงพื้นที่จริง หลังจากที่เราว่าปัญหาคืออะไรแล้ว ถึงเวลาที่จะต้องลงพื้นที่จริงๆ เพื่อที่จะพูดคุยแลกเปลี่ยนกับผู้ที่มีอุปสรรคในด้าน “ปัญหาของธุรกิจทุกวันนี้ไม่ใช่เราขาดแคลนนวัตกรรม แต่ขาดความสามารถในการเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่น” ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ในส่วนหลังนี้เป็นสิ่งที่สตาร์ทอัพทั่วโลกกำลังประสบปัญหาเดียวกันอยู่

3) ระบุขอบเขตของปัญหา อะไรคือปัญหาของที่แท้จริงลูกค้า มองปัญหาให้เหมือนที่ลูกค้ามอง เมื่อนั้นจะเห็นโอกาส สังเกต วิเคราะห์ และปะติดปะต่อข้อมูล คำถาม ปัญหา หรือไอเดียต่างๆ ทำงานไปในทิศทางเดียวกันทั้งทีม และกำลังแก้ปัญหาได้ตรงจุด^{๑๒}

4) ระดมไอเดียในการแก้ปัญหา ระดมทุกไอเดียในการแก้ปัญหา ดังนั้นยังมีไอเดียมากเท่าไร คุณก็ยิ่งจะได้ไอเดียที่สามารถนำไปใช้ได้จริงมากขึ้นเท่านั้น

5) การจำลองต้นแบบของสินค้าหรือนวัตกรรมและทำการทดสอบ นำเอาความคิดสร้างสรรค์ที่ได้ มาต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้จริง (จะเป็นรูปแบบของแอปพลิเคชัน หรือ ผลิตภัณฑ์จริงก็ได้ทำซ้ำๆ และเรียนรู้จากสิ่งที่ทำ หลังจากที่ได้ผลิตภัณฑ์ออกมาเป็นรูปเป็นร่างแล้วมาถึงขั้นตอนในการทดสอบการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ลองนำสิ่งที่คุณทำไปให้ใครสักคนที่กำลังประสบความไม่สะดวกสบายจากการใช้ผลิตภัณฑ์ แอปพลิเคชัน หรือบริการต่างๆ ทดลองใช้ แล้วขอฟีดแบ็คจากเขาเหล่านั้นว่าถ้าคุณจะทำออกมาจริงๆ มันจะเวิร์คหรือไม่ และถึงแม้มันไม่เวิร์คเลย อย่างน้อยคุณก็ได้เรียนรู้ว่า ความล้มเหลวเป็นบันไดไปสู่ความสำเร็จ ล้มแล้วลุกขึ้นใหม่ เรียนรู้จากความผิดพลาด แล้วนำไปปรับปรุง

6) ลงมือสร้างผลิตภัณฑ์แล้วลุยตลาดจริงเมื่อผลิตภัณฑ์พร้อม ตลาดกลุ่มเป้าหมายชัด สิ่งที่คุณต้องการในตอนนี้ก็คือโอกาส อย่าหยุดที่จะมองหาโอกาสไม่ว่าจะโอกาสในการหาพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจ หรือ โอกาสในการขาย^{๑๓}

ดังนั้นการกำหนด วัตถุประสงค์ของการออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดี ควรจะ - สะท้อนภาพรวมของกลยุทธ์การตลาด - นำไปสู่ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า - เน้นการวัดผลการขายและกิจกรรมการขายได้อย่างชัดเจน - แสดงให้เห็นอนาคตว่ายอดขายของบริษัทควรจะมาจากที่ใด - ใช้ในการประเมินผลการขายและการให้ทรัพยากรทางการตลาด โดยทั่วไปวัตถุประสงค์

^{๑๑} สัมภาษณ์นางคณาวรรณ สุทธิประเสริฐ ผู้ประกอบการค้าขายออนไลน์ ตำบลสีมูม อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา, เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

^{๑๒} สัมภาษณ์ นายสมศักดิ์ สงสนธิ ธุรกิจบ้านเช่า, ผู้ประกอบการผู้บริหารรีสอร์ท ตำบลจอหอ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา, เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

^{๑๓} สัมภาษณ์ดร.เพ็ญศรี จารุกำเนินกนก ผู้ประกอบการSME อัญมณีเครื่องประดับส่งออก ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา, เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

ของการจัดจำหน่าย กำหนดออกมาได้เป็น 4 เรื่อง ซึ่งในแต่ละเรื่องจะต้อง ระบุเป็นจำนวนตัวเลขที่ชัดเจนได้แก่ 1. วัตถุประสงค์เพื่อการสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ (Account-Development Objective) เน้นไปที่การแสวงหาผู้จัดจำหน่ายใหม่หรือบริโภครายใหม่ ซึ่งต้องระบุกลุ่มเป้าหมายอย่าง ชัดเจน สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดของบริษัท

การจำหน่ายบนแพลตฟอร์มโดยเฉพาะShopee และ Lazada ซึ่งเปิดให้ผู้ประกอบการ เข้าถึงด้วยข้อจำกัดในการลงลิขสิทธิ์ ซึ่งอาจใช้เวลานาน และมีค่าใช้จ่ายทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ไม่สามารถที่จะมีทุนมากพอที่จะใช้ช่องทางในตลาดออนไลน์

ข้อคำถาม	ผลการสัมภาษณ์
Startupของท่านมีการส่งเสริมการพัฒนาความรู้ในด้านต่างๆ ให้กับสมาชิก	การเรียนรู้ระบบออนไลน์ การทำสื่อ เรียนคอส กลุ่มไลน์คอยแนะนำกัน ^{๑๔}
Startupของท่านมีการปรับปรุงรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ หีบห่อของสินค้า/ผลิตภัณฑ์	มีการปรับปรุง แรกๆก็เป็นผลิตภัณฑ์ตามต้นทุน โดยผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้สวยงาม พอลูกค้าตอบโทย์การตลาด ก็จะส่งผลให้สามารถที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ให้ดูดี ^{๑๕}
ผู้แนะนำข้อมูลเกี่ยวกับการผลิต และจัดจำหน่ายสินค้า/บริการของStartup	สรรหาด้วยตนเองและกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ด้วยกันเช่นหอการค้าจังหวัด และจุดที่เราสนใจ ^{๑๖}
เหตุผลใด Startupของท่านสามารถอยู่ได้จนถึงปัจจุบัน	ได้ทำในสิ่งที่เรารัก เราถนัดและเชี่ยวชาญเราก็มีความใส่ใจและอดทน เราต้องการผลิตภัณฑ์ที่ตอบโทย์ทางสังคม โดยดูจากเทรนด์ ช่องว่างการตลาด และพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ การทำธุรกิจต้องหาวิธีการเรียนรู้และไม่ท้อถอย มีความอดทนต่อความสำเร็จ โดยใช้หลักธรรมะเข้ามาเกี่ยวข้องและมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าและการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ตรงและบริหารดี โดยพึงเสียงของลูกค้า คือ “คุณภาพของสินค้าจะไม่ใช้ความลับอีกต่อไป” ถ้าสินค้าไม่ดี

^{๑๔} สัมภาษณ์ดร.เบญจมาศ สุวรรณวงศ์ ผู้ประกอบการร้านเลดี้ฟราว อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

^{๑๕} สัมภาษณ์นายฉัตรชัย ศรีงาม ผู้ประกอบการซ่อมและจำหน่ายมอเตอร์ไซด์ออนไลน์และให้เช่าบูชาพระเครื่องบ้านหัวถนน ตำบลหัวทะเล อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

^{๑๖} สัมภาษณ์ นายสมศักดิ์ สงสนธิ ธุรกิจบ้านเช่า ,ผู้ประกอบการผู้บริหารรีสอร์ท ตำบลจอหอ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

	จริงและใช้การโฆษณาเพื่อบิดเบือนข้อมูลที่แท้จริง มีโอกาสที่จะโดนกระแส ลงโทษจากโลกออนไลน์ (Social Sanction) แต่ถ้าสินค้าดีจริงโลกออนไลน์ จะช่วยแนะนำและบอกต่อกันอย่างทั่วถึงและเท่าเทียมซึ่งนับเป็นประโยชน์ กับผู้ประกอบการอย่างมหาศาล ดังนั้นในยุคนี้ ผู้ประกอบการต้องทำสินค้า ให้ดี เป็นตัวจริงของลูกค้า สร้างความไว้วางใจจากความจริงใจ และเปิดรับเสียง ตอบรับทั้งด้านดีและด้านไม่ดีจากลูกค้า เพื่อดูแลลูกค้าให้ประทับใจที่สุด และเพื่อให้ลูกค้าช่วยเป็นกระบอกเสียงให้กับธุรกิจของของเราได้
--	---

๔.๒ ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ ๒

ศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartupของผู้ประกอบการใหม่
Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

๔.๒.๑ ศักยภาพของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

จากการศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาพบว่าจาก
การสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่มและนำไปสู่กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการในวันที่3สิงหาคม63 พบว่า

ข้อคำถาม	รายละเอียดคำตอบ
ท่านคิดว่าสินค้าของ Startupของท่าน มี จุดเด่นอะไร จนทำ ให้เป็นที่รู้จักของคน ทั่วไปสินค้าตอบ โจทย์	ซึ่งเราไม่สามารถที่จะแข่งขันกับตลาดใหญ่ได้ เพราะมีสินค้ามาก แต่เราจะหา ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง ราคาไม่แพง และเน้นตัวแทนช่วยขายและใช้ในระบบ ออนไลน์ให้คนเข้าถึงมากขึ้น โดยเฉพาะสูตรของตนเองเฉพาะ และสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์และน้ำพริกเป็นที่นิยมของทุกบ้านในครัวเรือน และผลิตเอง ทำ ตลาดเอง ลองผิดลองถูก ^{๑๗}
การดำเนินงานของ กลุ่มธุรกิจstartupมี จุดอ่อน จุดแข็ง และศักยภาพ	
จุดแข็ง	จุดแข็งของ Startup ราคาถูก มีคุณภาพและมีสารสกัดจากธรรมชาติโดยไม่ผสมผสานเคมี Startup ซึ่งเริ่มต้นธุรกิจด้วยทรัพยากรที่จำกัด ดูเสมือนจะเป็นจุดอ่อน ของ Startup ที่ทำให้ธุรกิจใหม่ ยากที่จะประสบผลสำเร็จ หรือแข่งขันกับ คู่แข่งที่มีขนาดธุรกิจที่ใหญ่กว่าได้แต่ในความเป็นจริง ขนาดของธุรกิจและ

^{๑๗} สัมภาษณ์นายไชยวัตร ศิริศักดิ์ดา ผู้ประกอบการใหม่ธุรกิจร้านอาหารตามสั่ง ตำบลหนองบัวศาลา
อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563

	จำนวนทรัพยากรที่จำกัด ไม่ได้เป็นข้อเสียเปรียบของ Startup เสียทีเดียว หากแต่กลับเป็นจุดแข็งของ Startup ที่องค์กรธุรกิจที่มีขนาดและความพร้อมของทรัพยากรที่เหนือกว่า อาจจะไม่สามารถดำเนินการได้เช่น Startup ทั้งนี้ เพราะด้วยรูปแบบการเริ่มต้นธุรกิจของ Startup คือ การจัดตั้งธุรกิจโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ย่อมต้องรู้จักและเข้าใจธุรกิจที่จะจัดตั้งใหม่เป็นอย่างดี และเมื่อธุรกิจใหม่มีขนาดเล็ก จึงมีความยืดหยุ่นสูงต่อการขัดเกลาแนวความคิด ธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้อย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา กระทั่ง เป็นที่ยอมรับของตลาด และนักลงทุน (Venture Capital) ในระยะเวลาอันสั้น
จุดอ่อน	จุดอ่อนของ Startup ในด้านการตลาดและเรื่องทุน การเข้าถึงแหล่งทุนของสถาบันการเงิน คู่แข่งเยอะและผลิตภัณฑ์มีการลอกเลียนแบบและขายตัดราคา และไม่เป็นที่นิยมของลูกค้าและการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง การตลาดไม่โดดเด่น และสู้กับโฆษณาที่เมกะโปรเจกต์ใหญ่กว่าไม่ได้ ด้วยความไม่มีชื่อเสียงและไม่เป็นที่นิยม และไม่ได้เข้าร่วมประกวดจนได้รับรางวัล ทำให้เป็นที่รู้จัก แม้ว่าจุดแข็งของ Startup คือ ความรู้และความเข้าใจในธุรกิจที่จะ Start ใหม่ ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่จะร่วม Startup ธุรกิจใหม่ร่วมกันหากแต่ในจุดแข็งดังกล่าว ยังสามารถเป็นจุดอ่อนที่ Startup ทุกคนพึงตระหนักอยู่เสมอ คือ - Startup ขาดความมุ่งมั่นที่จะเริ่มต้นธุรกิจอย่างจริงจัง - Startup ติดกับดักทางความคิด โดยไม่ยอมเปลี่ยนแปลงแนวคิดธุรกิจตามสถานการณ์ - Startup เริ่มต้นธุรกิจด้วยแนวคิด จากการลอกเลียนแบบ - Startup ใช้ระยะเวลาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สั้น หรือนานเกินไป - Startup ไม่ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่ชัดเจน หรือมีศักยภาพที่เหมาะสม จุดอ่อนประการสุดท้ายของ Startup ที่สำคัญ คือ การ Start ธุรกิจใหม่ โดยปราศจากแผนธุรกิจ และที่ปรึกษาทางธุรกิจที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมอย่างแท้จริง
ด้านศักยภาพของผู้ประกอบการใหม่	เราไม่ใช่สตาร์ทอัพแบบฟูลทาม จึงทำให้ผลิตภัณฑ์กระจายไม่ทั่วถึง เราจึงหาเวลาและให้เวลากับการเรียนรู้ให้มากขึ้น และเทคโนโลยีก็ยัง

	ไม่ถนัด และต้องจ้างก็ส่งผลต่อการใช้จ่ายที่สูง ใช้อย่างแอ็กก็ต้องใช้ทุน และเวลาตลอดจนในด้านการตลาด^{๑๘} ปัจจุบันนับเป็นช่วงเวลาทองของ Startup ในภูมิภาค ASEAN จากปัจจัยต่างๆ ทั้งอัตราการใช้ IT และ Social Media ที่แพร่หลาย รวมถึง การจะเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจ ASEAN (AEC) ด้วยนั้นส่งผลให้นักลงทุนทั้งประเภท Venture Capital และ Angel Investors ทั้งจากสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา หรือแม้แต่ประเทศญี่ปุ่น และสิงคโปร์ ต่างให้ความสำคัญกับการลงทุนกับ Startup ในภูมิภาคนี้จำนวนมาก โดยอ้างอิงจาก 500 Startups ซึ่งได้เคยกล่าวถึงแนวโน้มที่นักลงทุนจากทั่วโลก จะนำเงินลงทุนนับแสนล้านบาท เข้ามาลงทุนในภูมิภาค ASEAN ซึ่งนักวิเคราะห์ในประเทศไทยต่างเชื่อว่า จะมีเม็ดเงินเข้ามาลงทุนใน Startup ของไทย ผ่าน Venture Capital ไม่ต่ำกว่าหมื่นล้านบาท นอกจากนี้ ยังมีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำนวนมาก ที่ได้จัดตั้งโครงการต่างๆ เพื่อกระตุ้น และสนับสนุนด้านโอกาสและการเงินให้แก่ Startup ของไทย ให้มีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพแก่ธุรกิจเพิ่มขึ้น ทั้งในด้านความน่าสนใจลงทุนของ Venture Capital หรือความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจในระยะยาวแต่โอกาสต่างๆ ข้างต้น ต้องแลกด้วย Passion และความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างของ Startup และ “เป็น” หรือ “จะเป็น” ธุรกิจที่ตลาดให้การยอมรับเป็นสำคัญ จังหวัดนครราชสีมาก็มีโอกาสในด้านธุรกิจ Startup เพราะการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่เริ่มเข้าถึงกลุ่มสถาบันการเงินมากขึ้นที่จะนำมาต่อยอดธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่นี้ได้
--	--

สภาพปัจจุบันในการดำเนินงานของ Startup อาจจะประสบปัญหาและอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการใหม่ ดังนี้

สภาพในการเป็น Startup แม้จะดูเสมือนว่าเป็นสิ่งที่เริ่มต้นได้ง่ายและเร็ว แต่ความง่ายและเร็วนี้ ย่อมแลกด้วยความเสี่ยงและความไม่แน่นอนต่างๆ ที่ Startup ต้องประสบเป็นอย่อย่างมากมายเช่นกัน ดังนั้น การนับหนึ่งสู่การเป็น Startup จึงควรเริ่มต้นจากการศึกษาถึงความชื่นชอบของผู้ก่อตั้งที่มีต่อธุรกิจที่จะเริ่มต้น ซึ่งไม่ควรเป็นเพียงความชื่นชอบในระดับปกติ แต่ควรเป็นความชื่นชอบในระดับหลงใหล ต่อสิ่งที่จะได้สร้างสรรค์เป็นธุรกิจ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร อัญมณี และอาหาร ต้องรู้สึกสนุกกับการคิด เพื่อต่อยอดธุรกิจอย่างไม่หยุดยั้ง เช่น การ

^{๑๘} สัมภาษณ์ นายสมศักดิ์ สงสนธิ ธุรกิจบ้านเช่า ,ผู้ประกอบการผู้บริหารรีสอร์ท ตำบลจอหอ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563

พัฒนา Facebook ของ ในการสุดท้าย ของการนับหนึ่งสู่ Startup คือ ควรมีความรู้และเข้าใจความเป็น “ธุรกิจ” ซึ่งในบางเวลา “เงิน” อาจจะไม่ใช่ว่าเป้าหมายสูงสุดของการดำเนินธุรกิจปัญหาสินค้าไม่ตรงกับความต้องการของตลาด เป็นอีกหนึ่งปัญหายอดฮิตของ Startup ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นสองกรณี คือ 1) ไม่สามารถหา Product Market Fit ได้ และ 2) ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลง โดยทั้งสองกรณีมีรายละเอียดปัญหาดังนี้

ปัญหา Product Market Fit คือ สินค้าและบริการที่สามารถแก้ไขปัญหามาตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งหลายครั้งไอเดียของ Startup ที่คิดว่าสามารถแก้ไขปัญหามาได้ แต่ไม่สามารถแก้ไขปัญหามาได้อย่างแท้จริง หรือปัญหาที่แก้ไขไม่มีคุณค่ามากพอในมุมมองลูกค้า ทำให้ลูกค้าไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

ธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลง สำหรับ Startup ที่ทำธุรกิจเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะด้าน ซึ่งในช่วงแรกธุรกิจอาจจะประสบความสำเร็จเพราะสามารถแก้ไขปัญหามาได้ แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ธุรกิจอาจไม่เป็นที่ต้องการของตลาดเหมือนเคย ยกตัวอย่างเช่น Webboard ซึ่งเคยเป็นที่ต้องการตลาด แต่ถูกแทนที่ด้วย Social Media Platform อย่าง Facebook และ Twitter จนทำให้หลายเว็บต้องปิดตัวไป เป็นต้น โดยปัญหานี้สามารถส่งผลกระทบต่อพนักงานถึงขั้นปิดกิจการได้

สรุปได้ว่าปัญหาที่ Startup เจอบ่อยมักเกี่ยวข้องกับการเตรียมความพร้อมก่อนเริ่มธุรกิจ ทั้งการคำนวณ CAC/LTV และการจัดการกระแสเงินสด ซึ่งปัญหาเหล่านี้สามารถป้องกันได้ตั้งแต่การวางแผนทำธุรกิจ แต่ทั้งนี้ยังมีปัญหาอีกมากที่คาดเดาไม่ได้ อย่างความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไป เป็นต้น

วิธีการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจ startup วิธีการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจ startup คือ ลดราคาสินค้า เน้นขายถูก ขายเร็ว การลดราคาสินค้าให้ราคาต่ำลง จะช่วยให้สินค้าที่ค้างอยู่ขายได้เร็วมากขึ้น ทำให้ได้เงินสดมาหมุนเวียนเพื่อให้ธุรกิจสามารถเดินหน้าต่อไปได้ ปรับปรุงระบบแฉ่งหนี้ การหากระแสเงินสดที่ดีที่สุดคือ การเปลี่ยนหนี้ให้เป็นเงินสด โดยหนี้ที่ว่านี้คือ หนี้ของลูกค้าที่ติดหนี้บริษัท ซึ่งการปรับปรุงระบบแฉ่งหนี้จะช่วยให้การเก็บเงินนั้นง่ายมากขึ้น ลดภาระค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เช่น การเช่าและตกแต่งออฟฟิศที่หรูหราเกินความจำเป็น หรือ การจ้างพนักงานที่ไม่จำเป็น ซึ่งสามารถเปลี่ยนเป็น outsource ได้

วิธีการแก้ไขปัญหาสินค้าไม่ตรงกับความต้องการของตลาด เมื่อสินค้าไม่เป็นที่ต้องการของตลาดอย่างเคย ไม่มีเหตุผลที่ต้องผินผลิตสินค้าและบริการต่อไป แต่ไม่ใช่ว่าจะต้องยอมแพ้เสมอไป เพราะยังมีวิธีการแก้ไขปัญหาดังกล่าวอยู่ ซึ่งทางออกเดียวสำหรับวิกฤตินี้คือ Pivot คือ การปรับทิศทางของธุรกิจเพื่อหาจุดลงตัวระหว่างสินค้ากับตลาดที่เหมาะสม รวมถึงการปรับวิธีการทำงาน ปรับปรุงสินค้าจนไปถึงการเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ โดยการ Pivot ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อสร้างรายได้ด้วยวิธีที่แตกต่างจากเดิม **สำหรับปัญหา Product Market Fit การ Pivot สามารถทำได้ โดยการแก้ไขสินค้า (Product)** เริ่มต้นด้วยการตั้งคำถามกับผลิตภัณฑ์ว่ามีประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหามากน้อยแค่ไหน อาจจะลองเพิ่มหรือลดฟีเจอร์ที่ไม่จำเป็นออกเพื่อให้ตอบโจทย์ลูกค้ามากขึ้น **ศึกษากลุ่มลูกค้าอีกครั้ง (Target Customer)** บางครั้งสินค้าที่ผลิตออกมาอาจจะดีอยู่แล้ว เพียงแค่ขายลูกค้าผิดกลุ่มเท่านั้นเอง ลองศึกษาลูกค้าเพิ่มเติมว่ามีใครบ้างที่

ประสบปัญหาดังกล่าว แล้วสินค้าของคุณช่วยแก้ไขปัญหามาได้อย่างไร การสื่อสารกับลูกค้า (Messaging) การหา Product Market Fit ให้เจอ นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์และลูกค้าแล้ว การสื่อสารก็สำคัญไม่แพ้กัน เพราะหากสินค้าดี ตอบโจทย์ความต้องการ แต่ลูกค้าไม่เข้าใจว่าสินค้าจะเข้ามาแก้ไขปัญหาได้อย่างไร การตัดสินใจซื้อก็อาจไม่เกิดขึ้น ดังนั้นคุณอาจต้องลองปรับวิธีการสื่อสารให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของสินค้ามากขึ้น

ดังนั้นอุปสรรคที่ส่งผลต่อธุรกิจสตาร์ทอัพ การเริ่มต้นสิ่งใหม่มักประสบกับอุปสรรคอยู่บ้าง สำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพก็เช่นเดียวกัน สำหรับประเทศไทยนั้นการเริ่มต้นสตาร์ทอัพจะต้องมองในหลายด้าน หลายมุม กฎหมายในประเทศไทยไม่ค่อยเอื้ออำนวยในการริเริ่มกิจการ เนื่องจากกิจการบางชนิดต้องขอใบอนุญาต บางเงื่อนไขและบางกฎเกณฑ์ได้มีผลกระทบในการทำลายธุรกิจ และยังทำให้ธุรกิจเก่าถูก ทำลายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในบางประเทศต้องยอมรับว่ามีการต่อต้านกันเกิดขึ้น การบริหารจัดการจึงยากขึ้น ดังนั้นในฐานะองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง และประชาชนคนวัยทำงานมีส่วนสำคัญในการกำหนดทิศทางของสังคมจึงจำเป็นต้องกลับมาทบทวน การริเริ่มใหม่ที่เกิดขึ้นส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างธุรกิจใหม่ จะเห็นได้ว่าระบบการศึกษาในประเทศไทยยังไม่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น คนหนุ่มสาวที่กำลังจบการศึกษาไม่ได้สั่งสมองค์ความรู้เพื่อนำมาต่อยอดสู่ธุรกิจแนวใหม่ และเป็นเจ้าของธุรกิจ อุปสรรคนี้จึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เมื่อโลกทั้งโลกเปลี่ยนแต่ การศึกษาไทยยังคงไม่เปลี่ยนธุรกิจในประเทศจึงเติบโตยาก อุปสรรคที่เกิดขึ้นจึงต้องขอความร่วมมือ จากภาครัฐ และส่วนงานที่เกี่ยวข้องในการสร้างสภาพแวดล้อม และปัจจัยที่จะเกื้อหนุนให้ภาคธุรกิจสตาร์ทอัพ มีความเจริญเติบโต และสิ่งสำคัญที่สุดคือ “การที่จะก้าวเข้าสู่ไทยแลนด์ 4.0 หรือ อุตสาหกรรม 4.0 หรือเรียกว่าสตาร์ทอัพรุ่นใหม่ยังต้องตระหนักถึงการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม มาทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่า ซึ่งจะทำให้การขับเคลื่อนบรรลุผล”^{๑๙}

๔.๒.๒ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartupของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartupของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาพบว่ามีหลายปัจจัยด้วยกัน ดังนี้

จากการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม และนำไปสู่กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการในวันที่ 3 สิงหาคม 2563 พบว่า

ท่านคิดว่าอะไรบ้างที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ Start Up

1) ปัจจัยด้านความรู้ ไอเดีย

^{๑๙}ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. (2560). อุปสรรคที่ส่งผลต่อธุรกิจสตาร์ทอัพ. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2563 จาก www.smebank.co.th

คนมีความรู้และประสบการณ์ในการประกอบ ธุรกิจที่ไม่เท่ากัน เช่น การจัดการ การตลาด การผลิต เทคโนโลยี และการเงิน เป็นต้น โดยผู้ที่มีอายุมากกว่าจะมีความรู้และ ประสบการณ์ที่มากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า ทำให้ผู้ที่มีอายุมากกว่ามีความกล้า ตัดสินใจในการประกอบ ธุรกิจมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า^{๒๐}

ปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ๆ หรือไอเดีย เป็นปัจจัยสําคัญในการจะทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ธุรกิจในปัจจุบันต้องมีแนวความคิดใหม่ ๆ ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำแนวความคิดนั้นมาใช้ แก้ ปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของมนุษย์ เพราะแนวความคิดใหม่ ๆ จะเป็นตัวบอกว่าจะทำอะไร ทำ อย่างไร สามารถแก้ไขอะไรได้ การเริ่มต้นในการทำสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จโดยที่แนวความคิด ต้องไม่ซ้ำ หรือจะเป็นการต่อยอดแนวความคิดเดิมที่มีอยู่แล้วให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น

2) ปัจจัยด้านการเมืองและสภาพเศรษฐกิจ

ส่งผลด้านลบต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจแบบ start-up เพราะสภาพการเมือง กฎหมาย และระเบียบรวมถึง สภาพเศรษฐกิจที่เอื้ออำนวยต่อ การทำธุรกิจแบบ start-up มีแนวโน้มในการตัดสินใจทำธุรกิจแบบ start-up ลดลง เพราะอาจเกรงว่าสภาพการเมืองและเศรษฐกิจที่สนับสนุนการลงทุน อาจทำให้มีผู้ ประกอบธุรกิจแบบ start-up มากขึ้น เกิดการแข่งขันสูง ทำให้โอกาสในการประกอบธุรกิจที่มีกำไรอาจลดลง ถือเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ การที่จะทำธุรกิจ อะไรก็ตามต้องมีการวางแผนที่ชัดเจนในการทำธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจเป็นไปในทิศทางที่ต้องการ^{๒๑}

3) ปัจจัยด้านสังคม

การตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจแบบ start-up เนื่องจากในปัจจุบันประเภทของธุรกิจมีความหลากหลาย เช่น ด้านเกษตรและอาหาร ด้านการศึกษาและการสนับสนุนการทำงานของภาครัฐ ด้านอสังหาริมทรัพย์ ด้านการเงิน ด้านสุขภาพ หรือด้านเกี่ยวกับการใช้ชีวิตประจำวัน ทั้งด้านบริการ ส่วนบุคคล การท่องเที่ยว และความบันเทิง ทำให้กลุ่มเป้าหมายมีหลายกลุ่ม จึงไม่จำเป็นต้องเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นสำคัญ นอกจากนี้ ปัจจัยด้านสังคมเกี่ยวกับการติดตามสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน โครงสร้างประชากรในประเทศในปัจจุบัน และระดับการศึกษา/รายได้ของผู้บริโภคในปัจจุบัน เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ผู้สนใจจะประกอบธุรกิจควรต้องรู้ข้อมูลดังกล่าว^{๒๒}

4) ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคและการลดต้นทุนด้วยเทคโนโลยี

^{๒๐} สัมภาษณ์นางจิรารัตน์ ศรีขจรจารุ ผู้ประกอบการธุรกิจขายเสื้อผ้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา, เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

^{๒๑} สัมภาษณ์นางคนาวรรณ สุทธิประเสริฐ ผู้ประกอบการค้าขายออนไลน์ ตำบลสีมูม อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา, เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

^{๒๒} สัมภาษณ์ นายสมศักดิ์ สงสนธิ ธุรกิจบ้านเช่า ,ผู้ประกอบการผู้บริหารรีสอร์ท ตำบลจอหอ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา, เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

ผู้ประกอบการและการลดต้นทุนด้วยเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจแบบ start-up เพราะในการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจแบบ start-up ผู้ที่มีแนวโน้มจะประกอบธุรกิจ จะติดตามหรือค้นหาความต้องการหรือ Trend /Life style ของกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอและ ต่อเนื่อง เช่น การดูแลสุขภาพ การท่องเที่ยวแนวธรรมชาติ นอกจากนี้ ถ้าผู้ที่สนใจทำธุรกิจคิดว่ามีเทคโนโลยีที่สามารถนำมาช่วยในการประหยัดต้นทุนในการทำธุรกิจได้ ก็จะมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจ เริ่มต้นธุรกิจแบบ start-up มากขึ้น^{๒๓}

5) ปัจจัยด้านการเรียนรู้ข่าวสาร

ข่าวสารรอบตัวไม่เกี่ยวกับการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจแบบ start-up เพราะการศึกษาและติดตามเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ๆ อยู่สม่ำเสมอ ด้านเทคโนโลยีหรือ อินเทอร์เน็ต เช่น Social Network เป็นเครื่องมือในการหาความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง รวมถึงติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองและรัฐบาลของประเทศอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้สภาวะเงินเฟ้อ หรือเงินฝืด เป็นการศึกษาข้อมูลขั้นพื้นฐาน ทว่าผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจควรทราบ แต่ไม่ได้เป็นข้อมูลที่ทำให้ผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจมีจุดแข็ง เหนือคู่แข่ง ปัจจัยดังกล่าวจึงไม่ได้มีผลต่อการทำธุรกิจแบบ start-up ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ

6) ปัจจัยด้านแหล่งวัตถุดิบและเครือข่ายชุมชนส่งผลต่อการตัดสินใจ

การเริ่มต้นธุรกิจแบบ start-up ปัจจัยด้านแหล่งวัตถุดิบ และเครือข่ายชุมชนเกี่ยวกับการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจแบบ start-up โดยผู้ที่มีแนวโน้มประกอบธุรกิจคิดว่าด้านกฎหมายในประเทศไทยเกี่ยวกับธุรกิจแบบ start-up สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน โดยเฉพาะเรื่องการนำเข้า-ส่งออกของสินค้าหรือบริการ ส่งเสริมต่อการทำธุรกิจแบบ start-up รวมถึงเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันส่งเสริมต่อการทำธุรกิจแบบ start-up เช่นกัน นอกจากนี้ ต้นทุนของแหล่งวัตถุดิบ ต้นทุนของแรงงาน และเครือข่ายชุมชนเพื่อนที่ทำงานหรือในมหาวิทยาลัย มีส่วนส่งเสริมต่อการเข้าสู่การทำธุรกิจแบบ start-up เช่นกัน การทำธุรกิจสิ่งที่สำคัญคือเงินทุนหรือแหล่งเงินทุน ปัจจุบันแหล่งเงินทุนสตาร์ทอัพในประเทศไทยยังมีการสนับสนุนในทำสตาร์ทอัพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะธนาคารต่างๆ ที่สนับสนุนเงินทุนให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ และมีแหล่งเงินทุนให้เลือกหลากหลายรูปแบบ^{๒๔}

๔.๓ ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ ๓

รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup

จากการศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup พบว่า

^{๒๓} สัมภาษณ์นายไชยวัตร ศิริศักดิ์ดา ผู้ประกอบการใหม่ธุรกิจร้านอาหารตามสั่ง ตำบลหนองบัวศาลา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา, เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

^{๒๔} สัมภาษณ์นายไชยวัตร ศิริศักดิ์ดา ผู้ประกอบการใหม่ธุรกิจร้านอาหารตามสั่ง ตำบลหนองบัวศาลา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา, เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลพื้นฐานการ ประกอบการใหม่ สภาพการณ์ สภาพปัญหา จุดแข็ง จุดอ่อน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในจากการวิเคราะห์ในชั้น การวิจัย (Research: R1) การศึกษาวิเคราะห์องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องและสำรวจข้อมูลพื้นฐาน (Analysis: A) โดยผู้วิจัยทำการออกแบบ และจัดทำรูป แบบการพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการ ชุมชนฯ โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎี ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ชุมชน และปรากฏการณ์ทางสังคม

จากการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม และนำไปสู่กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการในวันที่ 3 สิงหาคม 2563 พบว่า

ธุรกิจ StartUpมีความต้องการสนับสนุนทางด้านไต่บ้าง และจากหน่วยงานใด

ธุรกิจ StartUpมีการดำเนินธุรกิจจำเป็นที่จะต้องเงินลงทุน เพื่อใช้เป็นฐานในการสนับสนุนการ เติบโต เมื่อธุรกิจเริ่มเป็นรูปเป็นร่าง เข้าที่เข้าทาง การขยายขนาดของธุรกิจก็มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ เงินลงทุนมากขึ้น ดังนั้น หากได้รู้จักกับแหล่งเงินทุนที่ดี ก็มีโอกาที่ธุรกิจจะเจริญเติบโตแบบก้าว กระโดดได้ ทั้งนี้ เพราะ Startup คือ ผู้ก่อตั้งธุรกิจ ด้วยบุคลากรและทรัพยากรจำนวนน้อย แต่มี รูปแบบ Software หรือ Application ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้จำนวนมาก เพื่อสร้างการเติบโตอย่างก้าวกระโดดภายในระยะเวลาอันสั้น ให้นักลงทุนมีความสนใจเข้ามาร่วม ลงทุนในธุรกิจ โดย Startup กำหนดแผนการออกจากธุรกิจไว้อย่างรวดเร็วที่เรียกว่าต่อ ยอดจาก SMEs จะดำเนินธุรกิจสนับสนุน ภายใต้แนวคิดที่จะพัฒนาธุรกิจและตลาด ให้มีความก้าวหน้า มั่นคง มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ดังนั้น Startup ที่สามารถก่อตั้งธุรกิจและ ก้าวข้ามอุปสรรคต่างๆ มาได้ โดยไม่ทิ้งธุรกิจ แต่พร้อมที่จะสานต่อธุรกิจออกไปอย่างต่อเนื่อง จึงจะ กล่าวได้ว่าเป็น SMEs Startup จึงไม่ได้เป็นเพียงกระแส แต่เป็นรูปแบบการเริ่มต้นธุรกิจที่มี ความสำคัญและจะสำคัญยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคตต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ในรูปแบบของการ ประกอบการสิ่งที่ต้องการมาก คือ ความรู้และเข้าใจความเป็น “ธุรกิจ” ซึ่งในบางเวลา “เงิน” อาจจะไม่ใช่เป้าหมายสูงสุดของการดำเนินธุรกิจ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการใหม่ ดังนี้

การพัฒนาธุรกิจ Startup”ในช่วง 1- 2 ปีในช่วงระยะเวลาที่กำหนด เช่น 6 เดือน หรือ 1 และ 3 ปี นับจากการเริ่มต้นธุรกิจ ซึ่งอาจจะไม่สะท้อนกับความต้องการวัดความสำเร็จ ของ Startup ที่ต้องการความสำเร็จจากการดำเนินงานภายในระยะเวลาสั้นๆดังนั้น การกำหนดดัชนีชี้วัดความสำเร็จของ Startup ที่สามารถประยุกต์ใช้ได้เป็นอย่างดี คือ

- ผลลัพธ์เป็นที่รู้จักของตลาดและสังคม
- ตลาดมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง
- ธุรกิจมีกำไรจากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

ในดัชนีวัดความสำเร็จประการสุดท้ายของ Startup คือ การวัดจากความสุขในการ ดำเนินงานของบุคลากรในทุกระดับและทุกส่วนงานของธุรกิจ ที่ควรจะต้องมีความสุข และพอใจ ที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจใหม่ ที่ผลลัพธ์เป็นที่ยอมรับของตลาดและสังคม ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ และขนาดกลางให้ความสำคัญและลงมือปฏิบัติ ดังนี้ 1) สร้างทายาทสืบทอดจากตระกูลของตนเอง 2)

พนักงานระดับหัวหน้างานและพนักงานปฏิบัติการ จะมีการสอนงานกันเป็นระบบ และทุกปีจะต้องมีคนเก่ง (Talent Management) เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 1 - 2 คน ในแต่ละแผนกซึ่งกำหนดไว้ใน KPI ในทุกปี โดยฝ่าย HR จะทดสอบและประเมินผลการปฏิบัติงานของ พนักงานที่ผ่านโครงการ Talent Management และเก็บรายชื่อไว้ในระบบ Talent Employee หากองค์กร ต้องการตำแหน่งสำคัญ ๆ จะนำรายชื่อผู้ผ่านหลักสูตรดังกล่าวส่งให้เจ้าของบริษัทหรือเจ้าของงานนั้นพิจารณา แต่งตั้งได้ทันที

หน่วยงานของภาครัฐมีส่วนร่วมช่วยพัฒนาStartup

จากนโยบายรัฐบาล วิสัยทัศน์ของนายกรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์จันทร์โอชา ที่ต้องการพัฒนา วิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ให้เป็นนักรบเศรษฐกิจใหม่ (New Economic Warrior) โดยประกาศเป็น นโยบายเมื่อวันที่ 28 เมษายน 2559 ว่า “เรากำลังปลูกต้นไม้ใหม่ ภายใต้สตาร์ทอัพที่จะเป็นธุรกิจรุ่น ใหม่ในอนาคต โดยเราจะต้องทำให้ต้นไม้เหล่านี้เจริญเติบโตและออกดอกออกผลให้ได้ ภายใน 2 ปี”^{๒๕} และจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร วารสาร ข้อมูลจาก ระบบออนไลน์ รวมถึงบทความเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ พบว่า มีการสำรวจและรายงานการปิดตัวลงของสตาร์ทอัพทั่วโลกซึ่งคิดเป็นร้อยละ 90 ของจำนวนสตาร์ทอัพทั้งหมด^{๒๖} สตาร์ทอัพที่สามารถดำเนินกิจการอย่างรุ่งเรือง จนกลายเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพอันดับต้น ๆ และประสบความสำเร็จจำนวนมากที่มีการปิดตัวลงในปี 2560 ได้แก่ 1) โปรแกรม Discord เป็นบริษัทที่ ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการโปรแกรมแชตข้อความและเสียงสำหรับนักเล่นเกม 2) Beepi เว็บไซต์ตลาดซื้อขายรถมือสอง 3) Segment บริษัทเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาประมวลผลข้อมูลของ ลูกค้า เพื่อนำมาสร้างเครื่องมือในการบริหารจัดการการตลาดออนไลน์ 4) แอปพลิเคชันโซเชียลมีเดียมี ฟังก์ชันคล้ายกับเฟสบุ๊ก 5) Zipline บริษัทด้านหุ่นยนต์โดรน 6) Jawbone ธุรกิจสายรัดข้อมือเพื่อสุขภาพ ในปี 2561 ประเทศไทยต้องการให้สตาร์ทอัพในประเทศมีการเติบโตอย่างแข็งแกร่ง และยาวไกล โดยจากข้อมูลข้างต้นพบว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพในประเทศไทยมีการปิดตัวลงจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จของสตาร์ทอัพของไทย มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างให้ สตาร์ทอัพในประเทศเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจ รัฐบาลจะต้องเร่งผลักดันและสนับสนุน อย่างต่อเนื่อง คือ 1) ยึดนโยบายรัฐ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน 2) ภาครัฐบาลให้ทุนสนับสนุน 3) ภาครัฐบาล เร่งเพิ่มทุนความรู้และทักษะสู่การลงมือปฏิบัติ 4) มีทีมที่ปรึกษาให้คำแนะนำที่ยึดมั่นตามอุดมการณ์อย่าง มุ่งมั่นโดยมีวาทกรรมที่ว่า “ในความเก่งของผู้ประกอบการจะต้องเป็นคนดีที่มีความรู้คุณธรรม” เพื่อประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างยั่งยืน กระทรวงพาณิชย์และกระทรวงอุตสาหกรรมจัดทำแผนการพัฒนา ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ดังนี้

- 1) แผนการอบรมผู้ประกอบการใหม่อย่างต่อเนื่องทั้งระยะสั้น 1 ปี และ ระยะเวลา 5 ปี

^{๒๕} สุวิทย์เมฆินทร์, บทบาทของวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม กับโอกาสอันไม่สิ้นสุดของ(สตาร์ทอัพ)ไทย,(สตาร์ทอัพ)ไทยแลนด์ แมกกาซีน กรุงเทพ(2561).

^{๒๖} เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2560). Startup 90% ล้มเหลว แล้วอีก 10% ที่ส าเร็จเขาทำ อะไรกัน. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2560, จาก www.it24hrs.com

2) ฝึกทักษะการประกอบธุรกิจแต่ละขั้นตอนโดยทีมที่ปรึกษาที่ผ่านการอบรมทักษะการันที่ปรึกษาให้คำปรึกษาที่เรียกว่า คลินิกผู้ประกอบการ รัฐได้จัดทำต้นแบบการบ่มเพาะผู้ประกอบการสตาร์ทอัพโดยมีกิจกรรมประกวดนวัตกรรมของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพทุกปี

3) ส่งเสริมทักษะความรู้และ การสร้างจิตสำนึกที่ดีของผู้ประกอบการคู่ขนานกับการสร้างผู้ประกอบการสตาร์ทอัพเพิ่มจำนวนมากขึ้น ธุรกิจสตาร์ทอัพเกิดขึ้นจากบริบทกระบวนการทางเศรษฐกิจ สังคมและการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรม เพื่อรองรับต้นทุนต่ำแต่สามารถทำผลกำไรได้สูงโดยขับเคลื่อนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมจาก ผู้ประกอบการที่มีแนวคิดหลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจรุนแรงที่ผ่านมาแต่ละรอบ ผลักดันให้เกิดธุรกิจสตาร์ทอัพเพิ่มมากขึ้นจากการสนับสนุนของรัฐบาล เพื่อความอยู่รอดและยั่งยืน ในการประกอบธุรกิจทำให้ผู้ประกอบการจะต้องมีแนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์และพัฒนากระบวนการผลิต อย่างมีประสิทธิภาพให้ได้สินค้าดีมีคุณภาพ ประหยัดต้นทุน ซึ่งผู้ประกอบการสตาร์ทอัพเองจำเป็นต้องเตรียม ความพร้อมด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม

หลักการทางพระพุทธศาสนาที่นำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup

พระพุทธศาสนากับการพัฒนาสังคมไทย ในยุคไทยแลนด์4.0 การสั่งสอนธรรมของพระพุทธเจ้าทรงมุ่งผลในทางปฏิบัติให้ทุกคนจัดการกับชีวิตที่เป็นอยู่จริง ๆ ในโลก กษัตริย์ทุกพระองค์ของไทยได้นำเอาหลักธรรมพระพุทธศาสนาไปใช้ในการปกครองประเทศ เช่น ทศพิธราชธรรม ตลอดจน รวมทั้งการส่งเสริมกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ (Start Up) ดังนี้

ท่านคิดว่าหลักการทางพระพุทธศาสนาดังต่อไปนี้นำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Start up

-หลักพรหมวิหาร 4 (เมตตา,เมตตา กรุณา มุทิตาและอุเบกขา) กับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Start up

1) เมตตาในการทำงานกับคนอื่น คือ ความปรารถนาดีให้ผู้อื่นมีความสุข ความสุขเกิดขึ้นได้ทั้งทางกายและทางใจ ได้แก่ ความสุขจากการมีทรัพย์ ความสุขจากการใช้จ่ายทรัพย์ ความสุขจากการไม่เป็นหนี้ และความสุขจากการทำงานที่ปราศจากโทษหรือปราศจากอันตราย เมตตาที่ส่งเสริมการทำงานของผู้ประกอบการโดยให้ความรักใคร่ปรารถนาดีมีไมตรีต่อกันและกันในบริษัท

เมตตากับการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เมตตาที่ส่งเสริมการทำงานของผู้ประกอบการโดยในพระไตรปิฎกได้ให้ความหมายไว้ว่า เมตตา ความรักใคร่ปรารถนาดีมีไมตรีต่อกันปรารถนาให้เขาเหล่านั้นมีความสุข^{๒๗} คำว่า เมตตา หมายถึง ความรักใคร่ ปรารถนาให้คนอื่นมีความสุข มีจิตอันแผ่ไมตรีและคิดทำประโยชน์แก่มนุษย์สัตว์ทั่วหน้าและเป็นความรักใคร่ที่ปราศจากราคะความกำหนัด เช่น ความรักระหว่างมารดาบิดากับ บุตรธิดา คุณค่าของการเจริญเมตตาพรหมวิหารนี้ เท่าที่เห็นๆ

^{๒๗} ที.ปา. (ไทย) ๑๑/๓๐๕/๒๗๕

ต่างๆ ย่อมมีความลำบากทั้งกายและใจ มีความเห็นใจหาวิธีไม่ให้เกิดความลำบากแก่ผู้ทำงาน ด้วยการอำนวยความสะดวก สนับสนุนอุปกรณ์เครื่องมือให้เต็มกำลังในการทำงาน^{๓๐}

3) มุทิตากับการทำงานกับคนอื่น คือ ความยินดีเมื่อผู้อื่นได้ดีการมีความสุขหรือมีความเจริญก้าวหน้า ความยินดีเมื่อผู้อื่นได้ดีจึงหมายถึงความปรารถนาให้ผู้อื่นมีความสุขความเจริญก้าวหน้ายิ่งๆ ขึ้น โดยที่ไม่มีจิตใจอิจฉาริษยา การมุทิตาเป็นการส่งเสริมการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อเพื่อนร่วมงานประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานก็รู้สึกชื่นชมยินดีกับความสำเร็จด้วย มุทิตากับการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มุทิตาที่ส่งเสริมการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ประชาชนประสบความสำเร็จในหน้าที่ การงานก็รู้สึกชื่นชมยินดีกับความสำเร็จของเขาเหล่านั้น ฉะนั้น คำว่า มุทิตา^{๓๑} หมายถึง ความพลอยยินดีชื่นใจ เมื่อเห็นผู้อื่นได้ดีมีความสุข และเจริญงอกงามยิ่งขึ้นไป ความยินดีพอใจในการช่วยเหลือ ให้ผู้อื่นได้รับความสุขความเจริญ หรือผู้ที่เขามีความสุขความเจริญอยู่แล้ว

4) อุเบกขากับการทำงานกับคนอื่น คือการวางใจเป็นกลางเพราะพิจารณาเห็นว่า ใคร ทำดี ย่อมได้ดีตามกฎแห่งกรรม ใครทำสิ่งใดไว้สิ่งนั้นย่อมตอบสนองคืนบุคคลผู้กระทำ เมื่อเห็นใคร ได้รับ ผลกรรมในทางที่เป็นโทษก็ไม่ควรดีใจหรือคิดซ้ำเติมในเรื่องที่เกิดขึ้น ควรมีความปรารถนาดี คือ พยายามช่วยเหลือผู้อื่นให้พ้นจากความทุกข์ในลักษณะที่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรมอุเบกขาจึงเป็น การส่งเสริมการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

อุเบกขากับการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต) กล่าวไว้ว่า อุเบกขาคือความวางใจเป็นกลาง ไม่เอนเอียงด้วยรักและชัง พิจารณาเห็นกรรมที่สั่วทั้งหลายกระทำ แล้ว อันควรได้รับผลดีหรือชั่ว สมควรแก่เหตุอันตนประกอบพร้อมที่จะวินิจฉัยและปฏิบัติไปตามธรรม รวมทั้งรู้จักวางเฉยสงบใจ มองดูในเมื่อ ไม่มีกิจที่ควรทำ^{๓๒} ฉะนั้น ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ทุกท่านควร นำหลักธรรมพรหมวิหาร 4 ด้านอุเบกขามาใช้ในการบริหารงานและปฏิบัติต่อผู้ร่วมงาน สมาชิกทุกคน เสมอภาคกันด้วยความยุติธรรม อีกอย่าง หนึ่ง ผู้บริหารต้องรู้เท่าทันของผู้ร่วมงาน สมาชิกทุกคน และในบางสถานการณ์จำเป็นต้องวางเฉยเป็น กลางอย่างรู้เท่าทัน

สรุปได้ว่า พรหมวิหาร 4 หมายถึง หลักธรรมหนึ่งของพุทธศาสนาที่สอนให้ประพฤติปฏิบัติ หรือควบคุมกำกับทางจิตใจของมนุษย์ให้อยู่กับสังคมในโลกปัจจุบัน โดยการแสดงออกในด้านความรัก ความปรารถนาให้ทุกคนมีความสุขและให้มีจิตใจสงสาร คิดช่วยเหลือทุกคนรวมทั้งสัตว์ทั้งหลายให้พ้น ทุกข์ รวมถึงด้านจิตใจ พลอยยินดีกับคนที่เขาได้ดีมีความสุข กอปรด้วยอาการที่แสดงออกด้วยความ เทียงตรง เทียงธรรม ไม่ลำเอียงด้วยรักและชัง ใครทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ท่านใด มีพรหมวิหาร 4 ประการ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ท่านนั้นย่อมมีจิตใจสมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจของ ตนเองและผู้อื่น

^{๓๐} วรญา ทองอุ่น, มนุษย์สัมพันธ์ในองค์กร, หน้า ๒๑๐-๒๑๒.

^{๓๑} ชู.เถร.อ. (ไทย) ๒/๓๘๖/๔๘.

^{๓๒} พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม, หน้า ๑๒๔

- หลักอิทธิบาท 4 (ฉันทะ, วิริยะ, จิตตะ และวิมังสา) กับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Start up

1. ฉันทะ คือ ความพอใจ รักในสิ่งที่เราทำและสิ่งที่ถูกต้อง ตามทำนองคลองธรรม 2. วิริยะ คือ ต้องมีความพยายาม ขยัน หมั่นเพียร เข้มแข็งอดทน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค 3. จิตตะ คือ เอาใจมุ่งมั่นต่อสิ่งที่ทำมีสติ ไม่เหม่อลอยฟุ้งซ่าน ต้องมีสมาธิ และตั้งอก ตั้งใจ พระธรรมปิฎก ได้ให้ความหมายว่า อิทธิบาท 4 ธรรมที่เป็นเหตุให้ประสบความสำเร็จมี 4 อย่าง คือ ฉันทะ มีความพอใจ มีใจรัก คือ พอใจที่จะทำสิ่งนั้น และทำด้วยใจรัก ต้องการทำให้เป็น ผลสำเร็จอย่างดีแห่งกิจกรรมหรืองานที่ทำ มิใช่สักว่าทำให้เสร็จ หรือเพียงเพราะอยากได้รางวัลหรือ ผลกำไร วิริยะ พากเพียรทำ คือ ขยันหมั่นประกอบหมั่นกระทำสิ่งนั้นด้วยความพยายามเข้มแข็ง อดทน เอาธุระไม่ทอดทิ้ง ไม่ทอดทิ้ง จิตตะ เอาใจฝึกฝน คือ ตั้งจิตรับรู้ในสิ่งที่ทำนั้นด้วยความคิดไม่ปล่อยใจฟุ้งซ่านเลื่อนลอย ใช้ความคิดเรื่องนั้นบ่อยๆ เสมอๆ วิมังสา ใช้ปัญญาสอบสวน คือ หมั่น ใช้ ปัญญาพิจารณาใคร่ครวญตรวจตราหาเหตุผล และตรวจสอบข้อยิ่งหย่อนเกินเลยบกพร่องขัดข้อง เป็น ต้น แปลให้ง่ายตาม ลำดับว่า “มีใจรัก พากเพียรทำ เอาใจฝึกฝน ใช้ปัญญาสอบสวน” ^{๓๓}บุญมี แทนแก้ว กล่าวว่า ตามหลักพุทธศาสนา กล่าวไว้ว่าผู้หวังความสำเร็จควรปฏิบัติในธรรมอันเป็นเครื่องนำไปสู่ความสำเร็จ หรือสำเร็จตามความประสงค์หมายความว่าเมื่อต้องการความสำเร็จก้าวหน้าต้องสร้างเหตุผลเพื่อให้เกิดผลนั้นๆ เพราะผลย่อมมาจากเหตุการสร้างเหตุขึ้นถึงแม้จะ ยากยิ่งเพียงใด หากใช้คุณธรรมเข้าสนับสนุนแล้วจึงจะสำเร็จตามความประสงค์ได้คุณธรรมที่จะช่วยให้สำเร็จหรือความสำเร็จก้าวหน้าดังประสงค์คือ อิทธิบาท 4 ^{๓๔}

ปริญญา จงวัฒนา กล่าวว่า อิทธิบาท 4 คือ คุณธรรม 4 ประการที่เป็นฐานนำไปสู่ความสำเร็จ ดังนี้ 1) ฉันทะ ความพอใจ ความพึงใจที่จะกระทำกิจใดๆ เพื่อที่ให้ได้ผลสำเร็จตามปรารถนา 2) วิริยะ ความเพียร คือ มีความขยันหมั่น เพียรที่จะกระทำกิจใดๆ ที่ได้ตั้งปรารถนาไว้แล้ว และได้มีความพอใจ พึงใจ กระทำแล้วให้สำเร็จลุล่วงตามปรารถนา 3) จิตตะ จิตจดจ่อ คือ มีสติมีสมาธิในการที่จะกระทำกิจใดๆ ที่ตั้งปรารถนาไว้แล้วได้มี ความพอใจ พึงใจก่อกิจกรรมนั้นแล้วได้ใช้ความเพียรพยายามแล้ว ก็ต้องใช้กำลังใจ กำลังความคิด กำลังสติปัญญาและสมาธิไม่หันเหไปทางอื่น การกระทำกิจนั้นๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปตามปรารถนา 4. วิมังสา ความไตร่ตรอง ทดสอบ ทดลอง พินิจพิจารณา เมื่อกระทำสิ่งใดๆ แล้วย่อม ประสบปัญหาใหญ่บ้างเล็กบ้าง ก็ต้องใช้การใคร่ครวญพิจารณาถึงปัญหาต่างๆ เหล่านั้นด้วยอุบาย ปัญญา ตั้งข้อสมมติฐานเป็นเหตุ เพื่อที่จะหาปัจจัยองค์ประกอบในสิ่งที่ตนรู้มาเป็นข้อเปรียบเทียบเชิง กระทบเพื่อที่จะสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้และทำการ

^{๓๓} พระธรรมปิฎก, พุทธธรรม, พิมพ์ครั้งที่ ๑๐, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์บริษัท สหธรรมมิก จ กัด, ๒๕๔๖), หน้า ๘๔๒ .

^{๓๔} บุญมี แทนแก้ว, จริยศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, ๒๕๓๙), หน้า ๑๔๒.

ทดสอบทดลอง สามารถให้ผลได้จริงตาม ที่ตั้งข้อสมมติหรือไม่ กระทำซ้ำแล้วซ้ำอีกจนมีความแน่ใจจนสามารถประสพกับความสำเร็จได้ตามปรารถนาตั้งใจ^{๓๕}

วางแผนการตามหลักคุณธรรม ด้วยอิทธิบาท 4 เป็นหลักธรรมคำสอน ของพระพุทธเจ้า ซึ่งหมายถึงสิ่งซึ่งมีคุณธรรม ความจริงแล้วหลักคำสอนดังกล่าวเป็นเรื่องที่สากลมาก สามารถนำไปเป็นหลักคิดหรือแนวทางในการปฏิบัติไม่ว่าจะเป็นเรื่องอะไรก็ตาม ทั้งในการทำงาน การศึกษา การดำเนินชีวิตในทุกด้าน แม้แต่การเสนอขายสินค้าบางอย่างให้แก่ลูกค้า ก็สามารถนำหลักอิทธิบาท 4 มาเป็นแนวทางในการทำงานด้านการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

-หลักฆราวาสธรรม 4 (สัจจะ, ทมะ, ขันติ และจาคะ) กับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Start up

การพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ที่อยู่ครองเรือน ได้แก่ หลักฆราวาสธรรม 4 ซึ่งเป็นธรรมะสำหรับ ฆราวาสหรือคฤหัสถ์ผู้ที่อยู่ครองเรือนสำหรับ ธรรมะที่จะนำมาพัฒนาคุณภาพชีวิตมนุษย์ให้เป็น มนุษย์ที่สมบูรณ์ฆราวาสธรรม 4 ได้แก่ 1) สัจจะ ความซื่อสัตย์ต่อกัน 2) ทมะ การข่มจิตใจตัวเอง 3) ขันติความอดทน 4) จาคะ การเสียสละเพื่อ ครอบครัวเพื่อสังคมจึงจะทำให้สังคมนั้นอยู่กัน อย่างมีความสุข

องค์ประกอบหลักฆราวาสธรรม 4 ประการ ได้แก่สัจจะคือความซื่อสัตย์จริงใจต่อกัน เป็นหลักสำคัญที่จะให้เกิดความไว้วางใจและ ไมตรีจิตสนิทต่อกัน ทมะคือการรู้จักบังคับควบคุม อารมณ์ ข่มใจระงับความรู้สึกต่อเหตุบกพร่องของ กันและกันรู้จักฝึกฝนปรับปรุงตนแก้ไขข้อบกพร่อง ปรับนิสัยและอัธยาศัยให้กลมกลืนประสานเข้าหา กันได้ขันติคือ ความอดทนอดกลั้นต่อความหนัก และความร้ายแรงทั้งหลายจาคะคือความเสียสละ ความเผื่อแผ่แบ่งปันตลอดถึงความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อ ต่อ กัน ถ้ามนุษย์แต่ละคนพยายามปลูกฝังและบำรุงให้ เจริญงอกงามโดยทั่วกันแล้วจะช่วยให้ประเทศชาติ บังเกิดความสุขความร่มเย็นและมีโอกาสที่จะ ปรับปรุงพัฒนาประเทศชาติให้เจริญมั่นคงก้าวหน้า ต่อไป การพัฒนามนุษย์ตามหลักฆราวาสธรรม ด้วยการปลูกฝังให้เกิดขึ้นในจิตใจให้ได้เมื่อ ธรรมอยู่ในใจแล้วจะส่งผลให้สถาบันครอบครัวมีความเข้มแข็ง และส่งผลต่อสังคม

-หลักไตรสิกขา(ศีล,สมาธิ,ปัญญา) กับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่Startup

คำว่า “พัฒนา” ในภาษาสันสกฤตมาจาก “วรุณ” แปลว่า ความเจริญ มาจากบาลีว่า “วทณน” หรือ “วฒนะ” แปลว่า ความเจริญ ความงดงาม เพิ่มขยายขึ้น ทำให้ยืนยาวขึ้น และนำมาใช้ในภาษาไทยก็มีความหมาย ว่า ความเจริญ ความงอกงาม การขยายขยาย การพัฒนาที่สมบูรณ์แบบจำเป็นต้องพัฒนาให้ครบทั้ง 2 ด้าน กล่าวคือ ควรพัฒนาทั้งทางวัตถุและทาง จิตใจให้ควบคู่กับทัศนคติ โดยเฉพาะทัศนคติเป็นการพัฒนาทางด้านจิตใจจะต้องเน้นเป็นพิเศษ เพราะหากพัฒนาให้ถูกต้องดีงามแล้วก็จะสามารถควบคุมการพัฒนาทางด้านวัตถุให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้องได้ การพัฒนาจิตที่ ถูกต้องก็คือพัฒนาจิตให้มีธรรมเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจพัฒนาจิตให้มีสมาธิ ตั้งมั่น

^{๓๕} ปริญญาวัฒนา, พุทธธรรมเพื่อกัลยาณมิตร, (กรุงเทพมหานคร : บจก. ศิลป์สยามบรรจุกัมพ์ และการพิมพ์, ๒๕๕๐), หน้า ๑๔๔-๑๔๕.

มั่นคง สะอาด สว่าง สดจาก กิเลสที่เป็นเครื่องเศร้าหมองทั้งหลาย จนเป็นจิตที่ควรแก่การทำงาน และสามารถจะนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน^{๓๖}

การพัฒนาตามความหมายของพระพุทธศาสนา คือ ภาวนา หมายถึง การทำให้เป็น การทำให้มีขึ้น การ ฝึกอบรม และการพัฒนา ซึ่งมีการพัฒนา 4 ประการหรือที่เรียกว่า “ภาวนา 4” ^{๓๗} ประกอบด้วย

1. กายภาวนา คือ การเจริญกาย, พัฒนากาย, การฝึกอบรมกาย ให้รู้จักติดต่อกับสิ่งแวดล้อมทั้งหลาย ภายนอกทางอินทรีย์ทั้งห้าด้วยดีและปฏิบัติต่อสิ่งเหล่านั้นในทางที่เป็นคุณ มิให้เกิดโทษ ให้กุศลธรรมงอกงาม ให้ อกุศลธรรมเสื่อมสูญ, การพัฒนาความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2. สิลภาวนา คือ การเจริญศีล, พัฒนาความประพฤติ, การฝึกอบรมศีล ให้ตั้งอยู่ในระเบียบวินัย ไม่ เบียดเบียนหรือก่อความเดือดร้อนเสียหาย อยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ด้วยดี เกื้อกูลแก่กัน

3. จิตภาวนา คือ การเจริญจิต, พัฒนาจิต, การฝึกอบรมจิตใจ ให้เข้มแข็งมั่นคงเจริญงอกงามด้วย คุณธรรมทั้งหลาย เช่น มีเมตตา กรุณา ขยันหมั่นเพียร อดทนมีสมาธิ และสดชื่น เบิกบาน เป็นสุข ผ่องใส เป็นต้น

4. ปัญญาภาวนา คือ การเจริญปัญญา, พัฒนาปัญญา, การฝึกอบรมปัญญา ให้รู้เข้าใจทั้งหลายตามเป็นจริง รู้เท่าทันเห็นโลกและชีวิตตามสภาวะ สามารถทำจิตใจให้เป็นอิสระ ทำตนให้บริสุทธิ์จากกิเลสและปลดพ้น จากความทุกข์ แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ด้วยปัญญา

การพัฒนาประเทศตามหลักไตรสิกขานั้น เป็นการพัฒนามนุษย์ตามกระบวนการด้านศีล สมาธิ และ ปัญญา หากมนุษย์ได้รับการพัฒนาแล้ว ย่อมสามารถที่จะเข้าถึงหลักความเป็นจริงของชีวิตได้ว่าวัฏจักรของชีวิต เป็นเช่นไร เมื่อเกิดขึ้นแล้วย่อมเกิดความทุกข์ ฉะนั้น จะทำอย่างไรจึงจะสามารถหลุดพ้นจากความทุกข์ได้ ก็คือการ นำเอาหลักไตรสิกขามาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาสู่การดับความทุกข์นั่นเอง จะเห็นได้จากความเกี่ยวเนื่องกัน การพัฒนาประเทศไทยไปสู่ยุค 4.0 โดยการใช้หลักไตรสิกขานั้น นอกจากจะเป็นการนำพาประเทศไปสู่ ความมั่งคั่ง ยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจแล้ว ยังเป็นการเสริมสร้างและพัฒนาให้มนุษย์มีความสมบูรณ์ทั้งด้านร่างกาย และจิตใจด้วยซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของการพัฒนามนุษย์ตามหลักของไตรสิกขา เมื่อนำหลักธรรมข้อนี้มา ประยุกต์ใช้ในการพัฒนาประเทศแล้ว ก็จะส่งผลให้การปฏิบัติงานของบุคลากรในทุกภาคส่วนมีประสิทธิภาพมากขึ้น

-หลักทศพิธราชธรรม (ทาน , ศีล,บริจาค,ความซื่อตรง,ความอ่อนโยน,ความเพียร,ความไม่โกรธ,ความไม่เบียดเบียน,ความอดทน,ความเที่ยงธรรม) กับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Start up

^{๓๖}พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), ปฏิบัติธรรมให้ถูกทาง, พิมพ์ครั้งที่ 30, (กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิพุทธธรรม, 2539), หน้า 92.

^{๓๗}พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลศัพท์, พิมพ์ครั้งที่ 12, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2546), หน้า 70

๔.๔ องค์ความรู้จากการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ทั้งวิจัยในเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในภาคสนาม โดยใช้วิธีวิทยาวิจัยการแบบผสมผสานวิธีโดยมีขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาวิจัย ดังนี้

เมื่อได้นำประเด็นสำคัญเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ,แนวคิดธุรกิจ Startup,แนวคิดการพัฒนาศักยภาพ,แนวคิด Smart City มาทำการศึกษาวเคราะห์ ถอดบทเรียนจากงานวิจัย และสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่ ผู้วิจัยจึงได้จัดทำรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ดังแผนภูมิต่อไปนี้

แผนภูมิที่ 4.1 แสดงรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup”

รูปแบบการสร้างผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup”

ภาครัฐบาล

- 1) แผนอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการระยะ 1 ปี

ด้านผู้ประกอบการ

- 1) สร้างทายาทต่อเนื่องในงานและธุรกิจ
- 2) หัวหน้างานเป็นพี่เลี้ยงสอนพนักงาน แก่ ทีมหรือทายาทอนาคต

ด้านลูกค้า

พัฒนาคนเก่งต่อเนื่องเพื่อ มิให้ขาดคนเก่งทำให้ธุรกิจ หยุดชะงัก

3.4 ด้านพนักงานทำระบบ KM ถ่ายทอด

ความรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาพบว่าธุรกิจที่มีอยู่ในปัจจุบันมีความแตกต่างกันในเรื่องของ สินค้า บริการ รวมถึง การบริหารจัดการ อย่างไรก็ตามแต่ละธุรกิจต่างมีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน ซึ่ง ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ 1) จังหวะเวลา 2) ทีม 3) ไอเดียหรือแนวคิดใหม่ ๆ 4)

แผนธุรกิจ 5) เงินทุน ที่ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพ ประสบความสำเร็จ ซึ่งในแต่ละธุรกิจจะเน้นปัจจัยที่แตกต่างกัน เช่น ธุรกิจ สตาร์ทอัพ ประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจังหวะเวลา เป็นอันดับแรก เพราะจะต้องอาศัยสินค้า บริการที่ตรงกับช่วงจังหวะเวลา และความต้องการของผู้คน ส่วนมาก และปัจจัยรองลงมาคือทีมงานที่ดี ทีมงานที่สามารถทำงานร่วมกันได้ง่าย และเงินทุน ในส่วน ธุรกิจ(สตาร์ทอัพ) ประเภท User-Generated Content จะให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านทีมเป็นอันดับแรก เพราะการที่มีทีมที่สามารถทำงานกันได้ง่าย เข้าใจกัน จะนำไปสู่แผนธุรกิจที่ลงตัว ออกมาใน จังหวะเวลาที่เหมาะสม จะส่งผลให้สามารถระดมเงินทุนได้มาก ธุรกิจสตาร์ทอัพประเภทบริการจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ ๆ ธุรกิจนี้จะต้องมีความแปลกใหม่ตลอดเวลา มีความคิด สร้างสรรค์ที่สามารถเรียกความสนใจให้คนมาใช้บริการได้ และยังให้ความสำคัญกับจังหวะเวลาที่ผู้คน ส่วนมากพบเจอปัญหา และเกิดความต้องการพอดีอีกด้วยดังนั้น ในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนธุรกิจที่ดีครอบคลุมทุกด้านทุกมุมในการทำธุรกิจนั้นปัจจัยด้านเงินทุน สำคัญมาก กับธุรกิจสตาร์ทอัพทุกๆ ประเภทแต่ทั้งนี้ก็ถือ เป็นปัจจัยรองที่แต่ละธุรกิจให้ความสำคัญ เพราะหากธุรกิจนั้นมีทีมที่ดี แนวความคิดใหม่ ๆ แผนธุรกิจที่น่าลงทุน และจังหวะเวลาที่เหมาะสมก็จะ สามารถหาเงินระดมทุนได้ไม่ยาก ซึ่งปัจจุบันมีโอกาสดีกกว้าง และมีการสนับสนุนอย่างกว้างขวางจาก บริษัทขนาดใหญ่ รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐด้วย และสุดท้ายปัจจัยหลักที่ทำให้สตาร์ทอัพ ประสบความสำเร็จนั้น คือความสามารถในการตอบโจทย์ความต้องการและสามารถ แก้ไขปัญหาได้ตรงใจ ผู้บริโภค ขณะเดียวกันสตาร์ทอัพ ต้องสามารถสร้างรายได้จากธุรกิจดังกล่าวได้ด้วยถึงจะ กล่าวได้ว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพนั้นประสบความสำเร็จ

บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ในลักษณะของวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ทั้งวิจัยในเชิงเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ภาคสนาม โดยมีขอบเขตการวิจัย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธ 2) เพื่อศึกษาศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ Start Up ของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอลำดับการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธ

จากการศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธ จากการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม และนำไปสู่กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการในวันที่ 3 สิงหาคม 2563 พบว่าวัตถุดิบหลักในการผลิต/บริการ Startup การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และความสามารถในการสร้างอาชีพโดยตนเอง เพราะต้องอาศัยแรงงาน ทุนประกอบการ และวัสดุภัณฑ์ที่สำคัญในการขับเคลื่อน คือ การวางแผนที่มีเป้าหมายชัดเจน กระบวนการในการผลิต Startup การเริ่มต้นธุรกิจใหม่สักตัวโดยมีงบที่จำกัด และไม่มีนายทุนเข้ามา ต่อหน้านักลงทุน ยังมีข้อดี ตรงที่คุณไม่ต้องกังวลเรื่องแรงกดดันและความเสี่ยง ให้กับสตาร์ทอัพหลายราย ได้เผยแนวทางที่เขาได้เรียนรู้และรวบรวมมาจากผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ผลิตภัณฑ์/บริการชนิดไหนของ Startup ที่มียอดจำหน่ายและเป็นที่ยอมรับสูงสุด การผลิตสินค้าหลายผลิตภัณฑ์ย่อมจะส่งผลต่อทางเลือกของลูกค้า เพราะถ้ามีสินค้าไม่กี่ตัวจะไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพราะตลอดระยะเวลาที่ลงขายสินค้าจะต้องมีการบริการชนิดไหนของ Startup ของท่าน ที่มียอดจำหน่ายและเป็นที่ยอมรับสูงสุด ผลิตภัณฑ์ Startup ของท่านมีการปรับปรุงและพัฒนา การปรับปรุงอยู่เสมอ เพราะสินค้ามักขึ้นอยู่กับผู้ใช้มากกว่า เพราะผู้ใช้บริการจะบ่งบอกถึงผลิตรายได้ว่ามีความเหมาะสมและตรงตามความต้องการของเขาในระดับใด ซึ่งจากการสอบถามถึงผลิตภัณฑ์ที่ถูกนำไปใช้จะบอกว่ายากให้ปรับปรุงในส่วนไหนของปริมาณให้มากขึ้นและมีการลดแลกแจกแถมในส่วนของลูกค้าใหม่ แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของ Startup กิจการจะต้องมีวัตถุประสงค์ชัดเจนในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ว่าต้องการอะไร เช่น ต้องการเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีต้องการรักษาความเป็นผู้นำในตลาด ต้องการใช้กำลังการผลิต

ส่วนที่เหลือให้เต็มที่ต้องการขยายตลาด หรืออาจต้องการขยายผลิตภัณฑ์ให้ครบถ้วน ปัจจุบันผลิตภัณฑ์/บริการ ของ Startup และมีช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างไร ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายจะนำเสนอต่อผู้บริโภคโดยทั่วไปผู้บริโภคอยากให้ความหลากหลายเพื่อจะได้มีโอกาสเลือกสรร สินค้าที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด เข้าให้ถึงแก่นปัญหา สตาร์ทอัพหลายราย ไม่สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ปัญหาลูกค้าได้จริงๆ ก็เพราะพวกเขาเข้าไปไม่ถึงสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา แร่ประสบการณ์ ลงพื้นที่จริง ระบุขอบเขตของปัญหา ระดมไอเดียในการแก้ปัญห การจำลองต้นแบบของสินค้าหรือนวัตกรรมและทำการทดสอบ นำเอาความคิดสร้างสรรค์ที่ได้ มาต่อยอดพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้จริง ลงมือสร้างผลิตภัณฑ์แล้วลุยตลาดจริงเมื่อผลิตภัณฑ์พร้อม ตลาดกลุ่มเป้าหมายชัด สิ่งที่คุณต้องการในตอนนี้ก็คือโอกาส อย่าหยุดที่จะมองหาโอกาสไม่ว่าจะโอกาสในการหาพาร์ทเนอร์ทางธุรกิจ หรือ โอกาสในการขาย การจำหน่ายบนแพลตฟอร์มโดยเฉพาะชอปปี้ ลาซาด้า ซึ่งเปิดให้ผู้ประกอบการเข้าถึงด้วยข้อจำกัดในการลงลิขสิทธิ์ ซึ่งอาจใช้เวลานาน และมีค่าใช้จ่ายทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ไม่สามารถที่จะมีทุนมากพอที่จะใช้ช่องทางในตลาดออนไลน์ Startupของท่านมีการส่งเสริมการพัฒนาความรู้ในด้านต่างๆให้กับสมาชิก

5.1.2 ศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartupของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

ศักยภาพของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาจากการศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาพบว่าจากการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่มและนำไปสู่กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการในวันที่ 3 สิงหาคม 2563 พบว่าธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลง สำหรับ Startup ที่ทำธุรกิจเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะด้าน ซึ่งในช่วงแรกธุรกิจอาจจะประสบความสำเร็จเพราะสามารถแก้ไขปัญหาก็ได้ แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ธุรกิจอาจไม่เป็นที่ต้องการของตลาดเหมือนเคย ยกตัวอย่างเช่น Webboard ซึ่งเคยเป็นที่ต้องการตลาด แต่ถูกแทนที่ด้วย Social Media Platform อย่าง Facebook และ Twitter จนทำให้หลายเว็บต้องปิดตัวไป เป็นต้น วิธีการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจ startup วิธีการจัดการกับปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจ startup คือ ลดราคาสินค้า เน้นขายถูก ขายเร็ว การลดราคาสินค้าให้ราคาต่ำลงจะช่วยให้อินค้าที่ค้างอยู่ขายได้เร็วมากขึ้น วิธีการแก้ไขปัญหาลูกค้าไม่ตรงกับความต้องการของตลาดเมื่อสินค้าไม่เป็นที่ต้องการของตลาดอย่างเคย ไม่มีเหตุผลที่ต้องฝืนผลิตสินค้าและบริการต่อไป แต่ไม่ใช่ว่าจะต้องยอมแพ้เสมอไป เพราะยังมีวิธีการแก้ไขปัญห สำหรับปัญหา Product Market Fit การ Pivot สามารถทำได้ โดยการแก้ไขสินค้า (Product) เริ่มต้นด้วยการตั้งคำถามกับผลิตภัณฑ์ว่ามีประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหามากน้อยแค่ไหน อาจจะลองเพิ่มหรือลดฟีเจอร์ที่ไม่จำเป็นออกเพื่อให้ตอบโจทย์ลูกค้ามากขึ้น ศึกษากลุ่มลูกค้าอีกครั้ง (Target Customer) บางครั้งสินค้าที่ผลิตออกมาอาจจะดีอยู่แล้ว เพียงแค่ขายลูกค้าผิดกลุ่มเท่านั้นเอง ลองศึกษาลูกค้าเพิ่มเติมว่ามีใครบ้างที่ประสบปัญหาดังกล่าว แล้วสินค้าของคุณช่วยแก้ไขปัญหามาให้พวกเขาได้อย่างไร การสื่อสารกับลูกค้า

(Messaging) การหา Product Market Fit ให้เจอ นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์และลูกค้าแล้ว การสื่อสารก็สำคัญไม่แพ้กัน เพราะหากสินค้าดี ตอบโจทย์ความต้องการ แต่ลูกค้าไม่เข้าใจว่าสินค้าจะเข้ามาแก้ไขปัญหาได้อย่างไร การตัดสินใจซื้อก็อาจไม่เกิดขึ้น ดังนั้นคุณอาจต้องลองปรับวิธีการสื่อสารให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของสินค้ามากขึ้น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartupของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาจากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ Startup ของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาพบว่ามีย่อยปัจจัยด้วยกัน ดังนี้จากการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม และนำไปสู่กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการในวันที่ 3 สิงหาคม 2563 พบว่าท่านคิดว่าอะไรบ้างที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ Start Up 1)ปัจจัยด้านความรู้ โอเคเดียว 2)ปัจจัยด้านการเมืองและสภาพเศรษฐกิจ 3)ปัจจัยด้านสังคม 4)ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคและการลดต้นทุนด้วยเทคโนโลยี 5)ปัจจัยด้านการเรียนรู้ข่าวสาร 6)ปัจจัยด้านแหล่งวัตถุดิบและเครือข่ายชุมชนส่งผลต่อการตัดสินใจ

5.1.3 รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup

จากการศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup พบว่า ข้อมูลพื้นฐานการ ประกอบการใหม่ สภาพการณ์ สภาพปัญหา จุดแข็ง จุดอ่อน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการวิเคราะห์ในขั้นการวิจัย (Research: R1) การศึกษาวิเคราะห์องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องและสำรวจข้อมูลพื้นฐาน (Analysis: A) โดยผู้วิจัยทำการออกแบบ และจัดทำรูป แบบการพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการชุมชนฯ โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎี ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ชุมชน และปรากฏการณ์ทางสังคมจากการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม และนำไปสู่กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการในวันที่ 3 สิงหาคม 2563 พบว่า

ธุรกิจ Startupมีความต้องการสนับสนุนทางด้านใดบ้าง และจากหน่วยงานใด ธุรกิจ Startupมีการดำเนินธุรกิจจำเป็นที่จะต้องการเงินลงทุน เพื่อใช้เป็นฐานในการสนับสนุนการเติบโต เมื่อธุรกิจเริ่มเป็นรูปเป็นร่าง เข้าที่เข้าทาง การขยายขนาดของธุรกิจก็มีความจำเป็นที่จะต้องการเงินลงทุนมากขึ้น ดังนั้น หากได้รู้จักกับแหล่งเงินทุนที่ดี ก็มีโอกาที่ธุรกิจจะเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดดได้ ทั้งนี้ เพราะ Startup คือ ผู้ก่อตั้งธุรกิจ ด้วยบุคลากรและทรัพยากรจำนวนน้อย แต่มีรูปแบบ Software หรือ Application ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้จำนวนมาก เพื่อสร้างการเติบโตอย่างก้าวกระโดดภายในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้น การกำหนดดัชนีชี้วัดความสำเร็จของ Startup ที่สามารถประยุกต์ใช้ได้เป็นอย่างดี คือ ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักของตลาดและสังคม ตลาดมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจมีกำไรจากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาที่นำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup -หลักพรหมวิหาร 4 (เมตตา,เมตตา กรุณา มุทิตาและอุเบกขา) กับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Start up พรหมวิหาร 4 หมายถึง หลักธรรมหนึ่งของพระพุทธศาสนาที่สอนให้

ประเพณีปฏิบัติ หรือควบคุมกำกับทางจิตใจของมนุษย์ให้อยู่กับสังคมในโลกปัจจุบัน โดยการแสดงออกในด้านความรัก ความปรารถนาให้ทุกคนมีความสุขและให้มีจิตใจสงสาร คิดช่วยเหลือทุกคนรวมทั้งสัตว์ทั้งหลายให้พ้นทุกข์ รวมถึงด้านจิตใจ พลอยยินดีกับคนที่เขาได้มีความสุข กอปรด้วยอาการที่แสดงออกด้วยความ เทียงตรง เทียงธรรม ไม่ลำเอียงด้วยรักและชัง ใครทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ท่านใด มีพรหมวิหาร 4 ประการ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ท่านนั้นย่อมมีจิตใจสมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจของ ตนเองและผู้อื่น - หลักอิทธิบาท 4 (ฉันทะ, วิริยะ, จิตตะ และวิมังสา) กับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Start up -หลักไตรสิกขา(ศีล,สมาธิ,ปัญญา) กับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่Startup -หลักทศพิธราชธรรม (ทาน , ศีล,บริจาค,ความซื่อตรง,ความอ่อนโยน,ความเพียร,ความไม่โกรธ,ความไม่เบียดเบียน,ความอดทน,ความเที่ยงธรรม) กับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่Start up

จากการศึกษารูปแบบเชิงพุทธ พบว่าผู้ประกอบการมีความสำคัญมาก เพราะถือว่าเป็นคติธรรมนำใจให้สามารถประกอบอาชีพได้อย่างราบรื่น หมั่นสวดมนต์ไหว้พระ เข้าวัดทำบุญปล่อยนกปล่อยปลา ทำให้เชื่อว่าการรุ่งเรืองและพบกับความสุขในสภาวะการแข่งขันที่สูง แต่ไม่พบว่ามี ความเครียดหรือกังวล ส่งผลให้การนำหลักธรรมมาใช้มีประโยชน์มากที่สุด

5.2 อภิปรายผล

รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธ เริ่มแรกของผู้ประกอบการใหม่ที่เรียกว่า Start up ได้เรียนรู้และสร้างความเข้าใจกับธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่สอดคล้องกับแนวคิดของเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตสเปซไทยแลนด์ที่กล่าวไว้ว่าธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ธุรกิจเริ่มต้น เปิดบริษัทขึ้นมาใหม่เพื่อรองรับ ธุรกิจด้านไอที และรวมถึงการทำธุรกิจให้เติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดด สามารถสร้างรายได้จำนวนมาก เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นธุรกิจด้านไอที ในวงการไอทีนั้น เอง เช่น แอปพลิเคชันต่างๆ¹ และสอดคล้องกับแนวคิดของเสน่ห์ ศรีสุวรรณกล่าวว่า การเริ่มต้นธุรกิจเพื่อการเติบโตแบบก้าวกระโดดสร้างรายได้จากการขยายธุรกิจอย่างรวดเร็ว (Scalable) และทำซ้ำ (Repeatable) ถ้าทำธุรกิจผ่านเทคโนโลยีก็จะเรียกว่า Tech Startup ส่วนใหญ่ มักจะเป็นธุรกิจเพื่อการแก้ปัญหา (Solutions) หรือโอกาสที่ยังไม่มีใครเคยเห็นหรือไม่เคยทำมาก่อน เช่น แอปพลิเคชันบางอย่างเช่น แอปพลิเคชันให้บริการรถแท็กซี่ แอปพลิเคชันเคลมประกันเมื่อเกิดอุบัติเหตุด้วยตัวเอง เป็นต้น การใช้เงินทุนเริ่มต้นในการทำสตาร์ทอัพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Tech Startup ไม่สูงนักเพราะอาศัยเทคโนโลยี

¹ เว็บไซต์อินเทอร์เน็ตสเปซไทยแลนด์. (2560). ความหมายของสตาร์ทอัพ. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2560 จาก www.interspace.co.th

ที่มีการพัฒนานำมาใช้งานแล้ว การขยายธุรกิจผ่านเทคโนโลยีเป็นไปได้อย่างรวดเร็วทุกที่ทุกเวลา²

ศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ Startup ของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาที่สำคัญ คือการเรียนรู้สร้างความเข้าใจก่อนที่จะลงมือปฏิบัติงานอย่างจริงจัง ซึ่งต้องสร้างความเข้าใจในตัวเอง ทีมงาน โอกาส และเวลา เพราะทำรูปแบบเดิมๆ ผลลัพธ์ก็มักจะได้แบบเดิมๆ ไม่มีอะไรใหม่และไม่ได้แสดงศักยภาพออกมาใช้อย่างเต็มเปี่ยมสอดคล้องกับแนวคิดของโครงการพัฒนารัฐกิจนวัตกรรมรายใหม่ มศก.กล่าวว่า แนวคิดเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ ในการดำเนินธุรกิจรูปแบบเดิม ซึ่งอาศัยองค์ความรู้ทางด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจในรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมสู่ประเทศไทย 4.0 ตามนโยบายของภาครัฐซึ่งอยู่ในระยะเปลี่ยนผ่าน โดยวิสาหกิจเพื่อสังคมจะเป็นองค์กรที่ใช้วิธีการจัดการกิจการเช่นเดียวกับบริษัทเอกชน แต่เป้าหมายสำคัญของการประกอบธุรกิจ คือ การนำกำไรที่ได้จากการดำเนินการ กลับคืนสู่สังคมและสิ่งแวดล้อม เกิดการพัฒนาคน ผลิตภัณฑ์ และระบบการจัดการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กร³ แต่เนื่องจากในยุคปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจได้นำเอาเทคโนโลยีมาเป็นตัวช่วยในการขับเคลื่อนดังนั้นการดำเนินธุรกิจรูปแบบดังกล่าวจึงไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างแท้จริงอันเนื่องมาจากเทคโนโลยีเป็นหัวใจ สำคัญของสตาร์ทอัพของประเทศไทยอยู่ที่โมเดลธุรกิจ (business model) ซึ่งหมายถึง รูปแบบวิธีการ ดำเนินกิจการของบริษัทในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ซึ่งโดยทั่วไปจะเห็นว่าโมเดลธุรกิจสตาร์ทอัพมักจะมีรูปแบบแตกต่างไปจากธุรกิจที่เคยมีมาในอดีต และมักจะมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ ในการสร้างธุรกิจ ยกตัวอย่างเช่น GRAB taxi ซึ่งเป็น Application สำหรับเรียกใช้บริการโดยสาร รถแท็กซี่เพื่อแก้ปัญหาของความยุ่งยากในการใช้บริการในรูปแบบเดิมที่ลูกค้าจะต้องออกไปรอแท็กซี่ของคนในแถบเอเชีย ซึ่งบริษัทจะได้กำไรจากการเก็บค่าบริการเพิ่มเติม ซึ่งแม้ว่าแนวคิดไม่ได้ต่างจากการโทรศัพท์เรียกแท็กซี่ ผ่านศูนย์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ก่อนหน้านี้ แต่การใช้ Application บนโทรศัพท์มือถือเป็นวิถีในการใช้ชีวิตของคน ปัจจุบันมากกว่าและสามารถนำเครื่องมือที่ใช้ในชีวิตประจำวัน คือ โทรศัพท์มือถือที่เป็นสมาร์ทโฟน (Smart phone) ที่ผู้คนโดยส่วนมากใช้ในชีวิตประจำวันนำมาใช้ได้ อย่างเต็มศักยภาพ⁴ และสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ ขั้นตอนการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ 1. ขั้นตอนการสร้างสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากปัญหา หรือการสร้างสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหา (Problem Solution Fit) ซึ่งในส่วนนี้จัดได้ว่าเป็นระยะเริ่มต้นสำหรับ การสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพ ที่เกิดจากการพัฒนาไอเดีย หรือแนวความคิดที่อาจจะมา

² เสน่ห์ ศรีสุวรรณ . (2559). Startup คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2560 จาก www.smartsme.co.th

³ นครกาญ ไชยเมือง และจิรัฐ กัญจนบุญเรือง. (2560). การจัดการเชิงกลยุทธ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคม สู่ประเทศไทย 4.0. สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยพายัพ

⁴ โครงการพัฒนารัฐกิจนวัตกรรมรายใหม่ มศก. (2560). แนวคิดเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2560 จาก www.startup.su.ac.th

จากความต้องการแก้ปัญหา Pain point บางอย่างของผู้คน หรือคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมที่สามารถเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ทำให้การดำเนินชีวิตมีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น มี คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยได้ทำการพิสูจน์ว่าเป็นปัญหาที่มีอยู่จริง และมีความต้องการแก้ไข โดยสามารถคิดผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ปัญหานั้นๆ ได้ อาจจะเรียกได้ว่าเป็นช่วงเวลาของการค้นหา และการแก้ปัญหา โดยเริ่มจากการหาปัญหาที่เกิดขึ้นรอบตัว แล้วนำมาสร้างเป็นโจทย์สำหรับการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นได้⁵

การนำรูปแบบมาปรับใช้และนำมาสู่การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” สิ่งที่น่าสนใจ คือ ด้านปัจจัยการผลิต กระบวนการ และปัจจัยส่งเสริมผู้ประกอบการ **สอดคล้องกับแนวคิดของณฤทธิ วรพงษ์ดี** กล่าวว่าขั้นตอนการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อนำไปทดสอบกับตลาด (Product Market Fit) ซึ่งจะเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง เพื่อนำไปทดลองใช้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือ ตลาดกับกลุ่มตัวอย่างและทำการเก็บผลสะท้อนกลับ (Feedback) จากลูกค้ารับฟังความคิดเห็นที่ได้จาก กลุ่มลูกค้าในด้านการใช้งานสินค้าและบริการทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายว่าดีไม่อย่างไรใช้ แล้วชอบหรือไม่ชอบตรงไหน ใช้แล้วอยากจะใช้ต่อหรือไม่ แล้วนำผลที่ได้นั้นมาปรับปรุงให้ได้สินค้า บริการ หรือผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กับความต้องการของตลาด และในเวลาเดียวกันสตาร์ทอัพจะต้อง เริ่มมองหาผู้ลงทุนอย่างจริงจัง เพื่อทำการระดมทุนในการขยายการผลิต และขยายการตลาดเพื่อรองรับสินค้าและบริการที่ได้พัฒนาขึ้น ก่อนจะเข้าสู่ stage ของการทำธุรกิจอย่างเต็มรูปแบบในลำดับถัดไป **สอดคล้องกับงานวิจัยของธุรกิจ มหาธีรานนท์ และคณะ** ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ วิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของธุรกิจสตาร์ทอัพไฟแนนซ์แห่งหนึ่ง ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพมี 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความสามารถในการบริการ ปัจจัยด้านคุณภาพ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและ ปัจจัยด้านรูปแบบการตลาด โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านความสามารถในการบริการ ซึ่งอาจเป็นเพราะปัจจุบันผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลายสามารถเลือกใช้บริการที่ตรงใจตนเองได้ และยังไม่มีธุรกิจใดที่สามารถช่วยให้เรื่องการเงินหรือการรีไฟแนนซ์เป็นเรื่องง่ายได้เท่ากับธุรกิจ สตาร์ทอัพไฟแนนซ์ดังกล่าว⁶ขั้นตอนการสร้างธุรกิจ หรือการกำหนดรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Market Fit) หลังจากที่ดินค้าติดตลาดแล้ว ช่วงนี้จะเป็นช่วงที่เน้นการขยายการเติบโตของธุรกิจ การเพิ่มทีมงาน ขยายกำลังการผลิตหรือกำหนดโครงสร้างขององค์กร (Infrastructure) เพื่อรองรับการ ขยายฐานลูกค้า ซึ่งจะเป็นการพิสูจน์โมเดลทางธุรกิจ รวมถึงการหารายได้ในรูปแบบใหม่ ๆ หรือเรียก อีกอย่างได้ว่าเป็นช่วงที่ดึงดูดนักลงทุน การระดมทุน และทีมงาน เพื่อช่วยให้ธุรกิจเติบโต โดยอาศัยความรู้ในเรื่อง Business Model เข้ามาใช้

⁵ณฤทธิ วรพงษ์ดี. (2560). SET Your Startup Business Guide รู้จัดธุรกิจสตาร์ทอัพ. ห้องเรียนผู้ประกอบการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

⁶ธุรกิจ มหาธีรานนท์ และคณะ. (2561). วิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพ ไฟแนนซ์แห่งหนึ่ง. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

เพื่อช่วยในการกำหนดทิศทางให้กับธุรกิจหรือทำให้ธุรกิจเป็นรูปเป็นร่างนั่นเอง เป็นความลงตัวของ สตาร์ทอัพกับนักลงทุนว่าจะร่วมลงทุนและเติบโตไปด้วยกันหรือไม่ **สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพเนตร แสนเสนา และคณะ** ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของ สตาร์ทอัพ Startup ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จมีอยู่หลัก ๆ 5 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้านจังหวะเวลา ปัจจัยด้าน ทีมงาน ปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ ๆ ปัจจัยด้านแผน ธุรกิจและปัจจัยด้านเงินทุน ซึ่งปัจจัยแต่ละด้านขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพว่าจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านไหนเป็นอันดับแรก ดังนั้นธุรกิจสตาร์ทอัพ จะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องมีหนึ่ง ใน 5 ปัจจัยนี้เป็นหลัก อย่างไรก็ตามธุรกิจสตาร์ทอัพที่จะประสบความสำเร็จได้คือธุรกิจต้องสามารถตอบโจทย์และแก้ปัญหาได้ตามความต้องการของผู้บริโภคได้⁷

5.3 ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ปัจจัยด้านการพัฒนาของธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางธุรกิจของ ผู้ประกอบการรายใหม่ (Start-up) ในจังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย ด้านการพัฒนาความคิด และด้านโอกาสสนับสนุนทุน และด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ
- 2) ด้านการพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการควรเข้าร่วมกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อฝึกอบรม และการจัดกิจกรรมร่วมกันกับองค์กรภายในและภายนอก การทำสัญญาแลกเปลี่ยนความรู้เทคโนโลยี เพื่อประโยชน์ของทั้งสองฝ่าย
- 3) ผู้ประกอบการมีการพัฒนารูปแบบโดยการส่งเสริมขององค์กร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ช่องทางการตลาด ส่งผลต่อการประกอบอาชีพที่ยั่งยืนและสามารถยืนหยัดในเวทีระดับต่างๆได้

5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรมีการการศึกษาปัจจัยด้านความสำเร็จ และการพัฒนาความร่วมมือต่อความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจระดับอื่น หรือมีการแยกประเภทธุรกิจ เช่น ธุรกิจอาหาร ธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนั้นยังสามารถศึกษาความแตกต่างของปัจจัยด้านความสำเร็จระหว่างธุรกิจต่างๆ ที่แตกต่างกัน

⁷ สุพเนตร แสนเสนา และคณะ. (2561). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ Startup. คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

2. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความสามารถทางธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ (Start-up) ในจังหวัดนครราชสีมา ทั้งนี้อาจค้นพบปัจจัยที่สามารถพัฒนา ความสามารถทางธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ (Start-up) เพื่อการพัฒนาศักยภาพพร้อมก็นำเอาหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาไปปรับใช้ในทุกกระบวนการ

5.3.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การพัฒนารูปแบบเน้นเชิงพุทธเป็นสำคัญ และจะสามารถประยุกต์ใช้หลักธรรมต่างๆ ได้อย่างไร
2. ควรมีวิจัยต่อยอดเกี่ยวกับการพัฒนาตัวบ่งชี้เพื่อความเป็นเลิศรูปแบบเชิงพุทธ ความ และใช้เป็นเกณฑ์หรือมาตรฐานการประเมินคุณภาพการบริหารจัดการเชิงพุทธ
3. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการของผู้ประกอบการใหม่ เช่น ศักยภาพ ของหน่วยงาน/องค์กรภาคีเครือข่ายเชิงพุทธ ความร่วมมือตลอดจนปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน



บรรณานุกรม

๑. ภาษาบาลี - ภาษาไทย

ก.ข้อมูลปฐมภูมิ

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระไตรปิฎกภาษาไทย. ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๙.

ข.ข้อมูลทุติยภูมิ

๑.) หนังสือ :

กนกอร สมปราษฎ์. ภาวะผู้นำทางการศึกษา. ขอนแก่น: ภาควิชาการบริหารการศึกษา คณะ

ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๔๖.

กระทรวงศึกษาธิการ. หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช ๒๕๔๔. พิมพ์ครั้งที่ ๒

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์, ๒๕๔๕.

กรมการพัฒนาชุมชน, ภูมิปัญญาไทย, (กรุงเทพมหานคร: กรมการพัฒนาชุมชน, ๒๕๔๘.

กฤษฎา เสกตระกูล , SET Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ , พิมพ์ครั้งที่ ๒

, (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กรุงเทพมหานคร , ๒๕๖๑.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. การจัดการเครือข่าย: กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูป

การศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ส. เอเชียเพลส, ๒๕๔๕.

กุลธน ธนาพงศ์ธร, พฤติกรรมผู้นำทางการศึกษา, (กรุงเทพมหานคร :มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

, ๒๕๓๘.

จิตติมา เทียมบุญประเสริฐ. ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: วิ.เจ.พรินต์ติ้ง, ๒๕๔๒.

ณฤทธิ วรพงษ์ดี. Set Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ. กรุงเทพมหานคร

, ๒๕๖๐.

ณฤทธิ วรพงษ์ดี . SET Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ .พิมพ์ครั้งที่ ๒ ,

(ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กรุงเทพมหานคร , ๒๕๖๑.

นิภา คำเจริญ. ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: บริษัทเอส.พี.ซี.พรินต์ติ้งจำกัด

, ๒๕๔๕.

ประเวศ วะสี. ชุมชนเข้มแข็ง ทูทางสังคมไทย. หนังสือชุดชุมชนเข้มแข็ง ลำดับที่ ๑. กรุงเทพฯ

มหานคร: สำนักงานกองทุนเพื่อสังคมและธนาคารออมสิน, ๒๕๔๑.

วิจิต นันทสุวรรณ และจำนงแรกพิณิจ. บทบาทของชุมชนกับการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: สำนักงาน

คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, ๒๕๔๕.

ธนา ประมุขกุล. บทความปริทัศน์, ขอนแก่น: ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ เขต ๖, ๒๕๔๗.

ปาริชาติ วลัยเสถียร. กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา, กรุงเทพมหานคร: โครงการ

ส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข, ๒๕๔๓.

- ฉันทนา จันท์บรรจง. การศึกษาแนวทางการบริหารและการจัดการศึกษาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, จิตวิทยาการบริหาร. พิษณุโลก: โรงพิมพ์ตระกูลไทย, ๒๕๔๕.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์, และชัยวัฒน์ ถิระพันธ์. สื่อสารกับสังคมเครือข่าย. เอกสารประกอบการฝึกอบรมหลักสูตร ๓ “การสร้างเครือข่ายที่มีพลัง” สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา, กรุงเทพมหานคร: สถาบันการเรียนรู้และพัฒนาประชาคม, ๒๕๔๖.
- ศิริกาญจน์ โกศลมภ์. การมีส่วนร่วมของชุมชนและโรงเรียนเพื่อการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ๒๕๔๒.
- วารสารสื่อพลัง. ชุมชนกับการมีส่วนร่วมจัดการศึกษา, วารสารสื่อพลัง. ๒๕๔๘.
- พิชัย เพชรรัตน์. ชีตความสามารถในการแข่งขันของภาคประชาชนเพื่อการพัฒนาลพบุรี: เอกสารประกอบการเรียนวิชาการพัฒนาชุมชน สถาบันราชภัฏเทพสตรี, ๒๕๔๗.
- ผุสดี รัมภาคม, การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๒๙.
- บุญทวรรณ วิงวอน, การเป็นผู้ประกอบการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๕๕.
- ปรีชา ทิระหุด และสุพัชรา มั่นพลศรี, การบริหารการเติบโตของธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: โครงการตำราเพื่อธุรกิจขนาดย่อม FANMD, ๒๕๓๖.
- ธีรยุทธ วัฒนาสุโกช, “Entrepreneurship ว่าจะเป็นฟางเส้นสุดท้ายของระบบเศรษฐกิจไทย.” จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, (ตุลาคม - ธันวาคม ๒๕๔๒).
- दनัย เทียนพุด, ๑๑๐ ไอเดีย จาก ๘๐ ยอดนักบริหารชั้นนำของเมืองไทย. กรุงเทพมหานคร: ดอกหญ้า, ๒๕๓๒.
- ถาวร - ณะเวช ศรีสุขะโต, เคล็ดลับการทำธุรกิจ SMEs. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์, ๒๕๔๓.
- ประทีป สยามชัย. การบริหารงานวิชาการ. เอกสารประกอบการบรรยายวิชาการบริหารงานวิชาการ, กรุงเทพมหานคร: [ม.ป.พ.], ๒๕๔๗.
- ราชบัณฑิตสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒. กรุงเทพมหานคร: บริษัท นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์ จำกัด, ๒๕๔๖.
- พิเชษฐ วงศ์เกียรติจักร, แนวคิดยุทธศาสตร์การบริหารการพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท) ในยุคโลกาภิวัตน์, (กรุงเทพมหานคร: ปัญญาชน, ๒๕๕๒).
- ปรัชญา เวสารัชช, บริการประชาชนทำได้ไม่ยาก (ถ้าอยากทำ). กรุงเทพมหานคร: บริษัท กราฟิคฟอร์แมท (ไทยแลนด์) จำกัด, ๒๕๔๐.
- วีระพงษ์ เณลิมจิระรัตน์, คุณภาพในงานบริการ, (กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี ไทย - ญี่ปุ่น, ๒๕๓๙).
- อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อุดุลพัฒน์กิจ, จิตวิทยาการบริการ (Service Psychology). ศิริพร วิชาญหิมาชัย, “การสร้างบริการเชิงรุก (Proactive for Service Excellence)” วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, ปีที่ ๒๑ ฉบับที่ ๑ (ประจำเดือน มกราคม - มิถุนายน ๒๕๕๑).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, การบริการการตลาดยุคใหม่, (กรุงเทพมหานคร : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์, ๒๕๔๑.

จินตนา บุญบังการ, การสร้างจิตสำนึกการให้บริการกับการปรับปรุงการบริการภาครัฐ,

(กรุงเทพมหานคร : บริษัทฟอร์แมทพริ้นติ้ง จำกัด, ๒๕๓๙.

ชำนาญ ภูเอี่ยม, Service Mind การมีจิตมุ่งบริการ , (กรุงเทพมหานคร : ธนะการพิมพ์, ๒๕๔๘.

สมิต สัจฉกร, การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สายธาร, ๒๕๔๘.

ประสิทธิ์ พรรณพิสุทธิ์, สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลบุคคลสำคัญของท้องถิ่น, (กาฬสินธุ์ :

ประสานการพิมพ์, ๒๕๔๐.

พระราชวรณีย์, (ประยุทธ์ ปยุตโต), ทางสายกลางของการศึกษาไทย, (พิมพ์ครั้งที่ 2).

(กรุงเทพมหานคร: คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2530

จินตวิทย์ เกษมสุข, หลักการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน, (กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557

พัฒน์ บุญรัตพันธุ์, การสร้างพลังชุมชนโดยกระบวนการพัฒนาชุมชน, (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนา

พานิช, 2517

วิรัช เตียงหงษากุล, หลักการพัฒนาชุมชน บทบาทของสถาบันการศึกษากับการพัฒนาชุมชน

ชนบท, (บัณฑิตมหาวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2529

ณรงค์ ศรีสวัสดิ์, สังคมวิทยาชนบท, (กรุงเทพมหานคร: คณะสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2527

ผศ.สนธยา พลศรี, ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน, พิมพ์ครั้งที่ 4, (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, 2547

จินตวิทย์ เกษมสุข, หลักการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน, (กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557

ประเวศ วะสี, ประชาคมตำบล, พิมพ์ครั้งที่ 2, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มติชน, 2541

เทเลอร์, อังโนธชัย สันติวงษ์, องค์การและการบริหาร, พิมพ์ครั้งที่ 11, (กรุงเทพมหานคร: 2543

ฟาโย อังโน ศิริวรรณ (เสรีรัตน์, ทฤษฎีองค์การ : ฉบับมาตรฐาน, (กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร, 2545

ลูเทอร์ กุลิก, อังโน ศิริวรรณ (เสรีรัตน์, ทฤษฎีองค์การ : ฉบับมาตรฐาน, (กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร, 2545

เพชร อินทร์ตัน เทพศักดิ์ บุญรัตพันธุ์ และ สุพร เสี้ยนสลาย, “ประสิทธิภาพการให้บริการของงานอาคารและสถานที่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย”, บทความวิจัย, วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ปีที่ 8 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม 2557

ทิพย์วดี โพธิ์สิทธิพรณ, “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ตำนานโบราณสถานวัดเวียงเศรษฐี (ร้าง) ตำบลหนองแฝก อำเภอสารภ จังหวัดเชียงใหม่”, วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพายัพอีสเทิร์น, ปีที่ 7ฉบับที่ 1(มิถุนายน 2556 - พฤศจิกายน 2556

- เพ็ญประภา ภัทรานุกรม, “การพัฒนาทุนทางสังคมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในชุมชนประสภักย์พิบัติสีนา
มิ: กรณีศึกษา ชุมชนในพื้นที่จังหวัดพังงา”, วารสารร่มพฤษ, ปีที่ 28 ฉบับที่ 2(กุมภาพันธ์
- พฤษภาคม 2553
- ประยงค์ จุลรัตน์กานต์ บุญศิริและอรสา จรุงธรรม, “กระบวนการพัฒนาชนบทที่ยั่งยืนในมุมมองผู้นำ
ท้องถิ่น ตำบลกาโหล่นอำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช”, วารสารวไลยอลงกรณ์
ปริทัศน์,ปีที่ 3ฉบับที่ 2(กรกฎาคม-ธันวาคม 2556
- ณัฐวุฒิ วิเศษ, **คุณลักษณะและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาการเป็น
ผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร**, (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์,๒๕๕๒.
ยีน ภูวรรณและสมชาย นำประเสริฐ. **ไอซีทีเพื่อการศึกษาไทย**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดบุ๊คชน้ ,
๒๕๕๖.
- ณัฐวุฒิ วิเศษ, **คุณลักษณะและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสาขาการเป็น
ผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร**, (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์,2552).
- วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. **คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อ
ความสำเร็จในการดำ เนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัด
นครปฐม**, วารสารวิชาการ Veridian E-Journal Silpakorn University (ฉบับมนุษยศาสตร์
สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 2558
- นงคราญ ไชยเมือง และจิรัฏฐ์ กาญจน์บุญเรือง. **การจัดการเชิงกลยุทธ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคม สู่
ประเทศไทย 4.0**. สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยพายัพ,๒๕๖๐.
- ณฤทธิ์ วรพงษ์ดี. **SET Your Startup Business Guide รู้จัดธุรกิจสตาร์ทอัพ**. ห้องเรียน
ผู้ประกอบการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.๒๕๖๐.
- ธุรกิจ มหาธีรานนท์ และคณะ,วิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพรี ไฟแนนซ์แห่ง
หนึ่ง. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี,๒๕๖๑.
- สุพนเตร แสนเสนา และคณะ, ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ Startup. คณะวิทยาศาสตร์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.,๒๕๖๑
- สิทธิโชค วิบูลย์ สุเทพ บุญซ้อน และปิยะวรรณ เลิศพานิช “การศึกษาการอนุรักษ์ทางวัฒนธรรมชาว
มอญเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนกรณีศึกษา: ชุมชนศาลาแดงเหนือ จังหวัดปทุมธานี”,
วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์, ปีที่ 5
ฉบับที่ 1(มกราคม – เมษายน 2554).
- สุพัตรา คงขำ และนรินทร์ สังข์รักษา, “การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาพื้นบ้านหนัง
ตะลุง เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมท้องถิ่น”, วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์
วิจัย, ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2558
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, **หลักการสื่อสารมวลชน**,พิมพ์ครั้งที่ 2, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2549
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, **สังคมไทยแนวทางการวิจัยและพัฒนา**, (ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น,
2525

สัญญา สัญญาวิวัฒน์, **ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม**, พิมพ์ครั้งที่ 6, (กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549

สานิตย์ บุญชู, **การพัฒนาชุมชน**, (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2525

สัญญา สัญญาวิวัฒน์, **ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551

สหทัย วิเศษ. องค์การเครือข่ายในจังหวัดพะเยา, **เอกสารรายงานการวิจัยโครงการความร่วมมือระหว่างเครือข่ายภาคประชาชนกับสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ** เสนอสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, นนทบุรี: สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. ๒๕๔๗.

สำนักงานกิจการนักศึกษา, **คู่มือมาตรฐานการให้บริการ**, (กลุ่มงานกิจการนักศึกษา : มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2554

อศินา พรพดิน, **วิถี Startup**, สมุทรปราการ: เนชั่นบุ๊คส์, ๒๕๕๙.

อรรถนพ พงษ์วาท. **การบริหารเพื่อการปฏิรูปการศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: เพลิดเพลินพิมพ์, ๒๕๔๔.

อรพิน สันติธีรกุล. **คู่มือมาตรฐานการพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs: การพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการ**, เชียงใหม่ ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๕๓.

อาทิตย์ วุฒิกะโร, “สรุปสาระสำคัญของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม”, **อุตสาหกรรมสาร** ๔๓, (มีนาคม - เมษายน ๒๕๕๓).

เอี่ยมพร วงศาโรจน์, **การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจเบื้องต้น**, (กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐศาสตรมหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๒๒.

Max Weber, อ้างใน พิทยา บวรวัฒนา, **รัฐประศาสนศาสตร์ ทฤษฎีและแนวการศึกษา**, พิมพ์ครั้งที่ 12, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548 .

(๒) วิทยานิพนธ์:

กันตนา ทองอินทร์, **การนำเอาหลักคำสอนของศาสนาพุทธมาใช้ในการบริหารของนักธุรกิจ** ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, **ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาพุทธศาสตร์การพัฒนากุมิภาค**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, ๒๕๕๘

ชูชัย สมितिไกร, **ศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย**. **รายงานการวิจัย**, (ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๗.

ปาริชาติ วิเชียร, “สภาพและความต้องการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารและจัดการ การศึกษาของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาพังงา”, **วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา**, มหาวิทยาลัยราชภัฏพังงา, ๒๕๕๔.

ปราโมทย์ เจนการ, “การศึกษาอบรมกับความเป็นผู้นำ” **ปริญญานิพนธ์ปริญญาการศึกษา** **มหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา**, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ๒๕๖๒.

พันทิพย์ ภูติยา, “สภาพปัญหาและแนวทางการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาของบุคลากร
ใน โรงเรียน สังกัดสำนักงานการศึกษาเทศบาล สกลนคร”, **วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหา
บัณฑิต** สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, ๒๕๕๐.

วิเชียร ชิวพิมาย, **การนำเสนอแบบจำลองการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารโรงเรียน**, ๒๖๔๗.

ประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการศึกษาแห่งชาติ, **วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎี
บัณฑิต** สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สุรัชย์ โกศิยะกุล, ประพิมพ์พรโกศิยะกุล และ กาญจนา จันทร์สิงห์, “คุณภาพการให้บริการด้าน
กายภาพที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร”, **รายงานการ
วิจัย**, (สถาบันวิจัยและพัฒนา : มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, ๒๕๕๔.

ฤทธิ์ ตันติพนารัตน์, ทักษะความเป็นผู้ประกอบการ กรณีศึกษานิสิตโครงการปริญญาโทสาขา
บริหารธุรกิจภาคค่ำ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, **บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**, (บัณฑิตวิทยาลัย:
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๕๓.

สุทธิย์ อาภากร. **เครือข่าย: ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ**. กรุงเทพมหานคร.โครงการ
เสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส), ๒๕๔๗.

สุระชาติ ชุมพร, “สภาพและปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในสถานศึกษาของผู้บริหาร
สถานศึกษา โรงเรียน สังกัดกลุ่มการศึกษาท้องถิ่น ที่ ๙”, **วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหา
บัณฑิต** สาขาวิชา การบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุตรธานี, ๒๕๕๐.

สุระพันธ์ ศิลปศาสตร์, “สภาพปัจจุบันปัญหาและ ความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อ
การศึกษาในการบริหารของผู้บริหารโรงเรียน สังกัดกรมสามัญศึกษา”, **วิทยานิพนธ์ครุ
ศาสตรมหาบัณฑิต** สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง,
๒๕๕๔.

สุพรรณนา เอี่ยมสะอาด. การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการ
สื่อสารเพื่อการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์,
วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะ
ศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร. ๒๕๕๒.

อุไรวรรณ สมบัติศิริ, “การศึกษาสภาพปัญหาการให้บริการของสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์”, **รายงานการวิจัย**, (สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, ๒๕๕๗.

(๓) Internet :

จีราวัฒน์ คงแก้ว, **STARTUP เทรนด์ร้อน...!! ธุรกิจเกิดใหม่ ?**, (ออนไลน์), แหล่งที่มา:

<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/538848>, (๒ มีนาคม ๒๕๖๓).

ฉัตรชัย ดวงรัตนพันธ์, “**WashBox24**” **แบบอย่าง Startup ไทย?**, (ออนไลน์), แหล่งที่มา:

<http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/637723>, (๒ มีนาคม ๒๕๖๓).

โครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ มศก. แนวคิดเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม

- 2563 จาก www.startup.su.ac.th
 เว็บไซต์อินเทอร์เน็ตประเทศไทยแลนด์. **ความหมายของสตาร์ทอัพ**. สืบค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2563 จาก www.interspace.co.th
 เสน่ห์ ศรีสุวรรณ. (2559). Startup คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2563 จาก www.smartsme.co.th
 ปานระพี รพีพันธุ์, **Thailand 4.0 ประเทศไทย 4.0 คืออะไร**, (ออนไลน์),
 แหล่งที่มา: <https://www.it24hrs.com/2017/thailand-4-0/>, (๑ มีนาคม ๒๕๖๓).
 วาสนา ปิยะบรรณันท์, **SME - Startup ความเหมือนที่แตกต่าง ?**, (ออนไลน์), แหล่งที่มา:
<https://news.voicetv.co.th/business/358683.html>, (๒ มีนาคม ๒๕๖๓).
 ศศิรินทร์ สายะสนธิ์, **ทำไม Startup ในไทยไม่ค่อยประสบความสำเร็จ?**, (ออนไลน์),
 แหล่งที่มา: <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/760159>, (๑ มีนาคม ๒๕๖๓).
 สิทธิพงษ์ จงสกุล, **ปัจจัยที่ทำให้ Startup ประสบความสำเร็จ?**, (ออนไลน์), แหล่งที่มา:
<https://medium.com/>, (๒ มีนาคม ๒๕๖๓).
 Fayossy , **อัปเดตตัวเลขผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก ปี 2017**. ?, (ออนไลน์), แหล่งที่มา:
<https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/digital-in-2017-global-overview>, (๒ มีนาคม ๒๕๖๓).
 โครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ (มศก.), **Startup คืออะไร ?**, (ออนไลน์), แหล่งที่มา:
<http://www.startup.su.ac.th/?p=84>, (๒ มีนาคม ๒๕๖๓).
 วาสนา ปิยะบรรณันท์, **SME - Startup ความเหมือนที่แตกต่าง ?**, (ออนไลน์), แหล่งที่มา:
<https://news.voicetv.co.th/business/358683.html>, (๒ มีนาคม ๒๕๖๓).
 ชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์, และปาริชาติ สถาปิตานนท์. **การประชุมอย่างสร้างสรรค์ ศิลปะแห่งการสร้างพลังเพื่อการเปลี่ยน**. ค้นเมื่อ ๔ มีนาคม 25๖๓, จาก http://www.pattanathai.nesdb.go.th/PTFweb/Interesting_menu/PalangPanDin/FileProject/Business/Rbusiness.doc

๒. ภาษาอังกฤษ :

- Crowther, J, **Oxford Advanced Learner' Dictionary**: 5 ed. NY: Oxford University.
 Cummings. T. G. & Worley. C.G. (2005). **Organization Development and Change**.
 Australia: 1996.
 Cramer, S.F, **Collaboration**. Booton, MA: Allyn & Bacon, 1998.
 Lucas, J. R., **Balance of Power**. NY: AMACOM. 1993.
 Martin, E. , **Changing Academic Work: Developing the Learning University**.
 Buckingham: The Society for Research into Higher Education & Open University. 1999.

ภาคผนวก ก

บทความวิจัย

รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startupเชิงพุทธ ในจังหวัดนครราชสีมา
MODEL TO DEVELOPMENT A NEW BUDDHIST ENTREPRENEURIAL POTENTIAL
START UP IN NAKHONRATCHASIMA PROVINCE

[พระมหาสุพร รุกขิตธมฺโม*¹][เบญจมาศ สุวรรณวงศ์ *²]

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา

E-mail: suporn.ruk@mcu.ac.th /benjamas.suw@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการ Startup และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ Startup ของผู้ประกอบการใหม่ 2) เสนอรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startupเชิงพุทธ ในจังหวัดนครราชสีมา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพภาคสนาม และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ และการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่Startupเชิงพุทธ

ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ พบว่า คุณสมบัติเบื้องต้นของผู้ประกอบการ Startup คือ 1) มีความปรารถนาอย่างแรงกล้า 2) มีความคิดสร้างสรรค์ 3) ความเป็นนักกลยุทธ์ 4) ความเป็นผู้นำและกล้าตัดสินใจ 5) มีความกล้าเสี่ยง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ Startup ของผู้ประกอบการใหม่มีดังนี้ 1) ปัจจัยด้านความรู้ 2) ปัจจัยด้านการเมืองและสภาพเศรษฐกิจ 3) ปัจจัยด้านสังคม 4) ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคและการลดต้นทุนด้วยเทคโนโลยี 5) ปัจจัยด้านการเรียนรู้ข่าวสาร 6) ปัจจัยด้านแหล่งวัตถุดิบและเครือข่ายชุมชนส่งผลต่อการตัดสินใจ

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startupเชิงพุทธในจังหวัดนครราชสีมาผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการในโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธ พบว่ามีการประยุกต์หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาใช้ในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup ได้แก่ 1) หลักพรหมวิหาร 4 (เมตตา,เมตตา กรุณา มุทิตาและอุเบกขา) 2)หลักอิทธิบาท 4 (ฉันทะ, วิริยะ, จิตตะและวิมังสา), 3)หลักไตรสิกขา(ศีล,สมาธิ,ปัญญา) ,4)หลักทศพิธราชธรรม (ทาน , ศีล,บริจาค,ความซื่อตรง,ความอ่อนโยน,ความเพียร,ความไม่โกรธ,ความไม่เบียดเบียน,ความอดทน,ความเที่ยงธรรม)

คำสำคัญ : รูปแบบ,การพัฒนาศักยภาพ,ผู้ประกอบการใหม่, Startup,เชิงพุทธ

¹ ตำแหน่งอาจารย์ประจำหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา สังกัดบัณฑิตศึกษา วิทยาเขตนครราชสีมา E-mail: suporn.ruk@mcu.ac.th

² ตำแหน่งอาจารย์ประจำหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา สังกัดบัณฑิตศึกษา วิทยาเขตนครราชสีมา E-mail benjamas.suw@mcu.ac.th

ABSTRACT

This research aimed to study 1) knowledge about startup entrepreneurs and factors affecting the success of new entrepreneurs in StartUp business; 2) to propose a new entrepreneurial potential development model. Buddhist Startup In Nakhon Ratchasima. This research is a research method that combines qualitative research in the field. And action research. The research tool was an interview form and a workshop for entrepreneurial potential development project, Buddhist-based startups. The research results were found as follows;

The primary qualifications of the startup entrepreneurs are 1) have a strong desire. 2) be creative 3) Become a strategist 4) Have leadership and decision making. 5) Take risks. The factors that affect the success of the StartUp business of new entrepreneurs are as follows: 1) Knowledge factor and idea 2) Political and economic factors 3) social factors 4) Factors of Consumer Behavior and Cost Reduction through Technology 5) learning factors 6) Factors of raw material sources and community networks influence decision-making.

Development of new entrepreneurial potential Buddhist Startup in Nakhon Ratchasima Province through a workshop on the new entrepreneurial potential development project found that Buddhist principles have been applied to develop new entrepreneur potential. Startups include 1) Four sublime states of mind (loving-kindness, compassion, sympathetic joy, equanimity) 2) Four Bases of Success (Passion, Diligence, Mind or Consciousness, Investigation) 3) Tri-Sikha principle (precepts, meditation, wisdom) 4) Ten royal virtues (Dana (charity), Sila (high moral character), Parichakha (self-sacrifice), Archava (honesty), Matthava (kindness), Tapa (self-control), Agghodha (self-control), Avihingsa (Non-violence), Khanti (patience), Avirodhana (conformity to the law)).

Keyword Model, Development Potential, New entrepreneurial, Start up, Buddhist

บทนำ

ในสังคมยุคปัจจุบันภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม การประกอบธุรกิจเกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย ส่งผลให้ในหลายธุรกิจมีการแข่งขันกันมากขึ้น และด้วยแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเน้นหนักที่การกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น อันจะนำไปสู่การสร้างเสริมความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ประเทศไทยถือเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ได้รับผลกระทบโดยตรง การพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาฉบับที่ 11 ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศที่เน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของฐานรากคือ การผลิตภาคประชาชน และการประกอบกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นต้องปรับตัวในการเชื่อมโยงกับ

ระบบเศรษฐกิจโลกและภูมิภาค ทางรัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจระดับรากหญ้า คือการพัฒนาต่อยอดโดยให้การสนับสนุนโครงการตามนโยบายต่างๆ ประการหนึ่งก็คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น ธุรกิจ Startup และผู้ประกอบการ Startup จำนวนหนึ่งที่ยังขาดความพร้อมในการแข่งขันทางการค้าทั้งในระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ ทั้งนี้การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ Startup จะเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจ Startup สามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของตนเองทั้งด้านการบริหารจัดการ การผลิต การจัดจำหน่าย รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ และพร้อมที่จะเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ต่างๆ ทางสังคม ทั้งการเปิดเสรีทางการค้าในเศรษฐกิจประชาคมอาเซียน Startup เป็นแนวคิดธุรกิจแบบใหม่ที่สอดคล้องกับยุคของไทยแลนด์ 4.0 เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นและเติบโตอย่างรวดเร็ว Startup ที่จะประสบความสำเร็จได้คือธุรกิจต้องสามารถตอบโจทย์และแก้ปัญหาได้ตามความต้องการของผู้บริโภคได้ ปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้เลยว่าเทคโนโลยีสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ให้เข้ามามีส่วนในการดำเนิน ชีวิตประจำวันมากขึ้นกว่าสมัยก่อน มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นมากมาย ทั้งในด้านกิจวัตรประจำวันตั้งแต่ตื่นนอนจนถึงนอนหลับ การประกอบอาชีพที่ต้องใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วย รวมไปถึงการดำเนิน ธุรกิจผู้ประกอบการจะต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว หลายๆ ธุรกิจที่ปรับตัวไม่ได้ก็ต้องปิดตัวลง เพราะในขณะนี้ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคเปลี่ยนผ่าน จากไทยแลนด์ 3.0 ซึ่งเป็นยุค ของอุตสาหกรรมหนัก เป็น ไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และ นวัตกรรม ในปัจจุบันประเทศไทยยังติดอยู่ในโมเดลเศรษฐกิจแบบทำมากได้น้อย จึงต้องการปรับเปลี่ยนให้ เป็นทำน้อยได้มาก ³ ต้องเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม อย่างเช่นการเกษตรก็ต้องเปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมไปเป็นเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการจัดการ ใช้ เทคโนโลยีมาเกี่ยวข้อง หรือ Smart Farming โดยเกษตรกรต้องเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการที่สามารถนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาพัฒนาการเกษตรของตนให้สามารถทำรายได้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงผู้ประกอบการ ธุรกิจ SMEs ก็ต้องเปลี่ยนจากการดำเนินธุรกิจแบบเดิมไปสู่ Smart Enterprises และ Startup ที่มีศักยภาพ

ธุรกิจ Startup เป็นแนวคิดธุรกิจแบบใหม่ที่สอดคล้องกับยุคของ ไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งการทำธุรกิจ Startup คือ การที่เรามองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นกับคนส่วนมากแล้วสร้างโมเดลธุรกิจเพื่อมาแก้ไข ปัญหาโดยใช้ เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง ด้วยวิธีการที่แตกต่างจากเดิม และธุรกิจจะต้องสามารถสร้างกำไรได้เรื่อยๆ เพิ่มผู้ ใช้ได้เรื่อยๆ และสามารถเติบโตขึ้นได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาอันสั้นและกลายเป็นบริษัทขนาดใหญ่ขึ้นเอง Startup มีจุดเริ่มต้นที่ Silicon Valley ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นศูนย์กลางแห่งเทคโนโลยี ปัจจุบันนัก ลงทุนเริ่มให้ความสนใจกับธุรกิจ Startup มากขึ้น เพราะ Startup มีแนวโน้มที่จะเติบโตได้แบบก้าวกระโดด เมื่อเทียบกับการทำธุรกิจแบบในอดีตที่ต้องใช้เวลาและเงินลงทุนจำนวนมากในการขยายธุรกิจให้เติบโต หลาย บริษัทระดับโลก เช่น 1.Apple

³ ปานระพี ทรัพย์พันธุ์, Thailand 4.0 ประเทศไทย 4.0 คืออะไร,(ออนไลน์), แหล่งที่มา:<https://www.it24hrs.com/2017/thailand-4-0/>, (1 มีนาคม 2563).

2.Google 3.Facebook 4.Instagram 5.Twitter ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เคย ผ่านการเป็น Startup มาก่อนแล้วทั้งนั้น ประเทศไทยในสมัยก่อนที่เทคโนโลยียังไม่ได้มีบทบาทมากนักทำให้ เรามองว่า Startup เป็นเรื่องที่ไกลตัว มองว่าเป็นเรื่องที่เพ้อฝัน มีแต่ฝรั่งเท่านั้นที่ทำได้ เป็นเรื่องที่เป็นไป ไม่ได้ หรือเป็นไปได้ยาก เพราะประเทศไทยยังไม่มี Startup ที่ประสบความสำเร็จให้เห็นกัน ทั้งภาครัฐ และ เอกชนจึงยังไม่ได้ให้ความสนใจธุรกิจประเภทนี้มากนัก แต่ปัจจุบันมีคนกลุ่มเล็กๆหลายกลุ่มได้ พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าคนไทยเราสามารถทำได้ไม่แพ้ชาติใดในโลก ยกตัวอย่างธุรกิจ Startup ของ ไทยที่ประสบความสำเร็จ อาทิ 1. Wongnai 2. Builk 3. Computerlogy 4. Ookbee และอื่นๆอีกมากมาย ที่เป็น Startup ของ ไทย คนกลุ่มนี้ได้พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าคนไทยก็สามารถทำ Startup ได้ แต่อย่างไรก็ตามหากคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ แล้ว Startup ที่ไม่ประสบความสำเร็จมีมากถึง 90 % Startup ที่ประสบความสำเร็จมีเพียงแค่ 10 % เท่านั้น⁴ ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้รัฐบาลของหลาย ประเทศให้ความสำคัญกับสตาร์ทอัพ และมียุทธศาสตร์สร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) เพื่อช่วยให้ สตาร์ทอัพ โดยเฉพาะเทคโนโลยี สตาร์ทอัพเกิดขึ้นมาทดแทนธุรกิจรูปแบบเดิมๆ ด้วยธุรกิจใหม่ที่เป็นของ ประเทศตนเอง และสามารถ ขยายไปยังตลาดในประเทศอื่นๆ ดังนั้นเพื่อเพิ่มโอกาสให้สตาร์ทอัพ สามารถสร้างธุรกิจให้ ประสบความสำเร็จ รัฐบาลของหลายประเทศจึงได้ออกมาตรการสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ

ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบงานวิจัย การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” โดยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ อาศัยสิ่งที่ จังหวัดนครราชสีมาของเรามีความโดดเด่น นั่นคือศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ เริ่มจากการการสังเคราะห์องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง ทำการศึกษาบริบทเบื้องต้นสำหรับผู้ประกอบการ Startup จัดทำรูปแบบและเข้าสู่กระบวนการการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิง พุทธ เพื่อให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับกลุ่มธุรกิจ Startup และเป็นต้นแบบในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการStartup ให้แก่ชุมชนอื่นๆต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการStartup และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจStartUpของผู้ประกอบการใหม่
- 2) เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startupเชิงพุทธในจังหวัดนครราชสีมา

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

⁴ศศิรินทร์ สายะสนธิ์, ทำไม Startup ในไทยไม่ค่อยประสบความสำเร็จ .สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2563

พื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาธุรกิจStartup ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 2 แห่ง ดังนี้ คือ 1.Ladyproud Shop 2.ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชันชายนเอส (น้ำพริกลุงนาย)

2. ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้คือ

1)กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ Ladyproud Shop,ห้างหุ้นส่วนชันชายนเอส น้ำพริกลุงนาย

2) ผู้ประกอบการ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 10 คน

3) นิสิตนักศึกษาจากสถาบันการศึกษา ในจังหวัดนครราชสีมา 2 แห่ง ได้แก่ นิสิตจากมหาวิทยาลัย

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา จำนวน 20 รูป/คน และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน จำนวน 14 คน

รวมทั้งสิ้นจำนวนทั้งสิ้น 46 รูป/คน ได้มาโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1.องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการStartup และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartUpของผู้ประกอบการใหม่

2) รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startupเชิงพุทธในจังหวัดนครราชสีมา

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในช่วงเดือนมีนาคม 2563 ถึง เดือนมกราคม 2564 รวมระยะเวลา 11 เดือน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. แหล่งข้อมูล ^[5]

แหล่งข้อมูลได้มาจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ 1)กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ Ladyproud Shop,ห้างหุ้นส่วนชันชายนเอส น้ำพริกลุงนาย 2) ผู้ประกอบการ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 10 คน 3) นิสิตนักศึกษาจากสถาบันการศึกษา ในจังหวัดนครราชสีมา 2 แห่ง ได้แก่ นิสิตจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา จำนวน 20 รูป/คน และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน จำนวน 14 คน รวมทั้งสิ้นจำนวนทั้งสิ้น 46 รูป/คน ได้มาโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

2. เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 แบบสัมภาษณ์,สนทนากลุ่ม,การประชุมเชิงปฏิบัติการ

⁵ หมายเหตุ

- จำนวนผู้เข้าร่วมงานวิจัย 46 รูป/ คน
- ผู้ประกอบการใหม่

2.2 องค์ประกอบของเครื่องมือ ศึกษาวิเคราะห์แนวคิดจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการดังนี้

การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี หลักการ และนำมาวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startupเชิงพุทธตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ และการจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อบ่มผู้ “Smart City Korat Startup” ในวันที่ 3,7-9 สิงหาคม 2563 ณ. วิทยาเขตนครราชสีมา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และค้นหาวิธีที่ชุมชนร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการStartupและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartupของผู้ประกอบการใหม่ และรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่Startupเชิงพุทธในจังหวัดนครราชสีมา ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

4.2 สรุปและนำผลการศึกษาที่ได้ทั้งจากการศึกษาในเชิงเอกสารและภาคสนาม โดยวิเคราะห์ตามประเด็นที่สำคัญ คือ แนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่Startupเชิงพุทธในจังหวัดนครราชสีมา

4.3 การนำเสนอรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่Startupเชิงพุทธในจังหวัดนครราชสีมา

4.4 การวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลโดยการเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีที่ได้กล่าวแล้ว ให้เกิดองค์ความรู้ กระบวนการ และแนวทางเสนอรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่Startupเชิงพุทธในจังหวัดนครราชสีมา และเผยแพร่ให้กับผู้ประกอบการใหม่ Start up ในจังหวัดนครราชสีมาในพื้นที่ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startupเชิงพุทธ” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการStartup และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartupของผู้ประกอบการใหม่ 2) เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startupเชิงพุทธในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1.องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการใหม่Startup และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartupของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

1.1 องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการStartup

สตาร์ทอัพ (Startup) หมายถึง กิจกรรมที่เริ่มต้นธุรกิจจากจุดเล็กๆ สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด ออกแบบให้ธุรกิจมีการทำซ้ำได้โดยง่าย(Repeatable)และขยาย

กิจการได้ง่าย (Scalable) มีการนำเทคโนโลยี และ/หรือ นวัตกรรมมาใช้เป็นหัวใจหลักในการสร้างธุรกิจ มักเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นจากไอเดียเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันหรือเห็นโอกาสทางธุรกิจที่ยังไม่มีใครเคยคิดหรือทำมาก่อน

ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) คือรากฐานเศรษฐกิจใหม่แห่งอนาคตของประเทศไทยซึ่งเป็นที่จับตามองจากทุกภาคส่วน เนื่องจากเริ่มต้นได้ง่าย ต้นทุนเริ่มต้นไม่สูง มีการนำเทคโนโลยีและ/หรือนวัตกรรมมาใช้เป็นหัวใจหลักในการสร้างธุรกิจ ตลอดจนยังถูกออกแบบมาให้สามารถทำซ้ำและขยายตัวได้อย่างไม่มีขีดจำกัด จึงทำให้มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสูงและเป็นธุรกิจที่สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ธุรกิจสตาร์ทอัพยังมุ่งมั่นที่จะแก้ไขปัญหาต่างๆ ด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์ / บริการที่สามารถตอบโจทย์ดังกล่าวและส่งผ่าน "คุณค่า" ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ประกอบกับการมีโมเดลทางธุรกิจ และการดำเนินงานที่สามารถหาซ้ำด้วยต้นทุนที่ไม่สูง รวมถึงความสามารถในการขยายตลาดได้อย่างรวดเร็วในวงกว้าง จึงทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถแก้ไขปัญหาที่ระบบหรือรูปแบบของธุรกิจดั้งเดิมไม่สามารถส่งผ่าน "คุณค่า" ที่แท้จริงให้กับผู้ใช้ได้ โดยการทำให้คุณภาพชีวิตของผู้ใช้ดีขึ้น เช่น บริการที่รวดเร็วขึ้น และหรือ มีราคาถูกลง

ผู้ประกอบการ Startup หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้ง Startup เป็นเจ้าของ หรือหุ้นส่วนและดำเนินการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินกิจการ เพื่อผลกำไรและ ความพอใจ หรือเป็นผู้กระตุ้นในการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโดยเป็นผู้ที่มีเป้าหมายในการค้นหา มีการวางแผนอย่างรอบคอบ และตัดสินใจตามกระบวนการประกอบกิจการ รวมทั้งผู้ประกอบการต้อง เป็นผู้ทำงานอย่างสร้างสรรค์ มีมุมมองในแง่ดีตามพันธะในการจัดสร้างแหล่งทรัพยากรใหม่ หรือนำความสามารถเก่าไปรวมกันเป็นลักษณะใหม่ เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรค์ความมั่นคงของกิจการ

คุณสมบัติเบื้องต้นของผู้ประกอบการ Startup⁶

1) มีความปรารถนาอย่างแรงกล้า 2) มีความคิดสร้างสรรค์ 3) ความเป็นนักกลยุทธ์ 4) ความเป็นผู้นำและกล้าตัดสินใจ 5) มีความกล้าเสี่ยง ทั้ง 5 คุณสมบัตินี้ จะเป็นคุณสมบัติเบื้องต้นที่ทำให้รู้ว่ามีเราพร้อมหรือไม่ ในการเริ่มต้นทำธุรกิจสตาร์ทอัพ

1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartupของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาที่เข้าร่วมอบรมในโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” จำนวน 12 คน โดยสรุปข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” เกี่ยวกับเพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, ชื่อStartup, ที่อยู่ เมื่อ

⁶ ญฤทธิ วรพงษ์ดี, Set Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ, (กรุงเทพมหานคร, 2560), หน้า 18.

จำแนกเป็นรายบุคคล คิดเป็นร้อยละ (Percentage) และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานภาคสนาม ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้ **ด้านเพศ** พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup เป็นเพศหญิง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และเพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ตามลำดับ **ด้านอายุ** พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ส่วนใหญ่มีอายุ 40-49 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และอายุ 50-59 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และอายุ 60-69 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และอายุ 30-39 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และอายุ 20-29 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ **ด้านระดับการศึกษา** พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ส่วนใหญ่เป็นระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 33.34 ระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ **ด้านธุรกิจ Startup** พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ส่วนใหญ่พบว่าทำธุรกิจ Startup ด้านค้าขาย เช่น ธุรกิจขายน้ำพริก/สินค้าแปรรูปการเกษตร (หจก.ชั้นชายนเอน้ำพริกลุงนาย), ขายสินค้าด้านสุขภาพและความงาม (Ladyproud By Dr.Pum), ร้านขายของชำ, ขายเสื้อผ้าออนไลน์, ค้าขายออนไลน์, ขายมอเตอร์ไซด์ออนไลน์ รวมทั้งหมดจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และธุรกิจให้เช่ารถตู้ (บจก. พาวเวอร์ซ่า) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และธุรกิจเปิดร้านบริการสักรายจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และธุรกิจขนส่งสินค้าจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และธุรกิจบ้านเช่า, ผู้บริหารรีสอร์ท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และธุรกิจโรงเรียนสอนนวดแผนไทยจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.34 และธุรกิจรับเหมาก่อสร้างจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.43 ตามลำดับ **ด้านที่ตั้งของธุรกิจ** พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup ส่วนใหญ่พบว่าทำเลที่ตั้งของธุรกิจ Startup อยู่ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา เช่น ต.หนองไผ่ล้อม, ต.ในเมือง, ต.สีมม, ต.จอหอ, ต.จอหอ รวมทั้งหมด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 และอำเภอสูงเนิน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.68 และอำเภอปากช่อง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และอำเภอปักธงชัย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และอำเภอโชคชัย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ

และจากการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่มผู้ประกอบการใหม่ Startup, นิสิตมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา และนิสิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ทั้งหมดจำนวน 46 รูป/คน ที่เข้าร่วมอบรมในโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ในวันที่ 3, 7-9 สิงหาคม 2563 ณ วิทยาเขตนครราชสีมา และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ในประเด็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ Startup ของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา จากการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม และนำไปสู่กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการในวันที่ 3, 7-9 สิงหาคม 2563 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ Start Up มีดังนี้ 1) ปัจจัยด้านความรู้ ไอเดีย 2) ปัจจัยด้านการเมืองและสภาพเศรษฐกิจ 3) ปัจจัยด้านสังคม 4) ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคและ

การลดต้นทุนด้วยเทคโนโลยี 5) ปัจจัยด้านการเรียนรู้ข่าวสาร 6) ปัจจัยด้านแหล่งวัตถุดิบและเครือข่ายชุมชนส่งผลต่อการตัดสินใจ

2.รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชียงพุทธ

จากการศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชียงพุทธ พบว่า ข้อมูลพื้นฐานการ ประกอบการใหม่ สภาพการณ์ สภาพปัญหา จุดแข็ง จุดอ่อน และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในจากการวิเคราะห์ในขั้นการวิจัย การศึกษาวิเคราะห์องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องและสำรวจข้อมูลพื้นฐาน โดยผู้วิจัยทำการออกแบบ และจัดทำรูปแบบการพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการชุมชนฯ โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎี ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ชุมชน และปรากฏการณ์ทางสังคมจากการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม และนำไปสู่กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการในวันที่ 3,7-9 สิงหาคม 2563 พบว่า ธุรกิจ StartUpมีความต้องการสนับสนุนทางด้านใดบ้าง และจากหน่วยงานใด ธุรกิจ StartUpมีการดำเนินธุรกิจจำเป็นที่จะต้องเงินลงทุน เพื่อใช้เป็นฐานในการสนับสนุนการเติบโต เมื่อธุรกิจเริ่มเป็นรูปเป็นร่าง เข้าที่เข้าทาง การขยายขนาดของธุรกิจก็มีความจำเป็นที่จะต้องเงินลงทุนมากขึ้น ดังนั้น หากได้รู้จักกับแหล่งเงินทุนที่ดี ก็มีโอกาสดังกล่าวที่ธุรกิจจะเจริญเติบโตแบบก้าวกระโดดได้ ทั้งนี้ เพราะ Startup คือ ผู้ก่อตั้งธุรกิจ ด้วยบุคลากรและทรัพยากรจำนวนน้อย แต่มีรูปแบบ Software หรือ Application ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้จำนวนมาก เพื่อสร้างการเติบโตอย่างก้าวกระโดดภายในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้น การกำหนดดัชนีชี้วัดความสำเร็จของ Startup ที่สามารถประยุกต์ใช้ได้เป็นอย่างดี คือ ผลลัพธ์เป็นที่รู้จักของตลาดและสังคม ตลาดมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจมีกำไรจากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาที่นำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup -หลักพรหมวิหาร 4 (เมตตา,เมตตา กรุณา มุทิตาและอุเบกขา) กับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Start up พรหมวิหาร 4 หมายถึง หลักธรรมหนึ่งของพุทธศาสนาที่สอนให้ประพฤติปฏิบัติ หรือควบคุมกำกับทางจิตใจของมนุษย์ให้อยู่กับสังคมในโลกปัจจุบัน โดยการแสดงออกในด้านความรัก ความปรารถนาให้ทุกคนมีความสุขและให้มีจิตใจสงสาร คิดช่วยเหลือทุกคนรวมทั้งสัตว์ทั้งหลายให้พ้น ทุกข์ รวมถึงด้านจิตใจ พลอยยินดีกับคนที่เขาได้ดีมีความสุข กอปรด้วยอาการที่แสดงออกด้วยความ เทียงตรง เทียงธรรม ไม่ลำเอียงด้วยรักและชัง ใครทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ท่านใด มีพรหมวิหาร 4 ประการ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ท่านนั้นย่อมมีจิตใจสมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจของ ตนเองและผู้อื่น - หลักอิทธิบาท 4 (ฉันทะ, วิริยะ, จิตตะ และวิมังสา) กับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Start up -หลักไตรสิกขา(ศีล,สมาธิ,ปัญญา) กับการพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการใหม่Startup -หลักทศพิธราชธรรม (ทาน , ศีล,บริจาค,ความซื่อตรง,ความอ่อนโยน,ความเพียร,ความไม่โกรธ,ความไม่เบียดเบียน,ความอดทน,ความเที่ยงธรรม) กับการพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการใหม่Start up

ซึ่งจากการศึกษารูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชียงพุทธ จากการ สัมภาษณ์และการสังเกตพบว่าผู้ประกอบการStartup ที่เข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการในโครงการ

พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาไปประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาและดำเนินธุรกิจ Startup เพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startupเชิงพุทธเพื่อผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังนี้

องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการ Startup พบว่าเป็นผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจจากจุดเล็กๆ สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด ออกแบบให้ธุรกิจมีการทำซ้ำได้โดยง่าย และขยายกิจการได้ง่าย มีการนำเทคโนโลยี และ/หรือ นวัตกรรมมาใช้เป็นหัวใจหลักในการสร้างธุรกิจมักเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นจากไอเดียเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันหรือเห็นโอกาสทางธุรกิจที่ยังไม่มีใครเคยคิดหรือทำมาก่อน **สอดคล้องกับแนวคิดของเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตสเปซไทยแลนด์** ที่กล่าวว่าธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ธุรกิจเริ่มต้น เปิดบริษัทขึ้นมาใหม่เพื่อรองรับ ธุรกิจด้านไอทีและรวมถึงการทำธุรกิจให้เติบโตขึ้นแบบก้าวกระโดด สามารถสร้างรายได้จำนวนมาก เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นธุรกิจด้านไอที ในวงการไอทีนั้น เอง เช่น แอปพลิเคชันต่างๆ⁷ และ**สอดคล้องกับแนวคิดของเสน่ห์ ศรีสุวรรณ**กล่าวว่า การเริ่มต้นธุรกิจเพื่อการเติบโตแบบก้าวกระโดดสร้างรายได้จากการขยายธุรกิจอย่างรวดเร็ว (Scalable) และทำซ้ำ (Repeatable) ถ้าทำธุรกิจผ่านเทคโนโลยีก็จะเรียกว่า Tech Startup ส่วนใหญ่ มักจะเป็นธุรกิจเพื่อการแก้ปัญหา (Solutions) หรือโอกาสที่ยังไม่มีใครเคยเห็นหรือไม่เคยทำมาก่อน เช่น แอปพลิเคชันบางอย่างเช่น แอปพลิเคชันให้บริการรถแท็กซี่ แอปพลิเคชันเคลมประกันเมื่อเกิดอุบัติเหตุด้วยตัวเอง เป็นต้น การใช้เงินทุนเริ่มต้นในการทำสตาร์ทอัพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Tech Startup ไม่สูงนักเพราะอาศัยเทคโนโลยีที่มีการพัฒนามาใช้งานแล้ว การขยายธุรกิจผ่านเทคโนโลยีเป็นไปได้อย่างสะดวกรวดเร็วทุกที่ทุกเวลา⁸

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartupของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมาที่สำคัญ คือการเรียนรู้สร้างความเข้าใจก่อนที่จะลงมือปฏิบัติงานอย่างจริงจัง ซึ่งต้องสร้างความเข้าใจในตัวเอง ทีมงาน โอกาส และเวลา เพราะทำรูปแบบเดิมๆ ผลลัพธ์ก็มักจะได้แบบเดิมๆไม่มีอะไรใหม่และไม่ได้แสดงศักยภาพออกมาได้อย่างเต็มเปี่ยม **สอดคล้องกับแนวคิดของโครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ มสค.**กล่าวว่า แนวคิดเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ ในการดำเนินธุรกิจรูปแบบเดิม ซึ่งอาศัยองค์ความรู้ทางด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจในรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมสู่ประเทศไทย 4.0 ตามนโยบายของภาครัฐซึ่งอยู่ในระยะเปลี่ยนผ่าน โดยวิสาหกิจเพื่อสังคมจะเป็นองค์กรที่ใช้วิธีการจัดการกิจการ

⁷ อินเทอร์เน็ตสเปซไทยแลนด์.ความหมายของสตาร์ทอัพ. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 256 จาก www.interspace.co.th

⁸ เสน่ห์ ศรีสุวรรณ. Startup คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2563 จาก www.smartsme.co.th

เช่นเดียวกับบริษัทเอกชน แต่เป้าหมายสำคัญของการประกอบธุรกิจ คือ การนำกำไรที่ได้จากการดำเนินการ กลับคืนสู่สังคมและสิ่งแวดล้อม เกิดการพัฒนาคน ผลิตภัณฑ์ และระบบการจัดการ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กร⁹ แต่เนื่องจากในยุคปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจได้นำเอาเทคโนโลยีมาเป็นตัวช่วยในการขับเคลื่อนดังนั้นการดำเนินธุรกิจรูปแบบดังกล่าวยังไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างแท้จริงอันเนื่องมาจากเทคโนโลยีเป็นหัวใจ สำคัญของสตาร์ทอัพของประเทศไทย อยู่ที่โมเดลธุรกิจ (business model) ซึ่งหมายถึง รูปแบบวิธีการ ดำเนินกิจการของบริษัทในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างรายได้ซึ่งโดยทั่วไปจะเห็นว่าโมเดลธุรกิจสตาร์ทอัพมักจะมีรูปแบบแตกต่างไปจากธุรกิจที่เคยมีมาในอดีต และมักจะมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ ในการสร้างธุรกิจ ยกตัวอย่างเช่น GRAB taxi ซึ่งเป็น Application สำหรับเรียกใช้บริการโดยสาร รถแท็กซี่เพื่อแก้ปัญหาของความยุ่งยากในการใช้บริการในรูปแบบเดิมที่ลูกค้าจะต้องออกไปรอแท็กซี่ของคนในแถบเอเชีย ซึ่งบริษัทจะได้กำไรจากการเก็บค่าบริการเพิ่มเติม ซึ่งแม้ว่าแนวคิดไม่ได้ต่างจากการโทรศัพท์เรียกแท็กซี่ ผ่านศูนย์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ก่อนหน้านี้ แต่การใช้ Application บนโทรศัพท์มือถือเป็นวิถีในการใช้ชีวิตของคน ปัจจุบันมากกว่าและสามารถนำเครื่องมือที่ใช้ในชีวิตประจำวันนำมาใช้ได้ อย่างเต็มศักยภาพ¹⁰ และสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ ขั้นตอนการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ 1. ขั้นตอนการสร้างสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากปัญหา หรือการสร้างสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหา (Problem Solution Fit) ซึ่งในส่วนนี้จัดได้ว่าเป็นระยะเริ่มต้นสำหรับ การสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพ ที่เกิดจากการพัฒนาไอเดีย หรือแนวความคิดที่อาจจะมาจากความต้องการแก้ไขปัญหา Pain point บางอย่างของผู้คน หรือคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมที่สามารถเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ทำให้การดำเนินชีวิตมีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น มี คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยได้ทำการพิสูจน์ว่าเป็นปัญหาที่มีอยู่จริง และมีความต้องการแก้ไข โดยสามารถคิดผลิตภัณฑ์ที่สามารถแก้ปัญหานั้นๆ ได้ อาจจะเรียกได้ว่าเป็นช่วงเวลาของการค้นหา และการแก้ปัญหา โดยเริ่มจากการหาปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วนำมาสร้างเป็นโจทย์สำหรับการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้¹¹

การนำรูปแบบมาปรับใช้และนำมาสู่การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startupเชิงพุทธ สิ่งที่น่าสนใจถึง คือ ด้านปัจจัยการผลิต กระบวนการ และปัจจัยที่ส่งเสริมผู้ประกอบการ **สอดคล้องกับแนวคิดของณฤทธิ วรพงษ์ดี** กล่าวว่าขั้นตอนการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อนำไปทดสอบกับตลาด (Product Market Fit) ซึ่งจะเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปใช้งานได้จริง

⁹ นงคราญ ไชยเมือง และจิรัฐ กัญจน์บุญเรือง. การจัดการเชิงกลยุทธ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคม สู่ประเทศไทย 4.0. สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยพายัพ .2560.

¹⁰ โครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ มศก. แนวคิดเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2563 จาก www.startup.su.ac.th

¹¹ ณฤทธิ วรพงษ์ดี. SET Your Startup Business Guide รู้จัดธุรกิจสตาร์ทอัพ. ห้องเรียนผู้ประกอบการตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.2560.

เพื่อนำไปทดลองใช้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือ ตลาดกับกลุ่มตัวอย่างและทำการเก็บผลสะท้อนกลับ (Feedback) จากลูกค้ารับฟังความคิดเห็นที่ได้จาก กลุ่มลูกค้าในด้านการใช้งานสินค้าและบริการทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายว่าดีไม่อย่างไรใช้ แล้วชอบหรือไม่ชอบตรงไหน ใช้แล้วอยากจะใช้ต่อหรือไม่ แล้วนำผลที่ได้นั้นมาปรับปรุงให้ได้สินค้า บริการ หรือผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กับความ ต้องการของตลาด และในช่วงเวลาเดียวกันสตาร์ทอัพจะต้อง เริ่มมองหาผู้ลงทุนอย่างจริงจัง เพื่อทำการระดมทุนในการขยายการผลิต และขยายการตลาดเพื่อรองรับ สินค้าและบริการที่ได้พัฒนาขึ้น ก่อนจะเข้าสู่ stage ของการทำธุรกิจอย่างเต็มรูปแบบในลำดับถัดไป **สอดคล้องกับงานวิจัยของ** ธุรกิจ มหาธีรานนท์ และคณะ ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ วิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของธุรกิจ สตาร์ทอัพไฟแนนซ์แห่งหนึ่ง ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพมี 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความสามารถในการบริการ ปัจจัยด้านคุณภาพ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ และ ปัจจัยด้านรูปแบบการตลาด โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านความสามารถในการบริการ ซึ่งอาจเป็นเพราะปัจจุบันผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลาย สามารถเลือกใช้บริการที่ตรงใจตนเองได้ และยังไม่มียุทธกิจใดที่สามารถช่วยให้เรื่องการเงินหรือการไฟแนนซ์ เป็นเรื่องง่ายได้เท่ากับธุรกิจ สตาร์ทอัพไฟแนนซ์ดังกล่าว¹²ขั้นตอนการสร้างธุรกิจ หรือการกำหนดรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Market Fit) หลังจากทีสินค้าติดตลาดแล้ว ช่วงนี้จะเป็น ช่วงที่เน้นการขยายการเติบโตของธุรกิจ การเพิ่มทีมงาน ขยายกำลังการผลิตหรือกำหนดโครงสร้างขององค์กร (Infrastructure) เพื่อรองรับการ ขยายฐานลูกค้า ซึ่งจะเป็นการพิสูจน์โมเดลทางธุรกิจ รวมถึงการหารายได้ในรูปแบบใหม่ ๆ หรือเรียก อีกอย่างได้ว่าเป็นช่วงที่ดึงดูดนักลงทุน การระดมทุน และทีมงาน เพื่อช่วยให้ธุรกิจเติบโต โดยอาศัยความรู้ในเรื่อง Business Model เข้ามาใช้เพื่อช่วยในการกำหนดทิศทางให้กับธุรกิจหรือทำให้ธุรกิจเป็นรูปเป็นร่างนั่นเอง เป็นความลงตัวของสตาร์ทอัพกับ นักลงทุนว่าจะร่วมลงทุนและเติบโตไปด้วยกันหรือไม่**สอดคล้องกับงานวิจัยของ**สุพเนตร แสนเสนา และคณะ ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของ สตาร์ทอัพ Startup ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จมีอยู่หลัก ๆ 5 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้าน จังหวะเวลา ปัจจัยด้าน ทีมงาน ปัจจัยด้านแนวความคิดใหม่ ๆ ปัจจัยด้านแผนธุรกิจและปัจจัยด้าน เงินทุน ซึ่งปัจจัยแต่ละด้านขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจสตาร์ทอัพว่าจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ไหนเป็นอันดับแรก ดังนั้นธุรกิจสตาร์ทอัพ จะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องมีหนึ่ง ใน 5 ปัจจัยนี้ เป็นหลัก อย่างไรก็ตามธุรกิจสตาร์ทอัพที่จะประสบความสำเร็จได้คือ ธุรกิจต้องสามารถตอบโจทย์ และแก้ปัญหาได้ตามความต้องการของผู้บริโภคได้¹³

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

¹² ธุรกิจ มหาธีรานนท์ และคณะ.วิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพไฟแนนซ์แห่งหนึ่ง. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี,2561.

¹³ สุพเนตร แสนเสนา และคณะ.ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ Startup. คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.2561.

1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐควรมีนโยบายในการสนับสนุนปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStartup ของผู้ประกอบการใหม่อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม

2) หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ควรร่วมมือและช่วยกันส่งเสริมสนับสนุนในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ Startup โดยผ่านการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ และทักษะต่างๆในการเป็นผู้ประกอบการ Startup ที่มีศักยภาพ

2 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านความสำเร็จ และการพัฒนาความร่วมมือต่อความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจระดับอื่น หรือมีการแยกประเภทธุรกิจ เช่น ธุรกิจอาหาร ธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความสามารถทางธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหม่ (Start-up) ในจังหวัดนครราชสีมา

3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Startup ในยุค 4.0

2. การบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ startupเชิงพุทธ

3. การพัฒนาระบบศักยภาพผู้ประกอบการStartup เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

เอกสารอ้างอิง

โครงการพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ มศก. แนวคิดเกี่ยวกับสตาร์ทอัพ. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2563 จาก www.startup.su.ac.th

ธุรกิจ มหาธีรานุรักษ์ และคณะ. วิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจสตาร์ทอัพไร้พรมแดนแห่งหนึ่ง. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. 2561.

ณฤทธิ วรพงษ์ดี. Set Your Startup Business Guide รู้จักธุรกิจสตาร์ทอัพ. กรุงเทพมหานคร, 2560

นงคราญ ไชยเมือง และจิรัฐ กัญจน์บุญเรือง. การจัดการเชิงกลยุทธ์ของวิสาหกิจเพื่อสังคมสู่ประเทศไทย 4.0. สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยพายัพ. 2560.

ปานระพี รพีพันธุ์. Thailand 4.0 ประเทศไทย 4.0 คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2563 จาก <https://www.it24hrs.com/2017/thailand-4-0>

ศศิรินทร์ สายะสนธิ์, ทำไม Startup ในไทยไม่ค่อยประสบความสำเร็จ. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2563 จาก: <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/760159>

สุพเนตร แสนเสนา และคณะ. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ Startup. คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 2561.

เสน่ห์ ศรีสุวรรณ. Startup คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2563 จาก www.smartsme.co.th

อินเทอร์เน็ตสเปซไทยแลนด์. ความหมายของสตาร์ทอัพ. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2563 จาก

www.interspace.co.th

ผนวก ข ตารางนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ด้าน	โดยองค์กร	ใช้อย่างไร
สังคม	-ผู้ประกอบการStartupในจังหวัดนครราชสีมา -ธุรกิจStartupในจังหวัดนครราชสีมา -มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา -มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน -หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา -วิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครราชสีมา -หน่วยงานภาครัฐเอกชนที่เกี่ยวข้อง	ผู้ประกอบการ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา เกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการ Startup ระหว่างผู้ประกอบการ Startup, ธุรกิจStartup, สถาบันการศึกษา, หอการค้าจังหวัด, วิสาหกิจชุมชนและหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างๆที่เกี่ยวข้อง เกิดองค์ความรู้ที่ได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายภาครัฐ เอกชนทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและมีการพัฒนาธุรกิจสู่การเป็นSmart Startups
เศรษฐกิจ	-ผู้ประกอบการStartup ในจังหวัดนครราชสีมา -ธุรกิจStartup ในจังหวัดนครราชสีมา -หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา -วิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครราชสีมา	ผู้ประกอบการStartup, ธุรกิจStartup, หอการค้าจังหวัด, วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา เกิดองค์ความรู้และได้รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” ทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและมีการพัฒนาธุรกิจสู่การเป็นSmart Startups เกิดนวัตกรรมชุมชน และเพิ่ม

		รายได้ให้กับชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup
วิชาการ	-มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย -มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน -หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา	นำผลการวิจัยและฐานข้อมูลด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” มาใช้เป็นฐานการเรียนรู้และเพิ่มทักษะโดยทำกิจกรรมเชิงบูรณาการกับงานวิจัยรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมปฏิบัติการนอกชั้นเรียน เรียนรู้ในสถานที่จริง ชุมชนและสถานศึกษาในชุมชนนำผลการวิจัยไปจัดทำหลักสูตรท้องถิ่นและจัดทำฐานข้อมูลส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนให้เกิดการต่อยอดอย่างต่อเนื่องตระหนักในคุณค่าและมูลค่าที่มีอยู่ในชุมชน

ผนวก ค ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์

1) ผลการศึกษา (ตาม วัตถุประสงค์ และ Key Results (KRs) ของแต่ละแผนงาน)

โปรแกรม ววน.		แผนงาน		ผลงานที่เกิดขึ้นจริง
วัตถุประสงค์	KRs (ได้อะไร)	Obj.	KRs	
ข้อ 1 เพื่อพัฒนาระบบนิเวศเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา	เกิดนวัตกรรมชุมชน เพื่อยกระดับรายได้ให้กับชุมชนปีละ 1,000 นวัตกรรม	เพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตนเองและการจัดการตนเองบนฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	เกิดนวัตกรรมชุมชน เพื่อยกระดับรายได้ให้กับชุมชน ปีละ 1,000 นวัตกรรม	องค์ความรู้เรื่องการพัฒนาระบบนิเวศเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา
ข้อ 2 . เพื่อพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการและการบริการของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา	เกิดนวัตกรรมชุมชน เพื่อยกระดับรายได้ให้กับชุมชน ปีละ 1,000 นวัตกรรม	เพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตนเองและการจัดการตนเองบนฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	เกิดนวัตกรรมชุมชน เพื่อยกระดับรายได้ให้กับชุมชน ปีละ 1,000 นวัตกรรม	นวัตกรรมการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการและการบริการของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา
ข้อ 3 .เพื่อสร้างรูปแบบเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา	เกิดนวัตกรรมชุมชน เพื่อยกระดับรายได้ให้กับชุมชน ปีละ 1,000 นวัตกรรม	เพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตนเองและการจัดการตนเองบนฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	เกิดนวัตกรรมชุมชน เพื่อยกระดับรายได้ให้กับชุมชน ปีละ 1,000 นวัตกรรม	รูปแบบเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

		พอเพียง		
4. เพื่อเสนอ รูปแบบการพัฒนา ศักยภาพ ผู้ประกอบการใหม่ เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup”	เกิดนวัตกรรม ชุมชน เพื่อ ยกระดับรายได้ ให้กับชุมชน ปีละ 1,000 นวัตกรรม	เพิ่มขีดความ สามารถของ ชุมชนท้องถิ่นใน การพัฒนา การ พึ่งตนเองและ การจัดการ ตนเองบนฐาน ปรัชญา เศรษฐกิจ พอเพียง	เกิด นวัตกรรม ชุมชน เพื่อ ยกระดับ รายได้ให้กับ ชุมชน ปีละ 1,000 นวัตกรรม	รูปแบบการพัฒนา ศักยภาพ ผู้ประกอบการใหม่ เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup”

2). ผลที่เกิดขึ้นจริง (Output)

ให้ระบุผลงานที่เกิดขึ้น เช่น การพิมพ์ในวารสาร การประชุม หรือผลิตภัณฑ์

ผลที่เกิดขึ้นจริง	หน่วยนับ	รายละเอียด/หลักฐาน
1.บทความวิจัย - ระดับชาติ	5 เรื่อง	-ดร.เบญจมาศ สุวรรณวงศ์ “การพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการ Startupเชิง พุทธเพื่อมุ่งสู่“Smart City Korat” ใน NBRC2021 การ ประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 12 สักคมไทยหลัง NEW NORMAL : การเรียนรู้ การวิจัย และการสร้างสรรค์ ในวันที่ 2-3 เมษายน 2564 -ดร.เบญจมาศ สุวรรณวงศ์ “การพัฒนาระบบนิเวศเชิง พุทธสำหรับผู้ประกอบการ ใหม่ Startup ในจังหวัด นครราชสีมา”วารสาร Journal of Roi Kaensarn Academi ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม- ธันวาคม 2563) -ดร.มนัสพล ยังทะเล “ศึกษาระบบเทคโนโลยี

		สารสนเทศเพื่อการบริหาร จัดการของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัด นครราชสีมา”ใน NBRC2021 การประชุมวิชาการ ระดับชาติครั้งที่ 12 สังคมไทยหลัง NEW NORMAL : การเรียนรู้ การ วิจัย และการสร้างสรรค์ ใน วันที่ 2-3 เมษายน 2564 -ดร.เบญญาภา จิตมั่นคง ภักดี “การสร้างรูปแบบ เครือข่ายความร่วมมือในการ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ใหม่ Startup ในจังหวัด นครราชสีมา”ใน NBRC2021 การประชุมวิชาการ ระดับชาติครั้งที่ 12 สังคมไทยหลัง NEW NORMAL : การเรียนรู้ การ วิจัย และการสร้างสรรค์ ใน วันที่ 2-3 เมษายน 2564 -พระมหาสุพร รกขิตธมโม ,ผศ.ดร. “รูปแบบการพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startupเชิงพุทธ ในจังหวัด นครราชสีมา”ใน NBRC2021 การประชุมวิชาการ ระดับชาติครั้งที่ 12 สังคมไทยหลัง NEW NORMAL : การเรียนรู้ การ วิจัย และการสร้างสรรค์ ใน วันที่ 2-3 เมษายน 2564
2.ผลิตภัณฑ์ - ระดับภาคสนาม	1 ต้นแบบ	โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธ

		เพื่อบ่มงู “Smart City Korat Startup”
3. วิถีทัศน์ผลงาน	5 เรื่อง	การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อบ่มงู “Smart City Korat Startup” -การพัฒนาระบบนิเวศเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา, -การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการและการบริการของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา -การสร้างรูปแบบเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา -รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อบ่มงู “Smart City Korat Startup”
Outcome เช่น การมีชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม/	-ผู้ประกอบการ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา -ธุรกิจ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา -มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยวิทยาเขต	-เกิดการถ่ายทอดการพัฒนา ระบบนิเวศเชิงพุทธสำหรับผู้ประกอบการใหม่ Start up -เกิดการถ่ายทอดการพัฒนา ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการและการบริการของ Startup -เกิดการถ่ายทอดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือการพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการ

	นครราชสีมา -มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน -หอการค้า จังหวัด นครราชสีมา -วิสาหกิจชุมชน จังหวัด นครราชสีมา	Startup -เกิดการถ่ายทอดรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup”
Impact ผลงานวิจัยส่งผลให้มีการขยายผลในระดับท้องถิ่น/ระดับชาติ/นานาชาติ	-ผู้ประกอบการ การStartupใน จังหวัด นครราชสีมา -ธุรกิจStartup ในจังหวัด นครราชสีมา -มหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณ ราชวิทยาลัย วิทยาเขต นครราชสีมา -มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน -หอการค้า จังหวัด นครราชสีมา -วิสาหกิจชุมชน จังหวัด นครราชสีมา	1)เกิดการถ่ายทอดโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” 2)ชุดองค์ความรู้เรื่องระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการและการบริการของสำหรับผู้ประกอบการใหม่Startup 1 ชุด 3)ชุดองค์ความรู้เรื่องรูปแบบการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการStartupในจังหวัดนครราชสีมาจำนวน 1 ชุด

แบบสัมภาษณ์

รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup

คำชี้แจง

1. การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup” 1) เพื่อศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธ 2) เพื่อศึกษาศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ Start Up ของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อนำเสนอรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup

2. แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชิงพุทธ

ตอนที่ 3 ศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ Start Up ของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 4 นำเสนอรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสัมภาษณ์ไว้ ณ โอกาสนี้

พระมหาสุพร รกขิตธมโม, ผศ.ดร.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยวิทยาเขตนครราชสีมา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1.1) ชื่อ.....นามสกุล.....

- 1.2)เพศ.....
- 1.3)อายุ.....
- 1.4) ที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่หมู่ที่.....ตรอก/ซอย.....ต.....อ.
จ.....
- 1.5)การศึกษา.....สาขา.....
- 1.6)อาชีพหลัก.....อาชีพเสริม.....
- 1.7)ชื่อ Startup.....
- 1.8)ตำแหน่ง/ความรับผิดชอบใน Start up.....

ตอนที่ 2 องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชียงพุทธ

1. สภาพปัญหา กระบวนการของการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่Startupเชียงพุทธ

.....

.....

.....

- 2.ลักษณะการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Start up

.....

.....

.....

- 3.องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ Startup เชียงพุทธ.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStart Up ของผู้ประกอบการใหม่ Startup ในจังหวัดนครราชสีมา

- 1.การสร้างรูปแบบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStart Up

.....

.....

.....

- 2.การสร้างรูปแบบเชิงพุทธ.....

.....

.....

.....

- 3.ศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจStart Up.....

.....

**ตอนที่ 4 นำเสนอรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธเพื่อมุ่งสู่
 “Smart City Korat Startup**

1.การใช้รูปแบบในลักษณะรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชิงพุทธ.....

.....

 2.การประเมินผลการใช้รูปแบบเชิงพุทธที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ
 ใหม่.....

.....

 3.ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ (ถ้ามี)

.....
 ชื่อผู้สัมภาษณ์.....

วันที่สัมภาษณ์.....เวลา.....

สถานที่สัมภาษณ์.....

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย

สัมภาษณ์.ส.จิระพันธ์ ศรีงาม ผู้ประกอบการค้าขาย ตำบลสุขเกษม อำเภอปักธงชัย จังหวัด
 นครราชสีมา เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

สัมภาษณ์นางวานิช พาลาด ธุรกิจขนส่งสินค้า ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัด นครราชสีมา เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

สัมภาษณ์นางธิดารัตน์ เสรีขจรจารุ ผู้ประกอบการธุรกิจขายเสื้อผ้าออนไลน์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

สัมภาษณ์นางคณาวรรณ สุทธิประเสริฐ ผู้ประกอบการค้าขายออนไลน์ ตำบลสีม อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

สัมภาษณ์ นายสมศักดิ์ สงสนธิ ธุรกิจบ้านเช่า ,ผู้ประกอบการผู้บริหารรีสอร์ท ตำบลจอหอ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

สัมภาษณ์ดร.เพ็ญศรี จารุกำเนินนก ผู้ประกอบการSME อัญมณีเครื่องประดับส่งออก ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

สัมภาษณ์นายฉัตรชัย ศรีงาม ผู้ประกอบการซ่อมและจำหน่ายมอเตอร์ไซด์ออนไลน์และให้เช่าบูชา พระเครื่องบ้านหัวถนน ตำบลหัวทะเล อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

สัมภาษณ์นายไชยวัตร ศิริศักดิ์ดา ผู้ประกอบการใหม่ธุรกิจร้านอาหารตามสั่ง ตำบลหนองบัวศาลา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.

สัมภาษณ์นายอำนาจ ภูมิร สินค้าแปรรูปการเกษตร ตำบลสูงเนิน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ,เมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2563.



โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่เชียงใหม่
เพื่อมุ่งสู่ “Smart City Korat Startup”

วันที่ ๓, ๔-๕ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๓

ณ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา
และ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี



การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่
(Startup) เชียงพุด

โดย พระมหาสุพร รุกขิตมโม ,มศ. ดร.
ผู้อำนวยการสำนักวิชาการ
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา



พระมหาสุพร รกขิตธมโม ,ผศ. ดร.



ประวัติการทำงาน

- ผู้อำนวยการสำนักวิชาการ วิทยาเขตนครราชสีมา
 - อาจารย์ประจำหลักสูตรพุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา และหลักสูตรพุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา
 - อนุกรรมการและเลขานุการคณะกรรมการประกันคุณภาพการศึกษา วิทยาเขตนครราชสีมา
- ประธานคณะกรรมการเครือข่ายความร่วมมือ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สำนักงานประกันคุณภาพ

ผศ.ดร.พระมหาสุพร รกขิตธมโม วิทยาเขตนครราชสีมา 4



การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการใหม่ (Startup) เชียงพูธร



ผศ.ดร.พระมหาสุพร รกขิตธมโม วิทยาเขตนครราชสีมา 13



หลักธรรมสำหรับการครองงาน



Mentoring System

หลักอิทธิบาท ๔

หลักอปริหานิยธรรม ๗



มศ.ดร.พระมหาสุพร รกขิตธมโม วิชาเขตนครราชสิมวา



สรุป...มรรคมีองค์ 8



มรรค 8 การปฏิบัติทางสายกลางตามกฎธรรมชาติ มัชฌิมาปฏิปทา

1. สัมมาทิฐิ	ความเห็นชอบ		ปัญญา		โอรสศึกษา	โอรสศึกษา
2. สัมมาสังกัปปะ	ความดำริชอบ	⇒		←	โอรสศึกษา	โอรสศึกษา
3. สัมมาวาจา	วาจาชอบ				โอรสศึกษา	โอรสศึกษา
4. สัมมากัมมันตะ	กระทำชอบ	⇒		←	โอรสศึกษา	โอรสศึกษา
5. สัมมาอาชีวะ	เลี้ยงชีพชอบ				โอรสศึกษา	โอรสศึกษา
6. สัมมาวายามะ	พยายามชอบ				โอรสศึกษา	โอรสศึกษา
7.					โอรสศึกษา	โอรสศึกษา
8.					โอรสศึกษา	โอรสศึกษา

สมาธิ

ทำดี

กษ

นครราชสิมวา





ประวัติผู้วิจัย

1.หัวหน้าโครงการวิจัย

1.ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) พระมหาสุพร รกขิตธมโม,ผศ.ดร.

ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ) Phramaha Suporn Rakittathammo, Assist.Prof.Dr.

2.เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน -

3.ตำแหน่ง ปัจจุบัน อาจารย์ ประจำหลักสูตร

4.หน่วยงานที่สังกัด มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วิทยาเขตนครราชสีมา
41๙ หมู่ที่ 7 ถนนชาติพัฒนา บ้านหัวถนน ตำบลหัวทะเล อำเภอเมือง

จังหวัดนครราชสีมา 30000 โทร. 061-8942459

5.ประวัติการศึกษา จบการศึกษาระดับปริญญาเอก

6.ประสบการณ์เกี่ยวกับผลงานตำรา แต่งหนังสือ บทความวิชาการ และงานวิจัย

2.ผู้ร่วมวิจัย

1.ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) ดร.เบญจมาศ สุวรรณวงศ์

ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ) Dr.Benjamas Suwannawong

2.เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน -

3.ตำแหน่ง ปัจจุบัน อาจารย์ ประจำหลักสูตร

4.หน่วยงานที่สังกัด มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วิทยาเขตนครราชสีมา
419 หมู่ที่ 7 ถนนชาติพัฒนา บ้านหัวถนน ตำบลหัวทะเล อำเภอเมือง

จังหวัดนครราชสีมา 30000 โทร. 093-5587892

5.ประวัติการศึกษา จบการศึกษาระดับปริญญาเอก

6.ประสบการณ์เกี่ยวกับผลงานตำรา แต่งหนังสือ บทความวิชาการ และงานวิจัย