

ถอดรหัสการประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของไทยยุค 4.0

Decode Startup Business Entrepreneurial Management in Thailand 4.0

♦ วิไล พึ่งพล

บริษัท โคลนิแมกซ์ จำกัด

Wilai Phungphol

Clonimax Co.,Ltd., E-mail: wilaiploy@gmail.com

♦ นรินทร์ สังข์รักษา

รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Narin Sungrugsa

Associate Professor, Ed.D, Faculty of Management Science, Silpakorn University

E-mail: narin_324349@yahoo.co.th

Abstract

The objectives of this research were 1) to study business management ideologies of entrepreneurs to be the leader of innovative startup business for sustaining in Thailand 4.0 2) to study the practices on discourse from startup entrepreneurs and the authority knowledge of discourse on startup business in contemporary Thailand 4.0 and 3) to study the way to create more entrepreneurs to have better consciousness to do the business in sustainable thai society. The research was the postmodernism and qualitative methodology with deciphering as the guideline for most descriptive and analytical purposes by using 11 key informants from purposive selection. The study tools would be in-depth interview and participatory observation by using phenomenological approach and decode of discourse on startup management informants by using narrative approach.

Based on the findings found the ideologies that adhered the managing startup business issues to be the leader of the outstanding business performance, learn new technology, do business for success quickly by not too much relying on financial support sources that compared a new discourse says **Jack who made a giant capitalist with high power fall down proudly**. For the power support, there were deep experts, using world wide social media and after sales service concept for customer trust that made a new experience and compared the discourse says **Miniature Business, Excellent idea, wizard management**. Approach the globalization from the findings came from core new experiences by doing

difficult counterfeit products, make alliances with major capitalists/multinationals to be a new experience that compared a new discourse says **Fast fish eat big fish** startup entrepreneurs become **Small fish, nimble, courageous, aggressive, grazing fish eat big fish**. The last findings focused on supporting from government in accelerative force continuously as follows 1) “Stability, Prosperity, Sustainability from government’s policy. 2) Government subsidization. 3) Speed up knowledge and skills on implementation. 4) Sending a team of consultants who give advice to follow the strict ideological that compared the discourse says “**In term of Talent entrepreneur must be a good man and knowledge of moral merit**” to make sustainable startup business.

Based on the findings found the practices on power of knowledge, decode the discourse of startup business entrepreneurial management in Thailand 4.0: 1) Monopolized production by patents. 2) Produce products to meet customer satisfaction continuously. 3) Create a customer experience to buy quality products to fulfill the missing of the pain point. Based on the findings found the ways to create new entrepreneurs becoming experts require the government side cope with: 1) 1 year and 5 years training and development plan. 2) Provide consultant to advice startup entrepreneurs to create a successor continuously to work and business and concrete action that we mention in **Smart Thai Entrepreneur in Thailand 4.0** or In English version cited for **Being a Talented Man (BATMAN)**.

Keywords: Decode Business Management, Startup Entrepreneurs, Thailand 4.0

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอุดมการณ์การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เป็นผู้ดำเนินนวัตกรรมในธุรกิจสตาร์ทอัพรองรับประเทศไทย 4.0 2) ศึกษาถึงภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมจากผู้ประกอบการสตาร์ทอัพและอำนาจความรู้ของวาทกรรมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในยุคประเทศไทย 4.0 และ 3) ศึกษาแนวทางการสร้างผู้ประกอบการสตาร์ทอัพให้มีจิตสำนึกที่ดีในการประกอบธุรกิจของไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างยั่งยืน เป็นการวิจัยแบบบุคคลหลังนวมัยใช้วิธีวิทยาเชิงคุณภาพด้วยการถอดรหัสเป็นแนวทางในการอธิบายและวิเคราะห์ให้ได้ประโยชน์มากที่สุดโดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 11 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยใช้ปรากฏการณ์วิทยา และถอดรหัสทางวาทกรรมจากผู้ให้ข้อมูลหลักธุรกิจสตาร์ทอัพแสดงออกแบบบรรยาย

จากผลการวิจัยที่พบว่า อุดมการณ์ยึดมั่นการจัดการธุรกิจสตาร์ทอัพและสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เป็นผู้ดำเนินนวัตกรรมประกอบด้วย การจัดการกับธุรกิจให้แตกต่างอย่างโดดเด่นเรียนรู้ด้านเทคโนโลยีใหม่

มีแนวคิดผลิตสินค้ารวดเร็ว โดยไม่พึ่งแหล่งเงินทุนมากเกินไป เปรียบวาทกรรมนี้ว่า “**แจ๊คผู้ล้มนายทุนยักษ์ใหญ่ทรงพลังได้อย่างน่าภาคภูมิใจ**” โดยมีอำนาจสนับสนุนที่เกิดจากความชำนาญเชิงลึกในธุรกิจสินค้าโดดเด่นมีคุณภาพด้วยต้นทุนต่ำ ใช้สื่อทางสังคมทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้าง มีแนวคิดให้บริการหลังการขายสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า ทำให้พบประสบการณ์ใหม่ทางวาทกรรมนี้ว่า “**ธุรกิจจิว ความคิดแจ้ว บริหารแบบผู้เชี่ยวชาญ**” ในงานวิจัยนี้พบความจำเป็นที่ต้องพึ่งพาโลกาภิวัตน์โดยสินค้าลอกเลียนแบบยาก สร้างสินค้าแตกต่างอย่างสิ้นเชิง สร้างพันธมิตรกับนายทุนใหญ่/บริษัทข้ามชาติ เป็นประสบการณ์ใหม่ดังวาทกรรมที่ว่า “**ปลาเร็วกินปลาใหญ่**” มีการปรับเปลี่ยนแนวคิดสู่ “**ปลาเล็กวงไวกล้ำหาญอุกอาจ ทะเลลึกกัดกินปลาใหญ่จนสิ้นซาก**” สุดท้ายผลการวิจัยพบอีกว่ารัฐบาลจะต้องเร่งผลักดันและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง คือ 1) ยึดนโยบายรัฐ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน 2) ภาครัฐบาลให้ทุนสนับสนุน 3) ภาครัฐบาลเร่งเพิ่มพูนความรู้และทักษะสู่การลงมือปฏิบัติ 4) มีทีมที่ปรึกษาให้คำแนะนำที่ยึดมั่นตามอุดมการณ์อย่างมุ่งมั่นโดยมีวาทกรรมที่ว่า “**ในความเก่งของผู้ประกอบการจะต้องเป็นคนดีที่มีความรู้คู่คุณธรรม**” เพื่อประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างยั่งยืน

ส่วนภาคปฏิบัติพบว่า อำนาจความรู้สามารถถอดรหัสทางวาทกรรมที่ว่า 1) ผู้ขาดผลิตสินค้าเพียงผู้เดียวด้วยการจดสิทธิบัตร 2) ผลิตสินค้าตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่องและดูแลสิ่งแวดล้อมชุมชน 3) สร้างประสบการณ์ให้ลูกค้าซื้อสินค้าคุณภาพจากจุดบกพร่องที่ลูกค้ารู้สึกได้ (Pain Point)

สำหรับแนวทางการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เป็นผู้เชี่ยวชาญจำเป็นต้องอาศัยภาครัฐบาล คือ 1) แผนอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการระยะเวลา 1 ปีและ 5 ปี 2) จัดที่ปรึกษาให้คำแนะนำการสร้างทายาทต่อเนื่องในงานและธุรกิจและลงมือปฏิบัติ**เเก่รอบด้านในยุคประเทศไทย 4.0** กล่าวในภาษาสากลว่า “**Being A Talented Man**” (BATMAN)

คำสำคัญ : ถอดรหัสการประกอบการธุรกิจ ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ประเทศไทย 4.0

บทนำ

ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจใหม่เกิดขึ้นในประเทศไทยเพิ่มจำนวนมากขึ้นหลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจฟองสบู่แตก และในปี 2554 เกิดอภิมหาน้ำท่วมรอบชายขอบกรุงเทพมหานคร อุตสาหกรรมได้รับความเสียหายอย่างมาก และปี 2557 ภาวการณ์ผลิตที่ขาดการวิจัยและพัฒนาทำให้ไม่สามารถปรับตัวรองรับความผันผวนในตลาดโลกได้ทันเวลา ซึ่งนักวิจัยทางด้านสถาบันการเงินยืนยันว่าจะต้องใช้ระยะเวลานานจึงจะทำให้ภาคปฏิบัติการของอุตสาหกรรมไทยมีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของรัฐบาลยุคปัจจุบันที่ต้องการให้ประเทศไทย “**มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน**” (Division of Research Administration and Educational Quality Assurance, 2016) เพื่อให้ก้าวทันทั่วโลกเข้าสู่ยุค 4.0 ตั้งแต่ปี 2559 ส่งผลให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมจำเป็นต้องปรับตัวทันการแข่งขันระดับโลก โดยภาครัฐมีบทบาทสำคัญสนับสนุนผู้ประกอบการกลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด เพื่อให้สามารถปรับตัวในโครงสร้างพื้นฐานได้ ความท้าทายยุคประเทศไทย 4.0 เปิดโอกาสที่ดีแก่ผู้ประกอบการไทยรุ่นใหม่และรุ่นอนาคตที่ต้องการสร้างธุรกิจใหม่ ๆ ซึ่ง

Apiradi Tantaraporn (2017) กล่าวว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นธุรกิจเดียวที่ทุกฝ่ายให้ความสำคัญว่าจะพึ่งพาได้ในสถานการณ์เร่งด่วนและคาดการณ์ว่าจะสามารถรับมือได้ดีกับยุคประเทศไทย 4.0 ที่ต้องเผชิญหน้ากับคู่แข่งทั้งทางธุรกิจระดับสากล (Department of Business Development Ministry of Commerce, 2017)

ปรากฏการณ์ประเทศไทย 4.0 เริ่มตั้งแต่ปี 2560 รัฐบาลยุคปัจจุบันวางแผนปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม พัฒนาบุคลากรให้ใช้เครื่องมือทันสมัยรวมถึงปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานรูปแบบใหม่ให้มีความรวดเร็วด้วยศักยภาพขีดความสามารถของคนเก่ง (Talent Employee) ก่อให้เกิดการสร้างอุดมการณ์แห่งรัฐแก่ผู้ประกอบการให้เร่งปรับตัวอย่างเต็มกำลังเพื่อให้ธุรกิจอยู่ในยุคประเทศไทย 4.0 อย่างมั่นคงและสามารถขอทุนสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามสิ่งที่มองอย่างฉาบฉวยในยุคประเทศไทย 4.0 นี้แฝงตัวด้วยอำนาจทุนนิยมทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและรายย่อยอย่างสตาร์ทอัพมีความเชื่อว่าจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้จำเป็นต้องยินยอมต่ออำนาจทุนนิยมและอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีเงินทุนด้านการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ทำให้สามารถครอบครองส่วนแบ่งการตลาดทุกพื้นที่ โดยเฉพาะสังคมโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดปัญหาทุนนิยมเข้ามากดทับ ปิดบัง กีดกันและทำลายการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ไม่ยอมรับโลกยุคโลกาภิวัตน์ โดยนายทุนใหญ่และบริษัทข้ามชาติเข้ามาแทรกแซงและครอบงำจัดการธุรกิจทางด้านการรับรู้ข่าวสารเข้าถึงผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและทั่วถึงทุกพื้นที่ด้วยอำนาจแห่งทุนนิยม รวมทั้งการเข้ามาอย่างรวดเร็วของธุรกิจข้ามชาติรายใหญ่อจำนวนมากเพื่อสร้างธุรกิจและขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองระดับโลกเป็นการแสวงหาประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีจัดการข้อมูลอย่างไร้ขอบเขตจนผู้ประกอบการไทยรายย่อยอยู่ไม่ได้ เนื่องจากอำนาจความรู้ อำนาจทุนมหาศาลทำให้ผู้ประกอบการไทยติดกับดักปลาใหญ่กินปลาเล็ก (Narin Sungrugsa and group, 2007)

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยต้องการถอดรหัสด้วยการศึกษาเบื้องต้นการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการไทยรุ่นใหม่ภายใต้กรอบแนวคิดยุคประเทศไทย 4.0 และถอดรหัสด้วยการศึกษาภาคปฏิบัติว่าทฤษฎีเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพผ่านการบรรยาย (Narrative Approach) สะท้อนออกมาในรูปแบบธุรกิจสตาร์ทอัพกับการสร้างผลสำเร็จอย่างยั่งยืนได้จริงหรือไม่? ด้วยวิธีใด? ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่มีข้อมูลข่าวสารกระจายความรู้ด้านการสร้างตราที่ยี่ห้อ การรับรู้ตัวสินค้าหรือการบริการของอุตสาหกรรมรายใหญ่และบริษัทข้ามชาติที่มีทุนสูงกว่าในรูปแบบของการลอกเลียนแบบทั้งความคิดและการลงมือปฏิบัติทางด้านเทคโนโลยียุคประเทศไทย 4.0 สร้างแบบแผนทำให้เกิดการยอมรับอย่างไม่เต็มใจ ในที่สุดวิสาหกิจชุมชนหรือธุรกิจเล็ก ๆ ไม่สามารถอยู่รอดได้ในสังคมดังกล่าว นอกเหนือจากการศึกษาอุดมการณ์แนวคิด แนวทางภาคปฏิบัติ คณะผู้วิจัยต้องการศึกษาและค้นหาแก่นแท้ของแนวความคิดสะท้อนปรากฏการณ์ที่จะนำมาเป็นประโยชน์สร้างผู้ประกอบการไทยรองรับยุคประเทศไทย 4.0 อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอุดมการณ์การประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมในธุรกิจสตาร์ทอัพรองรับยุคประเทศไทย 4.0

2. เพื่อศึกษาถึงภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมจากผู้ประกอบการสตาร์ทอัพและอำนาจความรู้ของวาทกรรมผู้ประกอบการสตาร์ทอัพยุคประเทศไทย 4.0
3. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างผู้ประกอบการสตาร์ทอัพให้มีจิตสำนึกที่ดีในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพของไทยเพิ่มมากขึ้นอย่างยั่งยืน

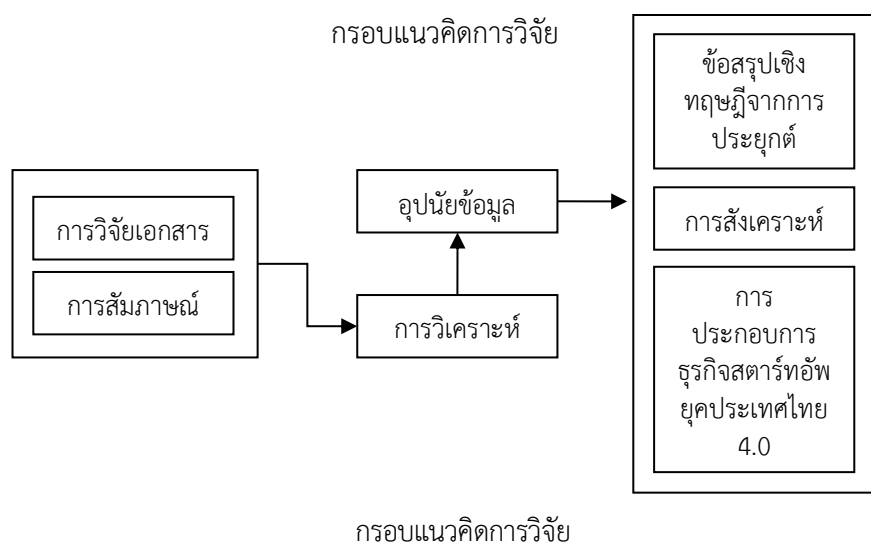
ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา คณะผู้วิจัยศึกษาและวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย บทความวาทกรรมต่างประเทศและในประเทศเกี่ยวข้องกับความสำเร็จของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ (Wapshott, 2017) และแนวทางการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ด้วยภาคปฏิบัติทางวาทกรรมโดยใช้แนวคิดของฟูโกต์ (Foucault, 1980)

ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก งานวิจัยนี้กำหนดขอบเขตผู้ประกอบการในการทำวิจัยแบบหลังนวมัยเชิงคุณภาพและเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจงที่มีประสบการณ์ด้านธุรกิจสตาร์ทอัพไม่น้อยกว่า 6 เดือน ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการ 3 คน (ขนาดใหญ่ 1 คน ขนาดกลาง 1 คน และขนาดเล็ก 1 คน) 2) หัวหน้างาน 3 คน 3) ลูกค้า 2 คน 4) ที่ปรึกษาธุรกิจโครงการช่วย SME 1 คน 5) หัวหน้างานโครงการ Startup กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 1 คน 6) หัวหน้าฝ่ายดำเนินการสิทธิบัตรการออกแบบจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ 1 คน รวมทั้งหมด 11 คน ให้ข้อมูลจนอิ่มตัว (Saturated Data) (Narin Sungrugs, 2016)

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของไทยยุค 4.0 เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยได้พัฒนาเป็นกรอบแนวคิด ดังแสดงในภาพที่ 1



วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ

ธุรกิจสตาร์ทอัพเกิดขึ้นจากบริบทกระบวนการทางเศรษฐกิจ สังคมและการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรม เพื่อรองรับต้นทุนต่ำแต่สามารถทำผลกำไรได้สูง โดยขับเคลื่อนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมจากผู้ประกอบการที่มีแนวคิดหลังจากเกิดวิกฤติเศรษฐกิจรุนแรงที่ผ่านมาแต่ละรอบ (Chaston & Sadler-Smith, 2012) ผลักดันให้เกิดธุรกิจสตาร์ทอัพเพิ่มมากขึ้นจากการสนับสนุนของรัฐบาล เพื่อความอยู่รอดและยั่งยืนในการประกอบธุรกิจทำให้ผู้ประกอบการจะต้องมีแนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์และพัฒนากระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ประหยัดต้นทุน ซึ่งผู้ประกอบการสตาร์ทอัพเองจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีอย่างเหมาะสม

2. แนวคิดเกี่ยวกับยุคประเทศไทย 4.0

โมเดลการพัฒนาประเทศไทย 4.0 มีวิวัฒนาการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ประเทศไทยยุค 1.0 เป็นยุคเกษตรกรรมนำผลผลิตขายสร้างรายได้และยังชีพ ประเทศไทยยุค 2.0 ยุคอุตสาหกรรมเบาใช้เครื่องมือในการผลิตสินค้า เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า เครื่องดื่ม ส่วนประเทศไทยยุค 3.0 ยุคอุตสาหกรรมหนักใช้เทคโนโลยีจากต่างประเทศผลิตและส่งออกสินค้า เช่น เหล็กกล้า รถยนต์ ก๊าซธรรมชาติ ปูนซีเมนต์ อุตสาหกรรมไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ผกผันกับปัจจุบันซึ่งถดถอยเหลือร้อยละ 3 - 4 ต่อปีเท่านั้น ทำให้รายได้รวมของประเทศไทยอยู่ในช่วงรายได้ปานกลางนานกว่า 20 ปี ในขณะที่มีการแข่งขันสูงมากขึ้นในระดับโลก ประเทศไทยจึงต้องเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่เป็นยุคอุตสาหกรรม 4.0 (Ministry of Industry 2016) ซึ่งรัฐกำหนดเป้าหมายยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยในอนาคตระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ภายใต้วิสัยทัศน์ “มุ่งสู่อุตสาหกรรมขับเคลื่อนด้วยปัญญาและเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก” มอบหมายให้กระทรวงอุตสาหกรรมรับผิดชอบตั้งแต่เดือนตุลาคม 2559 เป็นต้นไป

3. แนวคิดเกี่ยวกับการอภิปรายความ (Discourse)

คณะผู้วิจัยยึดหลักตามแนวคิดของฟูโกต์ (Foucault, 1980) วาทกรรม หมายถึง ระบบและกระบวนการสร้างผลิต (Constitute) อัตลักษณ์ (Identity) และความหมายสำคัญ (Significance) แก่สรรพสิ่งต่าง ๆ ในสังคม ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความจริง อำนาจ หรือตัวตนของเรา และมีหน้าที่ตรึงสิ่งที่สร้างขึ้นมาให้ดำรงอยู่ เป็นที่ยอมรับแก่สังคมวงกว้างจนกลายเป็นวาทกรรมหลักเกิดขึ้นในสังคม ซึ่ง Chairat Charoensinolan (2000) กล่าวว่า วาทกรรมจะเป็นตัวกำหนดกฎเกณฑ์ เงื่อนไข และกลไกต่าง ๆ โดยจะกำหนดการดำรงอยู่ การเปลี่ยนแปลงควบคู่กับสิ่งที่สังคมสร้างขึ้น ในความคิดของฟูโกต์นั้นเป็นเรื่องการใช้อำนาจและความรุนแรงเข้าไปบังคับ และภาคปฏิบัติการของวาทกรรมว่าด้วยการต่อสู้ช่วงชิงอำนาจให้เหนือกว่าผู้อื่น (Hegemony) การกำหนดกฎเกณฑ์ ความสัมพันธ์กับบุคคล สถานที่ เหตุการณ์และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการสร้างรวมถึงการเก็บกด ปิดกั้นวาทกรรม หัวใจของวาทกรรมอยู่ที่การค้นคว้าด้วยวิธีการกระบวนการต่าง ๆ ในสังคมถูกทำให้กลายเป็นวัตถุเพื่อการศึกษา การวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) จะสนใจกฎเกณฑ์ที่เป็น

ตัวกำกับเพื่อตรวจสอบหรือสืบค้นอัตลักษณ์และความหมายของสิ่งที่ถูกตั้งคำถามว่าถูกสร้างขึ้นมาได้อย่างไร? มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง? เพื่อศึกษาทฤษฎีที่เป็นตัวกำหนด สร้างความหมายให้กับสิ่งที่ถูกตั้งคำถามนั้น ทำให้เห็นถึงโยงใยของความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคมที่สิ่งนั้นดำรงอยู่

4. แนวคิดเกี่ยวกับอุดมการณ์ อำนาจ โลกาภิวัตน์และบริษัทข้ามชาติ

อุดมการณ์ (Ideology) Merriam Webster (1828) พจนานุกรมอเมริกันกล่าวว่า อุดมการณ์ หมายถึง คุณลักษณะทางด้านความคิดเฉพาะบุคคล กลุ่มหรือวัฒนธรรมที่มีเหตุผลหรือทฤษฎีโครงสร้างทางการเมืองร่วมกัน โดยงานวิจัยนี้เกี่ยวข้องกับอุดมการณ์ของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในแนวคิดการประกอบธุรกิจแวดล้อมด้วยนายทุนใหญ่และบริษัทข้ามชาติ

อำนาจ (Power) ตามแนวคิดของฟูโกต์เป็นรูปแบบอำนาจ 2 ลักษณะ คือ 1) อำนาจเชิงบวก ในการเจรจา (Fine Power) และ 2) การใช้อำนาจบีบบังคับ (Force Power) ให้ผู้อื่นอยู่ภายใต้อำนาจ เช่น เป็นเจ้าชีวิต (Power up Life) เข้ามาด้วยรูปแบบเงินทุนเข้าครอบครองและยึดพื้นที่ด้านการตลาดทุกช่องทางด้วยนวัตกรรมทางด้านสื่อทางสังคม (Social Media) และเทคโนโลยีล้ำหน้า อิทธิพลทางความคิดของฟูโกต์สามารถนำมาตีความและประยุกต์ใช้หลากหลายปรากฏการณ์เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยอย่างมาก

โลกาภิวัตน์ เกิดขึ้นในทศวรรษ 1940 โลกาภิวัตน์ใช้อธิบายระบบทุนนิยม การสร้างอาณาจักรตัวแทนสมัยใหม่ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท Apple (I-Phone) ความเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารและปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตหรือชุมชนออนไลน์ (Aree Naipinit, Patarapong Kroeksakul, and Thongphon Promsaka Na Sakolnakorn, 2014) การเกิดขึ้นของ facebook.com ระบบโครงข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น IBM หรือ Microsoft ปรากฏการณ์ของกูเกิล (Google) ทุกคนในโลกสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ด้วยปลายนิ้วสัมผัสสืบค้นข้อมูลผ่านกูเกิลเพียงวินาที การประชุมทางไกลผ่านดาวเทียม (Voice Over Internet Protocol: VoIP) ส่งผลกระทบต่อมนุษย์และทางวัฒนธรรมอำนาจเศรษฐกิจจากประเทศพัฒนาครอบงำความคิดการแต่งกาย ทำให้บริโภคนิยมแพร่หลาย ผลที่ตามมาคือ

4.1 ระบบผูกขาดแบบไร้พรมแดนสามารถรับรู้ทั่วกันทั้งโลกปรากฏการณ์ทั้งโลกระบบเศรษฐกิจแบบใหม่เปลี่ยนกระบวนการผลิตใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาควบคุมการผลิตซึ่งใช้ระยะเวลาสั้นแก่วิถีการผลิตต้นทุนวัตถุดิบและขั้นตอนการผลิตทำให้มีราคาขายต่ำได้เปรียบทางการแข่งขัน หรือการย้ายฐานผลิตไปยังประเทศที่มีค่าแรงต่ำ เช่น ไทยย้ายฐานการผลิตรถยนต์วอลโว่ไปที่ประเทศอินโดนีเซีย เนื่องจากประหยัดต้นทุนการขนส่งและค่าแรงงานต่ำกว่าในประเทศไทย (Jitti Rasamethumachot, 2015) โดยที่นายทุนใหญ่สามารถผูกขาดการผลิตและราคาขายกดทับผู้ประกอบการรายย่อยจนต้องปิดกิจการหรือขายกิจการต่อให้กับนายทุนในที่สุด

4.2 ลักษณะการเกิดบริษัทข้ามชาติ/ทุนข้ามชาติบริษัทจากต่างประเทศเข้ามาทำธุรกิจเพื่อแสวงหาผลกำไรอย่างไร้พรมแดนในยุคธุรกิจโลกาภิวัตน์ โรงงานอุตสาหกรรมเปลี่ยนมาใช้ระบบการผลิตด้วยเทคโนโลยีขั้นสูงสามารถผลิตต่อเนื่อง 24 ชั่วโมง ระบบการเงินให้บริการเป็นแบบ 24 ชั่วโมง โดยใช้

อิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลให้บริษัทข้ามชาติกระจายอำนาจและยึดครองผลกำไรเป็นจำนวนมาก กระแสการแข่งขันทางการค้าและการแสวงหาตลาดรวดเร็วกลายเป็นลัทธิพาณิชย์นิยม (Mercantilism) ผูกขาดอำนาจและผลประโยชน์ซับซ้อนด้วยเทคโนโลยีทันสมัย จำเป็นต้องสร้างพันธมิตรทางธุรกิจแทนการแข่งขันแบบเดิม เป็นวิธีการจัดการของอุตสาหกรรมขนาดกลาง และเล็กสามารถอยู่รอดได้ด้วยการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ (Chumpol Techakraisri, 2016)

5. แนวการนำเสนอแบบบรรยาย (Narrative Approach) Sandelowski (1991:162) กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการบรรยายด้านข้อมูลเป็นข้อเท็จจริงจากเจ้าของเรื่องในรูปแบบประสบการณ์และเหตุการณ์ส่วนตัวทำให้เกิดความหมายในเรื่องที่บรรยาย และนำความเป็นตัวตน สิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในช่วงเวลาที่ผ่านมามาก่อให้เกิดสัมพันธภาพระหว่างการบรรยายและผู้ฟังโดยไม่มีการขัดจังหวะระหว่างการบรรยายเรื่องราวเป็นสิ่งที่มนุษย์สามารถติดตาม ไขข้อความจริง และเรียนรู้จากเรื่องที่บรรยายได้ และสร้างระบบการเรียนรู้ขององค์การก่อให้เกิดการสร้างแรงบันดาลใจจากประสบการณ์เรื่องที่แบ่งปันแก่ผู้ฟังอย่างหมดเปลือก (Agar & Hobbs, 1982)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นแบบหลังนวยสมัย (Postmodernism) คณะผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาเชิงคุณภาพ ด้วยเครื่องมือการวิเคราะห์วาทกรรม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แนวคำถามการวิจัยได้มาจากการทบทวนเอกสารแนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว (Wilai Phungphol and Viroj Jadesadalug, 2018) อำนาจการจัดการสอดคล้องกับยุคประเทศไทย 4.0 การบันทึกภาคสนาม (Field Note) และตัวผู้วิจัยในฐานะเป็นเครื่องมือสำคัญในงานวิจัยเชิงคุณภาพ การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ข้อมูลวิชาการ ทฤษฎี เอกสารเกี่ยวข้องสามารถทำการวิเคราะห์ด้วยบท (Texts) ด้วยการถอดรหัสเป็นแนวทางในการอธิบายและวิเคราะห์ให้ได้ประโยชน์มากที่สุด โดยกำหนดขอบเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ระยะเวลาตั้งแต่เมษายน - มิถุนายน 2560 และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อให้สามารถถอดรหัสข้อมูลเชิงลึกสำหรับสนับสนุนผู้ประกอบการล้มเหลวแต่สามารถเกิดความมุ่งมั่นเริ่มต้นใหม่จนธุรกิจประสบผลสำเร็จสู่ยุคประเทศไทย 4.0 อย่างเป็นรูปธรรมโดยใช้ปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological Approach) (Spiegelbert, H. 1965) หลังจากคณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จสิ้นและตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีตรวจสอบแบบสามเส้าประกอบด้วย 4 ลักษณะได้แก่ 1) การตรวจสอบสามเส้าด้วยวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methods Triangulation) 2) การตรวจสอบสามเส้าแหล่งข้อมูล (Triangulation of Source) ด้วยการสัมภาษณ์จากต่างกลุ่มโดยใช้ข้อมูลสัมภาษณ์เรื่องเดียวกัน เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจคนเดียวรูปแบบสตาร์ทอัพ ผู้ประกอบการขนาดใหญ่และลูกน้อง ผู้ประกอบการขนาดกลางและลูกน้อง ผู้ประกอบการขนาดเล็กและลูกน้อง หัวหน้าฝ่ายดำเนินการด้านทรัพย์สินทางปัญญา ลูกค้าและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง 3) การตรวจสอบสามเส้าคณะผู้วิจัยหรือผู้วิเคราะห์ (Analyst/Investigator Triangulation) คือ การเปลี่ยนตัวผู้วิจัยหลายคนเพื่อให้มีความมั่นใจด้านคุณภาพของผู้รวบรวมข้อมูล และ

4) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) เป็นการใช้แนวคิด ทฤษฎีหลากหลายตีความ เพื่อให้ความหมายข้อมูลทีวิเคราะห์ร่วมกับการตรวจสอบแบบหลากหลายเหลี่ยมมุม (Crystallization) เป็นการพิจารณาการเก็บรวบรวมข้อมูลรอบด้านทั้งคนภายในและตัวผู้วิจัย การวิเคราะห์ตัวบท (Text Analysis) และวิธีการวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) ตามหลักการแนวคิดของฟูโกต์ (Foucault, 1980) รวบรวมข้อมูลสร้างข้อสรุปเพื่อวิเคราะห์ให้พบเห็นอุดมการณ์ อำนาจ ความรู้ในการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ และภาคปฏิบัติการวาทกรรมการจัดการธุรกิจผ่านอำนาจความรู้ยุคประเทศไทย 4.0 (Jansick, 2000:39-392)

คณะผู้วิจัยใช้แนวทางการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและขออนุญาตบันทึกเทปโดยใช้ตัวผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักที่ผ่านการตรวจสอบแล้วแล้วจึงวิเคราะห์ผลลัพธ์ คณะผู้วิจัยใช้แนวทางคำถามที่ใช้ในเครื่องมือนี้ ดังนี้ ข้อ 1 ภาพรวมของที่มาความรู้ในการประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นอย่างไร? ข้อ 2 ท่านคิดว่าอำนาจและความรู้ด้านการประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพคืออะไร ข้อ 3 ธุรกิจประเภทนี้เข้ามาในอุตสาหกรรมของท่านได้อย่างไร? ข้อ 4 แนวทางใดบ้างที่ท่านคิดว่ามีอิทธิพลต่อการสร้างความสำเร็จในธุรกิจนี้มากที่สุด? ข้อ 5 ท่านคิดว่าการประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพมีอิทธิพลต่อประเทศไทย 4.0 อย่างไร? ข้อ 6 ท่านคิดว่าการปรับตัวให้สอดคล้องกับยุคประเทศไทย 4.0 ช่วยธุรกิจของท่านได้หรือไม่ เพราะอะไร? 6.1) ท่านมองระบบปลาใหญ่ ปลาเล็กอย่างไร? 6.2) การสร้างอุดมการณ์ในอาชีพนี้ 6.3) การสร้างผู้เชี่ยวชาญ 6.4) การสร้างสรรค์ 6.5) อำนาจของความรู้ 6.6) การกำหนดกฎเกณฑ์ ระเบียบต่าง ๆ 6.7) ผลประกอบการเป็นอย่างไร 6.8) ปัจจัยความสำเร็จหรือความล้มเหลวเกิดจากอะไร? ข้อ 7 ท่านคิดว่าธุรกิจสตาร์ทอัพจะอยู่รอดในยุคประเทศไทย 4.0 อย่างยั่งยืนได้อย่างไร? และข้อ 8. ปัญหาและคำแนะนำเกี่ยวกับการประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพยุคประเทศไทย 4.0

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ เป็นการถอดรหัสทางวาทกรรมด้านการจัดการของผู้เกี่ยวข้องกับทางด้านธุรกิจสตาร์ทอัพจากการวิจัยพบประเด็นสำคัญของที่มาของอุดมการณ์ อำนาจ โลกาภิวัตน์และนายทุนหรือบริษัทข้ามชาติ เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพ และภาคปฏิบัติการอำนาจความรู้ ถอดรหัสวาทกรรมการจัดการธุรกิจผู้ประกอบการสตาร์ทอัพตามบริบทสังคมยุคประเทศไทย 4.0 คือ

1. อุดมการณ์ อำนาจ โลกาภิวัตน์และนายทุนหรือบริษัทข้ามชาติ

อุดมการณ์เกี่ยวกับที่มาของการประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ

ถอดรหัสอุดมการณ์การจัดการธุรกิจจากผลการวิจัยที่พบว่า การประกอบธุรกิจนี้จะต้องมีประสบการณ์จริง มีความมุ่งมั่นและอุดมการณ์จัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ดังนี้ 1) ค้นหาข้อมูลและเรียนรู้ให้มีความรู้มากขึ้นเพื่อให้สามารถบริหารธุรกิจนั้นให้มีความแตกต่างอย่างโดดเด่น 2) เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ และสื่อทางสังคม (Social Media) ทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเชิงลึก 3) มีอุดมการณ์มุ่งมั่นทำธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จอย่างรวดเร็ว 4) หยุดความท้อแท้และสิ้นหวังจากทัศนคติเชิงลบปรับเปลี่ยนเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางด้านสินค้าหรือบริการนวัตกรรม 5) มีแนวคิดทำให้กระบวนการ

ผลิตมีความรวดเร็ว 6) มีมุมมองใหม่โดยไม่พึ่งแหล่งเงินทุนสนับสนุนมากเกินไปจนทำให้ธุรกิจเสียหายจากการบีบบังคับอย่างไร้จริยธรรมของนายทุน แต่จะต้องแสดงความกล้าหาญทางด้านความคิดสร้างสรรค์และลงมือปฏิบัติให้เป็นจริงอย่างรวดเร็วสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่รวดเร็วมาก 7) ยึดอุดมการณ์ที่จะทำให้สินค้านวัตกรรมออกสู่ตลาดอย่างรวดเร็วที่สุดแข่งหน้าคู่แข่งบริษัทข้ามชาติ เช่น จีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกาเป็นต้น คณะผู้วิจัยสรุปประเด็นอุดมการณ์การจัดการธุรกิจสตาร์ทอัพที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ จัดการกับระบบการผลิตสินค้าใหม่ตอบสนองผู้บริโภคลักษณะเกินความคาดหวังของลูกค้าว่าสามารถเป็น**เจ้าผู้ล้นนายทุนยักษ์ใหญ่ทรงพลังได้อย่างน่าภาคภูมิใจ**

อำนาจ (Power) อำนาจของผู้ประกอบการเป็นเรื่องอุดมการณ์เฉพาะตัวมีมุมมองความรู้สึกเชิงบวกจากการวิจัยพบว่าอำนาจในธุรกิจสตาร์ทอัพจะต้องมีสิ่งต่อไปนี้ 1) อำนาจและความรู้จากการฝึกทักษะจนมีความชำนาญสูง 2) อำนาจที่จะสร้างสินค้า/บริการโดดเด่นด้วยต้นทุนต่ำ 3) สร้างอำนาจและแนวคิดโดยใช้สื่อทางสังคมกระจายข่าวสารสรรพคุณสินค้าอย่างซื่อสัตย์ก่อนใคร เป็นการสร้างอำนาจเทียบเคียงกับนายทุนใหญ่และบริษัทข้ามชาติได้ 4) อำนาจด้านความอดทนและมุ่งมั่นไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค (Passion) โดยนำจุดเด่นทางด้านความคล่องตัวเป็นแรงขับเคลื่อนที่ไม่ต้องลงทุนด้วยงบประมาณสูงมาก โดยจะแตกต่างจากนายทุนมหาอำนาจจะมีความเสี่ยงมาก เช่น Apple บริษัทเล็กในอดีตสามารถล้มยักษ์ใหญ่อย่างโนเกียได้และก้าวขึ้นสู่อันดับหนึ่ง 5) อำนาจจากการมีบริการหลังการขายสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า **คณะผู้วิจัยตระหนักในประสบการณ์ใหม่สรุปอำนาจที่ถูกสร้างขึ้นในการบริหารจัดการนี้ว่า “ธุรกิจจิว ความคิดแจ้ว บริหารแบบผู้เชี่ยวชาญ”**สามารถสร้างอำนาจแก่คู่แข่งชั้นให้สยบยอมด้วยการเปลี่ยนแปลงแนวทางสมัยใหม่อย่างน่าเกรงขาม

โลกาภิวัตน์ ผู้ประกอบการสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยยึดอุดมการณ์สร้างความสำเร็จในยุคโลกาภิวัตน์ ดังนี้ 1) ทำให้การลอกเลียนแบบสินค้า/บริการยากลำบากมากขึ้นในโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่เลียนแบบได้อย่างรวดเร็ว 2) จดลิขสิทธิ์ความเป็นเจ้าของสิทธิ์ผู้เดียวในสินค้านั้นเร็วที่สุดมีอาจปลอมแปลงสินค้า/บริการและหากละเมิดจะผิดกฎหมายและจรรยาบรรณการทำธุรกิจก่อให้เกิดความอับอาย เสียหายและถึงขั้นรุนแรงทั้งจำคุกและปรับค่าเสียหายด้วยเงินจำนวนมาก 3) เจรจาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจและคู่ค้าที่ดีต่อกันกับบริษัทข้ามชาติ เพื่อเรียนรู้วิธีการทำงานและใช้ความรู้เปลี่ยนแปลงขั้นตอนการผลิตจะสามารถลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตให้ก้าวหน้าได้ 4) แยกตัวผลิตสินค้าของตัวเองแข่งหน้าได้ด้วยความคิดใหม่ๆ ที่จะต้องคิดเร็ว ผลิตเร็ว ต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งชั้นคณะผู้วิจัยตระหนักถึงอุดมการณ์ทางวาทกรรมว่า **“ปลาเร็วกินปลาใหญ่”** และไม่เกรงกลัวบริษัทข้ามชาติแบบ **“ปลาเล็กวงไวกล่าหาญอุกอาจทะเล็มกัดกินปลาใหญ่จนสิ้นซาก”**

รัฐบาลเป็นผู้กระตุ้นให้ผู้ประกอบการสนใจและยึดอุดมการณ์ในการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างมุ่งมั่น ดังนี้ 1) ยึดอุดมการณ์จากนโยบายรัฐบาล **“มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน”** 2) รัฐบาลผลักดันและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเกิดการเปลี่ยนแปลงและมีอุดมการณ์แสวงหาแนวทางใหม่ ๆ ให้เกิดผลสำเร็จ โดยสนับสนุน

เงินทุนอย่างเป็นรูปธรรมเรียกว่า คุปองนวัตกรรม 3) รัฐเปิดอบรมทักษะผู้ประกอบการใหม่ด้านไอเดียสร้างสรรค์และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์คุ้มค่า 4) รัฐจัดทีมที่ปรึกษาเป็นพี่เลี้ยงเข้าไปให้คำแนะนำแบบตัวต่อตัว การวิจัยนี้พบว่ารัฐมุ่งสนับสนุนให้สตาร์ทอัพสร้างรายได้เท่านั้น ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักตำแหน่งที่ปรึกษาให้ความคิดเห็นว่าเป็นฐานที่ปรึกษาผู้ใกล้ชิดกับผู้ประกอบการ จำเป็นต้องให้ความรู้และคำปรึกษาด้านการประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรมคุณธรรมควบคู่กับการสร้างยอดขายยุคประเทศไทย 4.0 คณะผู้วิจัยตระหนักถึงอุดมการณ์ทางวาทกรรมที่ว่า “ในความเก่งของผู้ประกอบการต้องเป็นคนที่มีความรู้คู่คุณธรรม”

2. ภาคปฏิบัติการอำนาจความรู้ ถอดรหัสวาทกรรมการจัดการธุรกิจผู้ประกอบการสตาร์ทอัพตามบริบทสังคมยุคประเทศไทย 4.0

2.1 ถอดรหัสการเปลี่ยนแปลงอุดมการณ์ใหม่สู่ภาคปฏิบัติ จากการวิจัยภาคปฏิบัติพบว่าผู้ประกอบการรุ่นใหม่ส่วนใหญ่มีแนวคิดและการลงมือปฏิบัติแตกต่างจากอดีต และเชื่อสิ่งใหม่ว่ายุคนี้ปลาเล็กจะสามารถช่วงชิงตลาดได้หากลงมือผลิตสินค้าแตกต่างอย่างโดดเด่น ผลิตออกมาได้รวดเร็ว ขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาไว้มาก่อนจะสามารถเอาชนะบริษัทข้ามชาติได้ โดยมีรัฐบาลอยู่เบื้องหลังสนับสนุนอำนวยความสะดวกให้สินค้าหรือบริการใหม่ๆ นั้นได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นเจ้าของสิทธิ์ผู้เดียวระยะเวลานานถึง 10 ปีตามกฎหมายการถือครองทรัพย์สินทางปัญญา คณะผู้วิจัยตระหนักในประสบการณ์ใหม่ทางวาทกรรม การลงมือปฏิบัติที่ว่า “สตาร์ทอัพล้มยักษ์ได้เพราะมีสินค้าลอกเลียนแบบยาก ใครมีเงินทุนมหาศาลก็ไล่ตามไม่ทันเนื่องจากจดลิขสิทธิ์ผูกขาดสินค้าแต่ผู้เดียวระยะเวลานานถึง 10 ปี”

2.2 จากการวิจัยพบว่า สตาร์ทอัพจะต้องลงมือปฏิบัติผ่านช่องทางสังคมออนไลน์และช่องทางสังคม (Social Media) ให้เป็นที่ยอมรับและรู้จักจากประชาชน/ลูกค้าจำนวนมากบนหมิ่น/แสน ๆ รายขึ้นไปจะสามารถดึงดูดลูกค้าที่มีชื่อเสียงใช้สินค้าหรือบริการได้ (พลิกโฉมหน้าการผลิต ปฏิวัติโลกอุตสาหกรรม ครั้งที่ 4 (Industry 4.0, 2017)

2.3 ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับความสามารถในความมุ่งมั่น ไม่ท้อถอยหากยังไม่ประสบผลสำเร็จจึงเป็นอิทธิพลหลักที่จะเข้าสู่บริบทสังคมยุคประเทศไทย 4.0 ด้วยการคิดค้นและลงมือทำสิ่งใหม่ ๆ นั้นอย่างไม่ลดละ พร้อมกับไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน ประเด็นสำคัญในงานวิจัยพบเพิ่มเติมว่า ลูกค้าจะไม่ต้องซื้อสินค้าจากต่างประเทศที่มีราคาแพงอีกต่อไปจากความคิดและการสร้างสินค้านวัตกรรมต่อเนื่องตอบสนองผู้บริโภคด้วยสินค้ามูลค่าสูงขึ้นจากการปฏิบัติด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กัน

คณะผู้วิจัยตระหนักในประสบการณ์แปลกใหม่ว่าวาทกรรมที่ถูกสร้างขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงคือ “ธุรกิจสตาร์ทอัพเติบโตแบบกบกระโดดไกลอย่างชาญฉลาดทำให้ประเทศไทย 4.0 สู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนด้วยหัวใจของคุณธรรมตอบแทนธรรมชาติและสังคมอย่างแท้จริงของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ”

2.4 การปรับตัวให้สอดคล้องกับยุคประเทศไทย 4.0 สามารถสร้างผลสำเร็จด้วยการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่อไปนี้ 1) ยุคประเทศไทย 4.0 ต้องเป็นปลาเร็วที่มีคุณภาพแข่งหน้าปลาใหญ่ ผนวกกับหากผู้ประกอบการ

มีอุดมการณ์สร้างสรรค์จะสามารถกินปลาใหญ่ได้เหมือน Nokia กับ I-Phone หากธุรกิจใดไม่คิดแตกต่าง จะตายจากไปแบบผู้แพ้ หรือระบบธนาคารในอนาคตจะนำบริการผ่านมือถือใช้แทนพนักงานซึ่งถูกต้องกว่า และประหยัดต้นทุนกว่า สามารถลดจำนวนพนักงานเป็นจำนวนมาก พนักงานจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง แนวคิดและลงมือทำงานให้แตกต่างจากเดิมอย่างสร้างสรรค์ 2) ลดขั้นตอนการผลิตซับซ้อนลงเพื่อลดต้นทุน และผลิตได้อย่างรวดเร็ว 3) เติบโตด้วยเงินลงทุนของตนเอง มีอิสระที่จะทำงานสร้างสรรค์ตอบสนองความต้องการด้านความพึงพอใจของลูกค้า 4) รอบรู้ในธุรกิจตนเองอย่างลึกซึ้ง รู้กว้าง รู้ทุกเหลี่ยมและทุกมุม เพื่อนำไปประยุกต์และลงมือปฏิบัติได้จริงสามารถทำกำไรได้ในทุกช่องทางของธุรกิจ 5) ให้อิสระทางความคิด แก่พนักงานโดยยึดกรอบการทำงานหรือทฤษฎีด้านจริยธรรมคุณธรรมและตอบแทนคืนกำไรแก่สังคม 6) ผลประกอบการของธุรกิจสตาร์ทอัพ จำเป็นต้องใช้เวลารอสักระยะหนึ่ง เนื่องจากธุรกิจเพิ่งเริ่มต้นเพียงแค่ 6 เดือน หรือ 1 ปี จะอยู่รอดได้ด้วย ความจำเป็นที่จะต้องสร้างฐานข้อมูลลูกค้าและหาแนวทางให้ลูกค้าบอกต่อกันเพิ่มมากขึ้นบรรลุผลตาม เป้าหมายการประกอบธุรกิจ (Decode “Thailand 4.0” Create new economy Skip the middle income trap, 2016)

2.5 ผู้ประกอบการจะต้องเปลี่ยนแปลงจากจุดบกพร่องที่ลูกค้ารู้สึกได้ (Pain Point) ของลูกค้าที่มี ประเด็นปัญหาใกล้เคียงกันเป็นจำนวนมากนำข้อมูลมาคิดค้นสินค้าหรือบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้าได้ (Kotler, Hessekiel and Lee, 2012)

2.6 เกี่ยวข้องกับปัญหาและอุปสรรคในการจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพยุคสังคม ประเทศไทย 4.0 ถูกสร้างให้เกิดผลสำเร็จยั่งยืนจริงโดยการเปลี่ยนแปลง ดังนี้ 1) ผู้ประกอบการไม่มีความอดทนเพียงพอที่จะผลิตสินค้าใหม่ด้วยนวัตกรรมจนสำเร็จ 2) ผู้ประกอบการหาจุด Pain Point ของลูกค้ากลุ่มใหญ่ไม่พบ ทำให้ผลิตสินค้าเป็นแพ้นั้นมากไปตอบสนองลูกค้าที่เปื่อง่าย ธุรกิจจะไม่ยั่งยืน จากการวิจัยพบว่า ต้องทำธุรกิจอย่างมุ่งมั่นคำนึงถึงผลประโยชน์ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมรอบข้างของบริษัท ในการประกอบธุรกิจ จึงจะได้ชื่อว่าเป็น **Smart Startup Entrepreneur** ในสายตาประชาชนและสื่อทาง สังคม

3. แนวทางการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เป็นผู้เชี่ยวชาญ เพื่อการเจริญเติบโตและสามารถทำงาน ทดแทนกันได้ โดยให้มีคนเก่งสอนกันเองและทำระบบ Knowledge Management แบ่งปันความรู้และ ประสบการณ์ในการพัฒนาผู้ประกอบการให้เก่งและมีจิตสำนึกที่ดีในการประกอบธุรกิจเพิ่มมากขึ้นจะส่งผลต่อ การทำให้รายได้ GDP ของประเทศสูงขึ้น โดยจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงดังต่อไปนี้

3.1 ภาครัฐบาล

จากผลการวิจัยที่พบว่ากระทรวงพาณิชย์และกระทรวงอุตสาหกรรมจัดทำแผนการพัฒนา ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ดังนี้ 1) แผนการอบรมผู้ประกอบการใหม่อย่างต่อเนื่องทั้งระยะสั้น 1 ปี และ ระยะเวลา 5 ปี 2) ฝึกทักษะการประกอบธุรกิจแต่ละขั้นตอนโดยทีมที่ปรึกษาที่ผ่านการอบรมทักษะการ

เป็นที่ปรึกษาให้คำปรึกษาที่เรียกว่า คลินิกผู้ประกอบการ รัฐได้จัดทำต้นแบบการบ่มเพาะผู้ประกอบการสตาร์ทอัพโดยมีกิจกรรมประกวดนวัตกรรมของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพทุกปี 3) ส่งเสริมทักษะความรู้และการสร้างจิตสำนึกที่ดีของผู้ประกอบการคู่ขนานกับการสร้างผู้ประกอบการสตาร์ทอัพเพิ่มจำนวนมากขึ้น

3.2 ด้านผู้ประกอบการ

จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ประกอบการขนาดใหญ่และขนาดกลางให้ความสำคัญและลงมือปฏิบัติ ดังนี้ 1) สร้างทายาทสืบทอดจากตระกูลของตนเอง 2) พนักงานระดับหัวหน้างานและพนักงานปฏิบัติการ จะมีการสอนงานกันเป็นระบบ และทุกปีจะต้องมีคนเก่ง (Talent Management) เพิ่มขึ้นอย่างน้อย 1 - 2 คน ในแต่ละแผนกซึ่งกำหนดไว้ใน KPI ในทุกปี โดยฝ่าย HR จะทดสอบและประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่ผ่านโครงการ Talent Management และเก็บรายชื่อไว้ในระบบ Talent Employee หากองค์กรต้องการตำแหน่งสำคัญ ๆ จะนำรายชื่อผู้ผ่านหลักสูตรดังกล่าวส่งให้เจ้าของบริษัทหรือเจ้าของงานนั้นพิจารณาแต่งตั้งได้ทันที

3.3 ด้านลูกค้า

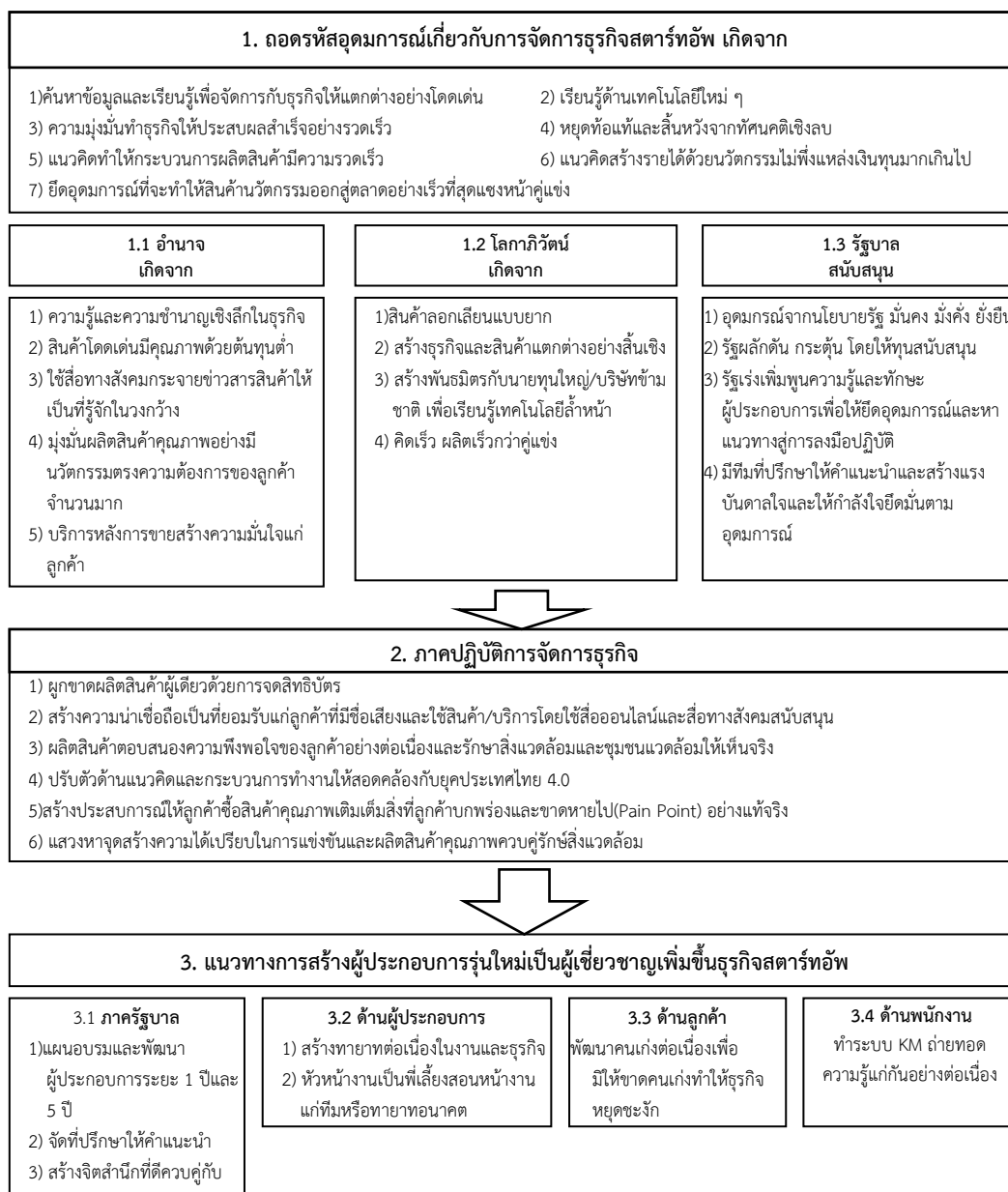
จากผลการวิจัยพบประเด็นสำคัญทางด้านการสร้างคนเก่งเพิ่มขึ้นเป็นสิ่งจำเป็น เพราะจะไม่เสี่ยงต่อการขาดแคลนบุคลากรโดยเฉพาะเจ้าของกิจการหากป่วยหนัก หรือเกิดอุบัติเหตุสูญเสียชีวิตจะไม่มีใครสานต่อธุรกิจ ซึ่งต้องพัฒนาและสร้างคนเก่งอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการสร้างคนเก่งจำเป็นต้องใช้เวลาและฝึกทักษะกันตลอดชีวิตเพื่อให้ธุรกิจหยุดชะงักส่งผลกระทบต่อลูกค้าที่ต้องการติดต่อทำธุรกิจกับบริษัทที่มีความมั่นคงและยั่งยืนเป็นระยะเวลานาน (Narin Sungrugsa and group, 2009)

3.4 ด้านพนักงาน

ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่าตนเองโชคดีที่ได้ทำงานอยู่กับบริษัทขนาดใหญ่ที่มีระบบการถ่ายทอดความรู้อย่างเป็นระบบประเภท Knowledge Management และผลักดันให้ก้าวหน้าด้วยการกำหนดการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบ ใช้ KPI วัดผลการปฏิบัติงานทำให้ทุกคนมีความกระตือรือร้นและทำงานอย่างเกิดประสิทธิภาพในการทำงาน (Supaporn Muaenlamai, 2013) ส่วนผู้ให้ข้อมูลระดับหัวหน้าทีมในธุรกิจขนาดเล็กกล่าวว่าเนื่องจากงานล้นมือ จึงไม่สามารถเรียนรู้และถ่ายทอดความรู้แก่นักสมาชิกในทีมได้ โดยเฉพาะพนักงานระดับปฏิบัติการต้องทำงานทุกอย่างล้นมือจึงไม่มีเวลาเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ต่อเนื่องได้

จากผลการวิจัยที่พบว่า ภาครัฐบาล ตัวผู้ประกอบการ ลูกค้า พนักงาน จะต้องร่วมมือกันเพื่อเสนอและกำหนดแนวทางการสร้างบุคลากรเป็นตัวแทน (Successor) อย่างเป็นระบบลักษณะถ่ายทอดแบบ Knowledge Management (KM) ให้สามารถศึกษาเรียนรู้ได้ตลอดเวลาและจัดทำทดสอบประเมินทักษะการปฏิบัติงานโดยหัวหน้างานทางภาคปฏิบัติจริง และกำหนดให้มีการกระตุ้นจิตใจให้รางวัลความดีความชอบแก่ผู้ที่พัฒนาตนเองให้ก้าวหน้าได้ตามกำหนดระยะเวลาที่บริษัทแจ้งไว้ ส่วนธุรกิจขนาดเล็กจำเป็นต้องจัดสรรเวลาสำหรับการสอนงานและเรียนรู้งานของพนักงานแต่ละระดับเพื่อสร้างและพัฒนาพนักงานให้เป็น

ผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจรองรับการเจริญเติบโตอนาคต (Waewdao Jongkolnee, 2016) ตามภาพที่ 2 การสรุปผลการวิจัยครั้งนี้



ภาพที่ 2 แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ของการถอดรหัสอุดมการณ์ ภาคปฏิบัติการจัดการธุรกิจ และแนวทางการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่

การอภิปรายผล

คณะผู้วิจัยได้ถอดรหัสจากการวิเคราะห์ตัวบท อุดมการณ์ อำนาจ โลกาภิวัตน์ แนวคิดของรัฐบาลด้านการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพยุคประเทศไทย 4.0 และภาคปฏิบัติที่เป็นอัตลักษณ์ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพบริบทประเทศไทย 4.0 ผลจากการวิจัยครั้งนี้พบว่า การสร้างอุดมคติใหม่เพื่อความ

อยู่รอดและได้เปรียบคู่แข่งขันในบริบทสังคมยุคประเทศไทย 4.0 โดยรัฐสนับสนุนจัดที่ปรึกษาที่ผ่านการฝึกอบรมอย่างดีให้คำปรึกษาและแนะนำเชิงลึก อบรมทักษะการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ยึดตรง ตอกย้ำ การดำรงอยู่ของวาทกรรมอุดมการณ์การจัดการของผู้ประกอบการ ภาครัฐปฏิบัติ และการพัฒนาผู้ประกอบการ รุ่นใหม่ให้เชี่ยวชาญด้านทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม และทักษะการสร้างจิตสำนึกที่ดีและจริยธรรมคุณธรรมในการประกอบธุรกิจเพื่อสร้างผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีคุณภาพเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากรองรับ ประเทศไทย 4.0

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า สำหรับภาคปฏิบัติการอำนาจความรู้ของวาทกรรมการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการสตาร์ทอัพยุคประเทศไทย 4.0 เกิดจากการแสวงหาความรู้เชิงลึก กว้าง ทุกเหลี่ยมทุกมุมและเสาะหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเพิ่มมากขึ้นจากการสนับสนุนของภาครัฐและนำสิ่งที่เรียนรู้ไปสร้างสินค้า/บริการตอบสนองความต้องการทั้งด้านความพึงพอใจและลดช่องว่างข้อบกพร่องที่เป็นปัญหาเรียกว่า Pain Point ของลูกค้า สอดคล้องกับการสร้างแนวทางด้านนวัตกรรมตรงความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และสอดคล้องกับแนวคิดวาทกรรมของฟูโกต์ (Foucault, 1980) กล่าวถึงอำนาจความรู้ทำให้เกิดการช่วงชิง การนำด้วยความรู้และแนวคิดแตกต่าง มีความเป็นเอกลักษณ์ และบดบัง ทำลายอำนาจทุนนิยมและบริษัทข้ามชาติ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถเอาชนะใจลูกค้าจนตัดสินใจซื้อสินค้าและกลับมาซื้อซ้ำ การสร้างความยั่งยืนจากการประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรมคุณธรรม คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าผลกำไร ลดปัญหาอุปสรรคสะสมจากความท้อถอยและไม่ลงมือทำสิ่งใหม่ก่อให้เกิดความล้มเหลวของธุรกิจ การทดลองทำต้นแบบ พิสูจน์และหาแนวทางลดความเสี่ยงที่จะขายสินค้าไม่ได้ การทดสอบก่อนการผลิตสินค้าและทำวิจัยค้นหาสิ่งที่จะเติมเต็มแก่ลูกค้าจนลูกค้ารู้สึกถึงความประทับใจที่ผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้า/บริการเกินความคาดหวังทำให้มั่นใจว่าลูกค้ามีความพึงพอใจและต้องการซื้อสินค้านั้น การหาประเด็นสร้างความได้เปรียบในการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและทำธุรกิจด้วยความประหยัด คณะผู้วิจัยสร้างวาทกรรมปรากฏตามบริบทสังคมยุคประเทศไทย 4.0 ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่า **“คิดใหญ่ใช้น้อยจะทำให้ได้กำไรมาก”** และปรับคุณลักษณะผู้ประกอบการให้มีความอดทนและมุ่งมั่นสูงที่จะทำผลงานให้สำเร็จให้จงได้ คณะผู้วิจัยสร้างวาทกรรมปรากฏตามบริบทสังคมยุคประเทศไทย 4.0 ว่า **ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ มุ่งมั่น ไม่ล้มเลิก ไม่สำเร็จอย่าหยุดทำ**

สุดท้ายจากผลการวิจัยที่ได้พบแนวทางการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ให้เป็นคนเก่งเพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นทายาททางธุรกิจทั้งจากทายาทในตระกูลหรือการฝึกทักษะอย่างเป็นระบบจากหัวหน้าทีมในธุรกิจขนาดใหญ่และกลาง ซึ่งจำเป็นต้องสร้างระบบการจัดการความรู้ หรือ KM และระบบพี่เลี้ยงสอนงานเพื่อทดแทนภาวะขาดงานทั้งที่ทราบและมีอาจทราบล่วงหน้าทั้งปัจจุบันและอนาคต อย่างไรก็ตามเจ้าของธุรกิจและหัวหน้าทีมในธุรกิจขนาดเล็กได้ให้ความสำคัญในเรื่องนี้แต่ยังไม่สามารถบริหารจัดการเป็นรูปธรรมได้เนื่องจากภาระหน้าที่งานที่ต้องทำปริมาณมากเพราะเพิ่งเริ่มเปิดกิจการและมีจำนวนพนักงาน 1-2 คนเท่านั้น จึงไม่สามารถจัดสรรเวลาที่จะให้พนักงานพัฒนาตนเองได้คณะผู้วิจัยตระหนักในประสบการณ์ใหม่ที่ว่าอุดมการณ์และภาคปฏิบัติ

อำนาจความรู้ของวาทกรรมการจัดการธุรกิจส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันกับทุนนิยมและบริษัทข้ามชาติสามารถเอาชนะใจลูกค้าจำนวนมากด้วยการปรับเปลี่ยนค่านิยมใหม่เป็น **ปลาเร็วแข่งปลาใหญ่และหากักตปลาใหญ่ทีละเล็กละน้อยอาจทำให้ปลาใหญ่ล้มตายไปจากธุรกิจ** ดังนั้นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ควรมีแนวคิดใหม่ตั้งแต่กระบวนการผลิตสินค้าเชิงนวัตกรรม มีระบบทดสอบความต้องการของผู้บริโภคก่อนผลิตจริงและจดลิขสิทธิ์เป็นผู้จำหน่ายแต่ผู้เดียว วางแผนและจัดทำระบบป้องกันความเสี่ยงด้านต้นทุนสูงอย่างมีประสิทธิภาพ และวางระบบมุ่งเน้นใช้สื่อทางสังคมอย่างเกิดประสิทธิผลเพื่อช่วยสนับสนุนชื่อเสียงตราหือคุณภาพสินค้ากระจายข้อมูลบอกต่อผ่านสื่อทางสังคมและคู่ขนานกับการวางระบบและลงมือปฏิบัติด้านรักษาสีงแวดล้อมชุมชนและสังคม จึงจะได้รับการกล่าวขานและมีชื่อเสียงเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพแบบ Smart Startup Entrepreneur for Thailand 4.0 หรือ ภาษาสากลเรียกว่า Being a Talented Man (BATMAN) ส่วนการสร้างทายาททางธุรกิจทั้งจากในตระกูลและทีมงานแต่ละระดับในบริษัทจะพบความชัดเจนและการสร้างคนเก่งอย่างเป็นระบบในธุรกิจขนาดใหญ่และกลาง ส่วนสตาร์ทอัพขนาดเล็กมีความน่ากังวลอย่างมากที่ยังไม่สามารถบริหารจัดการเวลาที่จะสร้างคนทดแทนซึ่งมีความจำเป็นอย่างมากเพื่อมิให้ธุรกิจหยุดชะงักทั้งที่ทราบและมีอาจทราบทั้งปัจจุบันและอนาคตในเรื่องอุบัติเหตุหรือการลาออกของบุคลากรส่งผลให้เกิดการขาดแคลนแรงงานผู้ชำนาญการ (Chayanee Chawanote, Naphon Phumma and Tiraphap Fakthong, 2016)

ข้อเสนอแนะจากผลการทำวิจัย

จากผลของการวิจัยเรื่องถอดรหัสการประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพของไทยยุค 4.0 ที่พบสองประเด็นสำคัญ คือ อุดมการณ์ใหม่และลงมือปฏิบัติอย่างสร้างสรรค์และรวดเร็วอย่างเป็นระบบและพัฒนาและสร้างผู้เชี่ยวชาญรองรับช่วงขาดแคลนคนเก่งทันเวลาที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นแนวคิดเชิงบวก และแนวทางการลงมือปฏิบัติทางด้านการปรับตัวและการสนับสนุนของผู้เกี่ยวข้องทางด้านการพัฒนาทั้งระยะสั้นและระยะยาว อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี คณะผู้วิจัยได้นำผลจากการวิจัยนำเสนอแนวทางเพื่อใช้เป็นหลักการต่อไปในการจัดการธุรกิจผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในบริบทสังคมยุคประเทศไทย 4.0 ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

คณะผู้วิจัยนำผลสรุปจากการจากการสัมภาษณ์ในการวิจัยครั้งนี้ที่พบว่าอุดมการณ์ของการประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพมีประเด็น ดังนี้ การแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ การบริหารเวลา ความคิดริเริ่มใหม่ต่อสินค้าและบริการ ความรับผิดชอบต่อรอบข้างและสังคม แนวคิดการพัฒนาทักษะความชำนาญแก่ตนเอง แนวคิดการสร้างทีม และแนวคิดด้านกฎหมายคุ้มครองสิ่งประดิษฐ์ที่คิดค้นได้

คณะผู้วิจัยนำผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักดังกล่าวเป็นแนวทางนำเสนอข้อเสนอแนะการประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพเชิงทฤษฎี โดยมุ่งเน้น ตัวผู้ประกอบการ ทีม ในธุรกิจสตาร์ทอัพที่สอดคล้องกับยุคประเทศไทย 4.0 ดังนี้ **S-T-A-R-T-U-P** มีประเด็นสำคัญดังนี้ **S-Seek** หมายถึง แสวงหา ค้นคว้า ความรู้ใหม่ (New Knowledge) เป็นฐานนำไปสู่การสร้างความคิดใหม่ (New Idea) และค้นหาความต้องการที่แท้จริง

ของลูกค้า (Customer Need) เพื่อจะได้ตอบสนองตรงใจและแก้ไขปัญหาลูกค้าตรงเป้าหมาย **T-Time Bound** หมายถึง บริหารเวลาอย่างเกิดประสิทธิผลทุกขั้นตอนของการวางแผนด้านคน และงาน และเรื่องส่วนตัวและครอบครัว **A-Attainable** หมายถึง บรรลุผลสำเร็จได้จากการสร้างไอดี้อย่างเป็นรูปธรรม **R-Responsibility** หมายถึง มีความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชน ลูกค้า พนักงาน ครอบครัว **T-Talent** หมายถึง มีความสามารถและเชี่ยวชาญในธุรกิจและมุ่งมั่นทำตามความรู้และความสามารถ **U-Unity** หมายถึง สร้างความกลมเกลียว ทั้งภาครัฐ ลูกค้า พนักงาน และทุกคนที่อยู่รอบข้างและชุมชน **P-Patent Law** หมายถึง ศึกษาและเข้าใจกฎหมายว่าด้วยการจดทะเบียนสิ่งประดิษฐ์ใหม่ และไม่ละเมิดหรือลอกเลียนแบบใครทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียงทั้งตนเองและธุรกิจ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

คณะผู้วิจัยนำผลสรุปจากการวิจัยครั้งนี้ที่พบแนวคิดอุดมการณ์สู่แนวทางปฏิบัติทางการปรับตัวและการสนับสนุนของผู้เกี่ยวข้องอย่างเป็นรูปธรรมเป็นข้อเสนอแนะการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพเชิงปฏิบัติดังนี้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า การสร้างอุดมการณ์การจัดการธุรกิจสตาร์ทอัพ ผู้ประกอบการจะต้องมีแนวคิดป้องกันดีกว่าแก้ไขปัญหาด้านบริหารจัดการความเสี่ยงด้านต้นทุน การลงทุน การเลือกผู้ร่วมทุน โดยสามารถสืบค้นจากประเทศยุโรปซึ่งมีข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพและอุตสาหกรรม 4.0 ตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน
2. จากผลการวิจัยที่พบว่า ภาคปฏิบัติการผู้ประกอบการจะต้องฝึกทักษะการทำวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่เพื่อหาความต้องการที่แท้จริงที่ลูกค้ามีต่อสินค้าเพื่อประหยัดต้นทุน
3. จากผลการวิจัยที่พบว่า แนวทางการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่มีจิตสำนึกที่ดีและประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืน สามารถทำงานทดแทนได้ (Successor) คู่ขนานกับการวางระบบการสร้างคนดีและคนเก่งเป็นการโดยผู้นำในธุรกิจสตาร์ทอัพจำเป็นต้องร่วมมือกัน ภาครัฐบาลเป็นที่ปรึกษาและสนับสนุนเป็นต้นแบบการทำระบบ KM และอบรมให้เจ้าของธุรกิจนำระบบ KM พัฒนาต่อยอดแก้ที่มอย่างเกิดประสิทธิภาพและมีการติดตามประเมินผลและปรับให้สอดคล้องในยุคประเทศไทย 4.0 จึงจะช่วยให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์ด้วยกัน โดยต้องกำหนดเป้าหมายทั้งปริมาณและคุณภาพการสร้างคนเก่งและมีคุณธรรมให้ได้ในแต่ละปีจึงจะทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทุกระดับอย่างชัดเจน
4. จากผลการวิจัยที่พบว่า ธุรกิจขนาดเล็กควรบริหารจัดการเวลาเพื่อเปิดโอกาสแก่พนักงานทุกระดับได้เรียนรู้งานกัน และจัดทำระบบการวางแผนอัตราค่าจ้างล่วงหน้าเพื่อจะได้สามารถพัฒนาคนเก่งรองรับสภาวะการณ์ขาดแคลนพนักงานทั้งที่ทราบและมิอาจทราบล่วงหน้าได้ทันเวลาและให้อิสระในการคิดและการทำงานกับพนักงาน โดยยึดกรอบการทำงานมาตรฐานที่ประกาศแจ้งให้ทราบทั่วกัน และปรับอุดมการณ์ให้พนักงานทุกคนกล้าเผชิญหน้าแบบปลาเร็วชนะปลาใหญ่ และวางแผนทีละขั้นตอนที่จะสร้างความได้เปรียบปลาใหญ่ในเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับทีม

5. จากผลการวิจัยที่พบว่า สิ่งสำคัญในมุมมองภาครัฐบาลที่จะต้องสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพอย่างต่อเนื่องทั้งงบประมาณและการอบรมให้ความรู้และฝึกทักษะผู้ประกอบการสตาร์ทอัพอย่างเป็นระบบทางด้านทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม ระบบการบริหารต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ การจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างผู้ประกอบการและนายทุนที่ผ่านการคัดกรองจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยไทย ณ ประเทศต่าง ๆ เพื่อให้ได้นายทุนที่มีจริยธรรมคุณธรรมในการทำธุรกิจต่อกันไม่เอาเปรียบผู้ประกอบการจนเกินขอบเขต

6. คณะผู้วิจัยสังเกตอย่างมีส่วนร่วมจนเกิดความตระหนักในประสบการณ์ใหม่ว่า ผู้ประกอบการควรสร้างพันธมิตรให้กับลูกค้าที่มียอดสั่งซื้อจำนวนมากและต่อเนื่องด้วยการเปิดโอกาสให้คำปรึกษาและแนะนำสิ่งที่ลูกค้ามีข้อข้องใจหรือสิ่งที่ลูกค้าสงสัยโดยลูกค้าสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ประกอบการอย่างสะดวกตลอดเวลา (Real Time) ทางสื่อสังคมออนไลน์ทุกประเภท

ข้อเสนอแนะสำหรับทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งต่อไป คณะผู้วิจัยเห็นว่าควรทำการศึกษาการสร้างวาทกรรมผู้ประกอบการบริหารจัดการให้เกิดนวัตกรรมทางด้านเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืนแยกออกเป็นรายธุรกิจที่แตกต่างกันอันจะทำให้สามารถสร้างวาทกรรมเพื่อการบริหารจัดการธุรกิจยุคใหม่ ๆ ตามวิถีการบริหารจัดการปัจเจกบุคคลเกิดผลสำเร็จอย่างยั่งยืนในรูปแบบธุรกิจเฉพาะเจาะจงต่อไป

References

- Agar M and Hobbs JR, (1982). Interpreting discourse :Coherence and the analysis of ethnographic interview. *Discourse Processers*, 5, 1-32.
- Charoensinolan, Chairat (2000). *Developmental discourse* 6th edition Online Reader, Bangkok 10250.
- Chaston, I., and Sadler-Smith, E. (2012). Entrepreneurial cognition, entrepreneurial orientation and firm capability in the creative industries. *British Journal of Management*, 23,415-432.
- Chawanote Chayanee, Phumma Naphon and Fakthong Tiraphap. (2016). Labor Shortages in Thai Manufacturing: Demand vs Supply. *Thammasat Economic Journal* 34(2):64-87.
- Decode “Thailand 4.0” Create new economy Skip the middle income trap. (2016). Thairath Print edition May 2,2016. Retrieved May 10, 2016 from <http://www.thairath.co.th/content/613903>
- Department of Business Development Ministry of Commerce (2017). “Panichpluemngan Smart Startup 2017” Succeed. Business Development Division Februart 23/24, 2017.
- Division of Research Administration and Educational Quality Assurance. (2016). *blueprint Thailand 4.0 Models drive Thailand to prosperity, stability and sustainability.*

- Foucoult Michael. (1980). Power/Knowledge selected interviews and other writing. 1972-1977 edited by Colin Gardon. New York: HARVENTER WHEATSHAF.
- Jansick . J. Valerie (2000) The Choregraphy of Qualitative Rsearch Design :Mimuersimproverisition and Crystalization in Handbook of Qualitative Research, Danzio K. Norman and Yvonna S. Lincoin (ecs) London : SAGE Publications.
- Jongkolnee, Waewdao. (2016). Opinions and Factors Influencing Training for Hotel Staff Of Small and Medium-Sized Hotels in Provinces Of Lower Central Region. Dusit Thani College Journal Vol.10 No. 2 July-December 2016.
- Kotler Philip, Hessekiel David, and Lee Nancy.(2012). Good Work: Marketing and Corporate Initiatives That Build a Better World --and the Bottome Line. Hoboken, NJ, Wiley.
- Ministry of Industry. (2016). Thailand Industrial Development Strategy 4.0 within 20 years (2017 - 2036). Ministry of Industry, October 2016.
- Muaenlamai, Supaporn. (2013). Self Efficacy, Job Characteristics, Organizational Climate Affecting The Work Engagement of Registered Nurses at Ramkhamheang Hospital. Dusit Thani College Journal Vol.7 No.2 July – December 2013.
- Naipinit, Aree ,Kroeksakul, Patarapong and Promsaka Na Sakolnakorn, Thongphon (2014). Adjustment under Globalization. SKRU ACADEMIC JOURNAL 7(1):1-12.
- Phungphol, Wilai and jadesadalug, Viroj. (2018) New Entrepreneurial Characteristics Affecting Business Performance Through the Competitive Advantage of the Start-up Business. Dusit Thani college Journal, V12(2):303-318.
- Rasamethumachot, Jitti (2015). Top Organization Leaders of the Decade (Part 1). National Productivity Institute 20th year Issue 114 January – February.
- Sandelowski, Margarete. (1991:162). Telling Stories: Narrative Approaches in qualitative
- Sangkalan, Narin (2016) Research and Development in Education 5th edition, Nakhon Pathom: Silpakorn University.
- Spiegelbert, H. (1965). The phenomenological movement: A historiac Introduction. The Hague: MariunsNijhoff.
- Sungrugs, Narin and group. (2007). Knowledge Management: Knowledge base on social justice in the knowledge management conference on February 15, 2007, at Wat Rai Khing Hall, the patron of Educational Building 3, Sanam Chandra Palace Campus. Nakhon Pathom.

- _____. (2009). "Good Effects from Application of Sufficiency Economic Philosophy in the Learning Process and Knowledge Management for Sustainable Development of Community Enterprise : Case Study of Ratchaburi Province", Sufficiency Economy with Application: From Research to Community Empowerment National Research Council of Thailand.
- Tantaraporn, Apiradi (2017). "Smart Startup 2017". Department of Business Development Ministry of Commerce February 24, 2017.
- Techakraisri, Chumpol. (2016). "Auto-parts Sector in sluggish industry, T-Krung Thai Industry PLC.". Investment finance. Krugthepturakit July 11, 2016.
- Wapshott, R. (2017). Small and medium-sized enterprise policy: Designed to fail? Environment and Planning C: Politics and Space, The University of Sheffield, 36(4): 750 - 772.



Wilai Phungphol Graduated with a Master's Degree in Public Administration (NIDA). She is Currently a Part Time Lecturer in the School of Entrepreneurship and Management Faculty at Bangkok University. Her Research Interests are Business Ethics, HRM and HRD



Associate Professor, Narin Sungrugs, Ed.D, Head of Community Management Program. Cert in Qualitative Research, Western Australia University. He is Currently a Lecturer in the Faculty of Management Science at Silpakorn University. His Research Interests are Strategic Management, Tourism.