บทความวิชาการ

ทิศทางนโยบายภาครัฐต่อการพัฒนาธุรกิจเกิดใหม่ในยุคประเทศไทย 4.0

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์[1]

ขนิษฐา พัฒนสิงห์[2]

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) และศึกษามาตรการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาธุรกิจ Startup ตามนโยบายประเทศไทย 4.0 โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยและเอกสารของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจ Startup ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นพัฒนาแนวคิด (Idea Stage) เป็นช่วงของการพัฒนาแนวคิดและเปลี่ยนแนวคิดให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการ (2) ขั้นทดสอบตลาด (Market Testing Stage) เป็นช่วงนำผลิตภัณฑ์ไปทดลองกับตลาดและนำข้อมูลสะท้อนกลับมาพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด (3) ขั้นเติบโต (Growth Stage) เป็นช่วงที่ต้องขยายธุรกิจ ขยายตลาด ดึงดูดนักลงทุนและทีมงานให้เข้ามาช่วยเร่งการเติบโตของธุรกิจ และ (4) ขั้นเก็บเกี่ยว (Harvest Stage) เป็นช่วงที่เปลี่ยนจากธุรกิจ

[1] รองศาสตราจารย์ ดร. สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ E-mail: asomnuk@wu.ac.th

[2] นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ E-mail: p_kanitt@hotmail.com

Startup เป็นองค์กรธุรกิจเต็มรูปแบบ เข้าสู่ช่วงมั่นคงและพร้อมที่จะออกจากธุรกิจ (Exit) ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐมีมาตรการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ Startup ในแต่ละขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 และ ขั้นที่ 2 ภาครัฐมีมาตรการสร้างภาวะความเป็นผู้ประกอบการและพัฒนากำลังคนด้านดิจิทัล มาตรการส่งเสริมด้านการวิจัยและพัฒนา มาตรการพัฒนาเขตนวัตกรรม มาตรการจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุน และมาตรการจดสิทธิบัตรทรัพย์สินทางปัญญา อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและการแปลงทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นทุน ขั้นที่ 3 ภาครัฐมีมาตรการส่งเสริมการขยายตัวทางด้านการตลาด มาตรการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งทุนดอกเบี้ยต่ำ มาตรการสิทธิประโยชน์ทางภาษี และมาตรการสร้างฐานข้อมูลของธุรกิจ Startup และขั้นที่ 4 ภาครัฐมีมาตรการส่งเสริมตรายี่ห้อสินค้าและบริการไทยสู่ตลาดโลก และมาตรการพัฒนาตลาดทุน โดยมาตรการสนับสนุนดังกล่าวมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ซึ่งเป็นแผนพัฒนาประเทศเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน”

คำสำคัญ: ประเทศไทย 4.0 ธุรกิจเกิดใหม่ การพัฒนาธุรกิจ

REVIEW ARTICLE

Directions of Government Policy toward Startup Business Development for Thailand 4.0

Somnuk Aujirapongpan[1]

Kanittha Pattanasing[2]

Abstract

The purpose of this article is to investigate the startup business development stages and to study government promotional measures on startup business development based on Thailand 4.0 policy through a method of collecting data from related researches and government related documents. The data analysis reveals that there are 4 stages of the startup business development, which include (1) idea stage: the stage of developing ideas and transforming them into products or services, (2) market testing stage: the stage of conducting product tryout with different markets and bringing back the outcomes for product development to be in line with market needs, (3) growth stage: the stage of business and market expansions, attracting investors and teamwork to accelerate the business growth, and (4) harvest stage: the stage of transforming from a startup

[1] Associate Professor, Ph.D., School of Management, Walailak University, E-mail: asomnuk@wu.ac.th

[2] Student, Doctor of Philosophy Program in Business Administration, School of Management, Walailak University, E-mail: p_kanitt@hotmail.com

business into a complete business organization, the period of maturity and readiness for exit. Currently, Thai government agencies have imposed the promotional measures for each startup business development stages. Stage one and stage two include various measures on creating entrepreneurs and developing digital manpower; research encouragement and development; innovation district development; organizing private equity funds; registration of patent intellectual property; knowledge training in regard to intellectual property legislations as well as transforming the intellectual property into a capital. Stage three is the stage which government agencies establish different measures to boost on market expansion; to access financial sources of low interest rate; to provide privilege on taxes as well as to create startup business data base. Stage four is the one where government agencies establish additional measures to promote product brands and Thai services to the global market as well as to develop a capital market. All aforesaid supporting measures are consistent with the 20 year national strategy (B.E. 2560-2579) which is the country development plan aimed to achieve the vision of “Thailand: stability, prosperity and sustainability”.

Keywords: Thailand 4.0, Startup, Business Development

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังปรับตัวแบบในการพัฒนาเศรษฐกิจเข้าสู่ยุคประเทศไทย 4.0 เนื่องจากที่ผ่านมาในยุค 3.0 ซึ่งเป็นยุคอุตสาหกรรมหนัก ทำให้ประเทศไทยต้องเผชิญกับกับดักประเทศรายได้ปานกลาง (Measincee, 2016) ซึ่งจากการจัดระดับรายได้ของธนาคารโลกโดยใช้เกณฑ์รายได้ประชาชาติต่อหัว (GNI Per Capita) กำหนดให้ในปี 2559 ประเทศรายได้ต่ำ ประเทศรายได้ปานกลางระดับต่ำ ประเทศรายได้ปานกลางระดับสูง และประเทศรายได้สูง คือ กลุ่มประเทศที่มีรายได้ประชาชาติต่อหัวต่ำกว่า 1,005 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี และ 1,006 – 3,955 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี และ 3,956 – 12,235 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี และ 12,236 ดอลลาร์สหรัฐต่อปีขึ้นไป ตามลำดับ (The World Bank, 2017) โดยในปี 2559 ประเทศไทยมีรายได้ประชาชาติต่อหัว 5,640 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มประเทศรายได้ปานกลางระดับสูง ดังนั้น เพื่อให้หลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลางกลายเป็นกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง รัฐบาลจึงปรับตัวแบบในการพัฒนาเศรษฐกิจเข้าสู่ยุคประเทศไทย 4.0 (Thesarin, 2016) โดยการปรับเปลี่ยนไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ซึ่งต้องเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี (The Government Public Relations Department [PRD], 2016)

ดังนั้น เพื่อกระตุ้นอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ประชาชาติต่อหัว เพื่อยกระดับไปสู่ประเทศรายได้สูง ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนช่วยกันขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ซึ่งการอยู่รอดในโลกของการแข่งขันเสรีทางการค้าในปัจจุบันต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ เพราะความคิดสร้างสรรค์เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาและสร้างสิ่งใหม่ (Delers et al., 2016) การชนะกันด้วยเทคโนโลยีและความรู้ใหม่ทำให้ทุกประเทศมุ่งสู่เศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าเพิ่ม (Thienphut, 2009 as

cited in Aujirapongpan et al., 2012) ด้วยเหตุนี้ นวัตกรรมจึงมีบทบาทสำคัญ โดยนวัตกรรมเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ทางเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ มาพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่ๆ (Jiraphanumes et al., 2011) ซึ่งการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมตามนโยบายประเทศไทย 4.0 นั้นมีจุดเน้นและประเด็นหลักตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) โดยการให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมและการนำมาใช้เป็นปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกมิติ เพื่อยกระดับศักยภาพของประเทศในทุกด้าน โดยจะมุ่งเน้นการนำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิต และรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ โดยให้ความสำคัญทั้งกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีแบบซับซ้อน และ/หรือการใช้นวัตกรรมสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการทั้งในระดับพื้นบ้านจนถึงระดับสูง ทั้งนี้ มีแนวทางในการผลักดันโดยการกำหนดวาระการวิจัยแห่งชาติให้มีจุดเน้นที่ชัดเจน เฉพาะเจาะจงและสอดคล้องกับสาขาเป้าหมายการพัฒนาประเทศ และใช้กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมบูรณาการวิจัยและพัฒนากับการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ (Office of the National Economic and Social Development Board [NESDB], 2016) อย่างไรก็ตาม การพัฒนานวัตกรรมต้องอาศัยผู้ประกอบการ เพราะผู้ประกอบการมีบทบาทและความสำคัญต่อกระบวนการพัฒนานวัตกรรม (Aujirapongpan et al., 2010) และทำให้เกิดความมั่งคั่งในเชิงเศรษฐกิจทั้งต่อตนเองและสังคม (Johnson, 2001) ทั้งนี้ การพัฒนานวัตกรรมต้องอาศัยการลงทุนการพึ่งพาบริษัทเอกชนใหญ่ๆ เพียงอย่างเดียวคงไม่พอ รัฐบาลต้องสนับสนุนและสร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีแนวคิดที่แตกต่างบนพื้นฐานการใช้เทคโนโลยี หรือเรียกว่า Startup (Government Spokesman Bureau, The Secretariat of the Prime Minister, 2016, p.16) ซึ่งจากการศึกษาเปรียบเทียบ

กับต่างประเทศของ GEDI (Global Entrepreneurship Development Institute) ได้รายงานดัชนีการเป็นผู้ประกอบการทั่วโลก (Global Entrepreneurship Index: GEI)[1] โดยในปี 2560 ประเทศไทยมีค่าดัชนี GEI เท่ากับ 27.1 อยู่ในลำดับที่ 65 จาก 137 ประเทศทั่วโลก อยู่ลำดับที่ 4 จาก 10 ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งมีค่าดัชนี GEI เฉลี่ยเท่ากับ 24.3 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1

2017 Global Entrepreneurship Index Ranking

Ranking	Country	GEI Score	Ranking	Country	GEI Score
24	Singapore	52.2	87	Vietnam	22.0
53	Brunei Darussalam	33.9	90	Indonesia	21.2
54	Malaysia	33.4	105	Laos	18.5
65	Thailand	27.1	114	Cambodia	16.5
76	Philippines	24.1	120	Myanmar	15.6
				Average	**24.3**

ที่มา: Global Entrepreneurship Development Institute (2017)

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าธุรกิจ Startup ไทยมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศทั่วโลก และมีศักยภาพเหนือกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพียงเล็กน้อย ทั้งนี้ เนื่องจาก

[1] ดัชนีการเป็นผู้ประกอบการทั่วโลก (Global Entrepreneurship Index: GEI) คือ ดัชนีประจำปีที่ใช้วัดสุขภาพของระบบนิเวศของผู้ประกอบการในแต่ละประเทศรวมทั้งหมด 137 ประเทศ โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ความสามารถ และแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการของประชากรในแต่ละพื้นที่และนำมาเปรียบเทียบกับโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจรวมถึงประเด็นต่างๆ เช่น การเชื่อมต่อข้อมูลและการเชื่อมโยงการขนส่งไปยังตลาดภายนอก (Global Entrepreneurship Development Institute, 2017)

สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของประเทศไทยไม่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup (Thailand Tech Startup Association, 2016) ด้วยเหตุนี้ จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของธุรกิจ Startup และมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐในปัจจุบันว่าสามารถสร้างสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup ครอบคลุมทุกขั้นตอนหรือไม่ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนามาตรการต่างๆ ให้เกิดสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ Startup ต่อไปในอนาคต

ความหมายและขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของธุรกิจเกิดใหม่ (Startup)

1. ความหมายของธุรกิจเกิดใหม่ (Startup)

คำว่า Startup นั้นได้มีผู้อธิบายความหมายไว้แตกต่างกัน เช่น Ries (2011) ได้ให้ความหมายของ Startup ว่าเป็นสถาบันที่ออกแบบมาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ภายใต้สภาวะที่ไม่แน่นอนอย่างมาก กล่าวคือ มีความเสี่ยงด้านผลิตภัณฑ์ (Product Risk) ความเสี่ยงด้านลูกค้า (Customer Risk) และความเสี่ยงด้านตลาด (Market Risk) (Maurya, 2012) สอดคล้องกับ McClure (2013) ได้ให้ความหมายว่า Startup คือ บริษัทที่กำลังสับสนว่า (1) ผลิตภัณฑ์ของตนเองคืออะไร (2) ลูกค้าเป็นใคร และ (3) สามารถหารายได้ได้อย่างไร และทันทีที่บริษัทใดสามารถตอบคำถามได้ทั้ง 3 ข้อแล้ว บริษัทนั้นจะสิ้นสุดสภาพความเป็น Startup และกลายเป็นธุรกิจจริงๆ

ในขณะที่ Blank (2013) ผู้ได้ชื่อว่าเป็นบิดาแห่ง Startup ได้ให้คำนิยามว่า Startup คือ องค์กรชั่วคราวที่ตั้งขึ้นเพื่อค้นหาตัวแบบธุรกิจที่ทำซ้ำได้ (Repeatable) และขยายตัวได้ (Scalable) สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วจนกลายเป็นบริษัทขนาดใหญ่ สอดคล้องกับ Munchusri (2016 as cited in

Phokachai & Warapongdee, 2016) กล่าวว่า Startup เป็นผู้ประกอบการที่สามารถประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อมาสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างรวดเร็ว และ Graham (2012) ซึ่งกล่าวว่า Startup คือ บริษัทที่ออกแบบมาเพื่อให้สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว และเช่นเดียวกับ Paschen (2017) ซึ่งอธิบายว่า Startup คือ องค์กรที่พยายามจะเปลี่ยนความคิดให้เป็นธุรกิจที่มีศักยภาพ และบริษัทเล็กๆ ที่ต้องการรักษาหรือทำให้ธุรกิจเติบโต และ Warapongdee (2017) ได้สรุปว่า Startup เป็นกิจการที่เริ่มต้นธุรกิจจากจุดเล็กๆ สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด ออกแบบให้ธุรกิจมีการทำซ้ำได้โดยง่ายและขยายกิจการได้ง่าย มีการนำเทคโนโลยี และ/หรือนวัตกรรมมาใช้เป็นหัวใจหลักในการสร้างธุรกิจ มักเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นจากแนวคิดเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันหรือเห็นโอกาสทางธุรกิจที่ยังไม่มีใครเคยคิดหรือทำมาก่อน

ทั้งนี้ ธุรกิจ Startup อาจมีลักษณะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก บริษัทไม่จดทะเบียน งานเดี่ยว ทำเป็นครั้งแรก หรือมีสำนักงานในบ้าน (Mann & Sanyal, 2010) โดย Van Praag & Versloot (2007) ได้กำหนดให้ธุรกิจ Startup คือ ธุรกิจที่มีคุณลักษณะข้อใดข้อหนึ่ง คือ มีพนักงานน้อยกว่า 100 คน มีอายุน้อยกว่า 7 ปี หรือเป็นรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาด สำหรับประเทศไทยนั้น ภาครัฐได้กำหนดคุณลักษณะของ Startup ไว้ 7 ประการ ได้แก่ (1) ธุรกิจเริ่มต้นไม่สามารถกำหนดรายได้ กำไร และจำนวนการจ้างงานไม่ตายตัว แต่มีแผนในการหารายได้ชัดเจนในแต่ละช่วง (2) ใช้เทคโนโลยีอย่างชาญฉลาด (3) พื้นที่ของสำนักงานและการทำงานมีความหลากหลาย (4) ตลาดไม่ยึดติดกับภูมิศาสตร์สามารถขยายได้กว้างไกล (5) รูปแบบธุรกิจเน้นความเสี่ยงบนความไม่แน่นอนต่อความสำเร็จ และเติบโตเร็ว (6) วัฒนธรรมและแนวคิดในการดำเนินธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ และ (7) วงจรชีวิตของธุรกิจอยู่ระหว่าง 3-5 ปี (PRD, 2016)

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าธุรกิจ Startup หมายถึง ธุรกิจเกิดใหม่ที่ตั้งขึ้นโดยบุคคล หรือ กลุ่มคน เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน ด้วยแนวคิดที่แตกต่างไม่เหมือนใคร สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาสร้างธุรกิจเพื่อแก้ไขปัญหาหรือสร้างความต้องการใหม่เป็นสำคัญ สามารถทำซ้ำและขยายตัวได้ง่าย เพื่อให้สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วในระยะเวลาอันสั้น โดยปกติมีอายุหรือระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 3-7 ปี ก่อนที่จะออกจากธุรกิจ (Exit)[1]

2. ขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของธุรกิจ Startup

สำหรับขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของธุรกิจ Startup มีนักปฏิบัติและนักวิจัยอธิบายขั้นตอนไว้อย่างหลากหลาย เช่น Maurya (2012) ได้อธิบายไว้ 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นคิดผลิตภัณฑ์เพื่อแก้ไขปัญหา (Problem Solution Fit) เป็นช่วงพัฒนาแนวคิด ค้นหาปัญหาและพิสูจน์ว่าเป็นปัญหาที่มีอยู่จริงของลูกค้าและลูกค้ามีความต้องการที่จะแก้ไขปัญหานั้น โดยสามารถคิดผลิตภัณฑ์ตั้งต้นที่สามารถแก้ปัญหานั้นๆ ได้ (2) ขั้นปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด (Product Market Fit) เป็นขั้นตอนการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เพื่อนำไปทดสอบกับตลาด เก็บข้อมูลจากลูกค้า เรียนรู้และนำมาปรับปรุงให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาด และ (3) ขั้นขยายธุรกิจ (Scale) เน้นการขยายการเติบโตของธุรกิจ เพิ่มทีมงาน ขยายกำลังการผลิต สร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพื่อรองรับการขยายฐานลูกค้า สอดคล้องกับ Warapongdee (2017) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ (1) ระยะเริ่มต้น (Early Stage) เป็นระยะที่เพิ่งเริ่มสร้างธุรกิจ ยังไม่มีโมเดลธุรกิจที่ชัดเจน เป็นช่วงบ่มเพาะ เน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่พอใช้งานได้

[1] Exit หมายถึง การถอนการลงทุนหรือการขายหุ้นที่ทำให้ส่วนของการเป็นผู้ถือหุ้นของผู้ก่อตั้งกิจการเหลือน้อยกว่านักลงทุนที่ซื้อกิจการไป (Warapongdee, 2017)

เบื้องต้น และปรับปรุงให้ตรงกับความต้องการของตลาดมากที่สุด (2) ระยะเติบโต (Growth Stage) เป็นระยะที่มีตัวแบบธุรกิจที่ชัดเจน มีฐานลูกค้าและรายได้ระดับหนึ่ง และ (3) ระยะเก็บเกี่ยว (Harvest Stage) เป็น Startup ที่มีการเติบโต ขยายธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและพร้อมที่จะออกจากธุรกิจ (Exit) เช่นเดียวกับ Paschen (2017) ได้แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นก่อนเริ่มต้นธุรกิจ (Pre-startup Stage) ผู้ก่อตั้งมีแนวคิดและสำรวจความเป็นไปได้ในการสร้างธุรกิจตามแนวคิดที่มีนี้ มุ่งเน้นพัฒนาข้อเสนอที่ช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้า (2) ขั้นเริ่มต้นธุรกิจ (Startup Stage) เป็นขั้นทดลองกับตลาดเป้าหมาย เริ่มสร้างรายได้ตามแผนธุรกิจ และ (3) ขั้นเติบโต (Growth Stage) เป็นขั้นที่ธุรกิจเริ่มกลายเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นการขยายการดำเนินงาน และระบบต่างๆ ให้มีการเติบโตขึ้น ซึ่ง Kollmann (2006) ได้อธิบายไว้ 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นเริ่มต้น (Early Stage) เป็นระยะค้นพบความคิด ประเมินความเป็นไปได้ของความสำเร็จในการสร้างธุรกิจตามแนวคิดที่มีเปลี่ยนแนวคิดเป็นแผนธุรกิจ และทำแนวคิดให้เป็นจริง (2) ขั้นขยายธุรกิจ (Expansion Stage) เป็นระยะพัฒนาแนวคิดให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด และ (3) ขั้นเติบโต (Late Stage) เป็นขั้นที่ต้องมีความสามารถในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาตลาดและการพัฒนาเป็นธุรกิจระยะยาว เป็นขั้นที่เติมเต็มองค์ประกอบในการจัดทำธุรกิจ

สมาคมร่วมทุนแห่งชาติ (National Venture Capital Association หรือ NVCA) ของสหรัฐอเมริกา ได้แบ่งขั้นตอนการพัฒนาออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นพัฒนาแนวคิด (Seed Stage) เป็นระยะพิสูจน์แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการและการวิจัยตลาด รวมถึงการสร้างทีมบริหารและการพัฒนาแผนธุรกิจ (2) ขั้นเริ่มต้น (Early Stage) เป็นช่วงการทดสอบผลิตภัณฑ์ หรือการผลิตนำร่อง นำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในท้องตลาดเพื่อศึกษาตลาด พัฒนาแผนธุรกิจ

เตรียมพร้อมเพื่อเริ่มทำธุรกิจ (3) ขั้นขยายธุรกิจ (Expansion Stage) เป็นช่วงที่บริษัทมีทีมบริหารอย่างสมบูรณ์ และมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก เป็นขั้นของการขยายธุรกิจครั้งแรกของบริษัท ขยายโรงงานและขยายตลาด และ (4) ขั้นเติบโต (Later Stage) เป็นขั้นที่บริษัทมีอัตราการเติบโตที่คงที่พอสมควร มีกระแสเงินสดและรายได้สุทธิเป็นบวก อาจพิจารณาขายหุ้น (IPO) (NACA, 2015)

โดยขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจดังกล่าว Blank (2013) เรียกว่า กระบวนการพัฒนาลูกค้า (Customer Development) ซึ่งประกอบด้วย 2 ระยะ ได้แก่ (1) ระยะค้นหา (Search) เป็นการค้นหาตัวแบบธุรกิจ ค้นหาปัญหาและความต้องการของลูกค้า (Customer Discovery) และทดสอบวิธีการแก้ไขปัญหาที่เราต้องการเสนอว่าตรงกับความต้องการของลูกค้าหรือตลาดหรือไม่ (Customer Validation) หากไม่ใช่ต้องปรับปรุงแก้ไขหรือปรับเปลี่ยนทิศทาง และ (2) ระยะดำเนินการ (Execution) เป็นระยะเริ่มต้นธุรกิจด้วยการสร้างและขยายฐานลูกค้า (Customer Creation) และการจัดตั้งองค์กร (Company Building) ในขณะที่ Love (2016) ได้อธิบายลักษณะการเติบโตของธุรกิจ Startup ว่ามีลักษณะคล้ายอักษร J (J Curve) ประกอบด้วย 6 ระยะ ได้แก่ (1) ระยะสร้างแนวคิด (Create Phase) องค์ประกอบหลักที่สำคัญสำหรับระยะเริ่มต้นนี้ คือ แนวคิด ทีมงาน และเงินทุน (2) ระยะเปิดตัวผลิตภัณฑ์ (Release Phase) ในช่วงนี้จะต้องสร้างผลิตภัณฑ์ขั้นต้น นำไปทดลองตลาด นำผลสะท้อนกลับจากลูกค้าไปปรับปรุงในขั้นต่อไป (3) ระยะปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (Morph Phase) เป็นช่วงที่สำคัญที่สุด ต้องนำข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ได้รับหลังจากเปิดตัวผลิตภัณฑ์เริ่มแรกมาทำการปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น และควรทำให้เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ (4) ระยะสร้างตัวแบบธุรกิจ (Model Phase) ในช่วงนี้จะต้องมุ่งเน้นที่ตัวแบบธุรกิจหรือรูปแบบวิธีการดำเนินกิจการของบริษัทในการสร้างรายได้ (5) ระยะขยายธุรกิจ (Scale Phase) เป็นช่วง

ของการขยายธุรกิจ ขยายบริษัทให้ใหญ่ขึ้น ต้องเพิ่มพนักงาน กระบวนการ รวมไปถึงเงินลงทุน และ (6) ระยะเก็บเกี่ยว (Harvest Phase) เป็นช่วงของการเปลี่ยนจาก Startup ไปเป็นองค์กรธุรกิจเต็มรูปแบบ เข้าสู่ช่วงมั่นคง ท้าทายการตัดสินใจว่าควรจะสร้างการเติบโตผ่านการเข้าซื้อกิจการ (Acquisition) หรือเติบโตด้วยกำลังของตัวเอง (Organically) หรือควรนำหุ้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (IPO) หรือควรขายกิจการ (Company Sale)

นอกจากนี้ Llorach & Ottosson (2016) ได้รวบรวมคำอธิบายของนักวิจัยหลายท่านเกี่ยวกับขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของ Startup เช่น Moore (1994) อธิบายว่าประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Conception & Development) (2) ขั้นทดสอบตลาด (Commercialization) (3) ขั้นเติบโต (Growth) เป็นการพัฒนาองค์กรและความสามารถในการทำกำไร และ (4) ขั้นมั่นคง (Maturity) สร้างโมเดลธุรกิจที่ยั่งยืน Xiao (2011) ได้แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นเริ่มต้น (Startup Stage) มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ และทดสอบยืนยันความต้องการกับลูกค้า (2) ขั้นเสนอลูกค้ากลุ่มแรก (Early Stage) สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการเสนอให้กับลูกค้ากลุ่มแรก และ (3) ขั้นเติบโต (Later Stage) สร้างการเติบโตด้านรายได้ และกำไร และ Mueller et al. (2012) ได้อธิบายไว้ 2 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นเริ่มต้น (Startup) ค้นหาโอกาสทางธุรกิจ จัดตั้งทีมงานเริ่มต้น วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการผ่านการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า และ (2) ขั้นเติบโต (Growth) มุ่งเน้นการขาย การขยายตลาดและจัดหาแหล่งเงินทุน การจัดการด้านบัญชี พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการดำเนินงาน และการสร้างเครือข่าย

จากคำอธิบายข้างต้น สามารถสรุปได้เป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. **ขั้นพัฒนาแนวคิด** (Idea Stage) เป็นช่วงการพัฒนาแนวคิด ค้นหาปัญหาและความต้องการของลูกค้า และพิสูจน์ว่าเป็นปัญหาที่มีอยู่จริงของลูกค้าและลูกค้ามีความต้องการที่จะแก้ไขปัญหานั้น รวมทั้งเปลี่ยนความคิดให้เป็นผลิตภัณฑ์ตั้งต้นหรือบริการที่สามารถแก้ปัญหานั้นๆ ได้ โดยหาจุดที่ลงตัวระหว่างตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการกับผู้ใช้งาน (Problem Solution Fit)

2. **ขั้นทดสอบตลาด** (Market Testing Stage) เป็นขั้นตอนการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) ให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่พอใช้งานได้ (Minimum Viable Product) เพื่อนำไปทดสอบกับตลาด และนำข้อมูลสะท้อนกลับมาปรับปรุงพัฒนาให้ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าหรือตลาด (Product Market Fit)

3. **ขั้นเติบโต** (Growth Stage) เป็นช่วงที่มีผลิตภัณฑ์และตัวแบบธุรกิจที่ชัดเจนแล้ว และต้องขยายการเติบโตของธุรกิจ ขยายตลาด สร้างรายได้ ดึงดูดนักลงทุนและทีมงานให้เข้ามาช่วยเร่งการเติบโตของธุรกิจ เป็นช่วงที่ต้องเพิ่มทีมงาน ขยายกำลังการผลิต สร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพื่อรองรับการขยายฐานลูกค้า

4. **ขั้นเก็บเกี่ยว** (Harvest Stage) เป็นช่วงที่เปลี่ยนจาก Startup เป็นองค์กรธุรกิจเต็มรูปแบบ เข้าสู่ช่วงมั่นคงและพร้อมที่จะออกจากธุรกิจ (Exit) ซึ่งบริษัทอาจพิจารณาว่าจะเข้าซื้อกิจการ (Acquisition) หรือควบรวมกิจการ (Merger) หรือเติบโตด้วยกำลังของตัวเอง (Organically) หรือควรนำหุ้นเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (IPO) หรือควรขายกิจการ (Company Sale)

นโยบายประเทศไทย 4.0 ในการพัฒนาธุรกิจ Startup

เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่มีขีดความสามารถในการแข่งขัน มีรายได้สูงอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนา

แล้ว โดยมียุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) เป็นกรอบแนวทางในการพัฒนา ซึ่งประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ (1) ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง (2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (3) ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพคน (4) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม (5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ (6) ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ทั้งนี้ การสร้างความสามารถในการแข่งขันตามยุทธศาสตร์ที่ 2 นั้นมีความจำเป็นต้องพัฒนาสังคมผู้ประกอบการ เพื่อสร้างผู้ประกอบการที่พิจาณาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ด้วยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมขับเคลื่อนธุรกิจ โดยต้องมุ่งพัฒนาทั้งด้านผู้ประกอบการและปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญ (NESDB, 2017) ซึ่งปัจจุบันการพัฒนายุทธศาสตร์ดังกล่าวได้มีการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งเป็นการถ่ายระดับจากยุทธศาสตร์ระยะยาวลงสู่การปฏิบัติในช่วงเวลา 5 ปี ทั้งนี้ จุดเน้นและประเด็นหลักที่เป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 คือ การมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์หรือด้านกระบวนการผลิตเพื่อใช้ประโยชน์ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการ โดยให้ความสำคัญทั้งกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีแบบซับซ้อน และ/หรือการใช้นวัตกรรมสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการทั้งในระดับพื้นบ้านจนถึงระดับสูง ด้วยเหตุนี้ภาครัฐจึงร่วมกับทุกภาคส่วนช่วยกันผลักดันให้เกิดธุรกิจ Startup ใหม่ๆ รวมทั้งสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup ครอบคลุมในทุกขั้นตอนของการพัฒนาธุรกิจ Startup ตั้งแต่ขั้นพัฒนาแนวคิดและทดสอบตลาด ขั้นเติบโต และขั้นเก็บเกี่ยว ผ่านมาตรการสนับสนุนต่างๆ ดังนี้

1. ขั้นพัฒนาแนวคิดและทดสอบตลาด (Idea Stage and Market Testing Stage) เป็นช่วงของการพัฒนาแนวคิด และเปลี่ยนแนวคิดให้เป็น

ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนนำผลิตภัณฑ์ไปทดลองกับตลาด และพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์นั้นให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ซึ่งในขั้นนี้ผู้ก่อตั้งจำเป็นต้องหาแหล่งเรียนรู้ด้านนวัตกรรม ตลอดจนความรู้ทางด้านการประกอบธุรกิจ ซึ่งภาครัฐมีมาตรการส่งเสริม ดังนี้

1.1 มาตรการสร้างภาวะความเป็นผู้ประกอบการการบ่มเพาะกำลังคนด้านดิจิทัล เช่น สำนักส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลและสถาบันอุดมศึกษาทั้ง 4 ภาคร่วมกันพัฒนาขีดความสามารถด้านดิจิทัลให้แก่นักศึกษา โดยจัดตั้ง SIPA Tech Startup Club ซึ่งเป็นโครงการที่เชื่อมโยงนักศึกษาในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศจากสถาบันอุดมศึกษาให้มารวมกลุ่มกัน นำแนวคิดด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่จะนำไปสู่การก่อตั้งเป็นธุรกิจฐานเทคโนโลยี (Tech Startup) ในที่สุด (Digital Economy Promotion Agency [DEPA], 2017) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีการจัดโครงการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ โดยมีการอบรม ฝึกให้เป็นผู้ประกอบการจริง เข้าใจหลักธุรกิจเบื้องต้น สร้างจิตสำนึกการเป็นผู้ประกอบการ การจัดทำแผนธุรกิจเพื่อนำแผนธุรกิจไปปฏิบัติจริง (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2017) กระทรวงศึกษาธิการมีการจัดโครงการสะเต็มศึกษา (Science Technology Engineering and Mathematics Education: STEM Education) ซึ่งเป็นโครงการส่งเสริมการเรียนรู้ที่บูรณาการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ และคณิตศาสตร์ เน้นให้ผู้เรียนนำความรู้ไปแก้ปัญหาในชีวิตจริง และพัฒนาความรู้ไปสู่เชิงพาณิชย์และสร้างธุรกิจใหม่ (STEM Education Thailand, 2014) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีโครงการพัฒนาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ พัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัยแห่งการประกอบการ เพื่อสร้างภาวะความเป็นผู้ประกอบการ สร้างพื้นที่ทำงานร่วม (Co-Working Space) ในมหาวิทยาลัย เพื่อพัฒนาศักยภาพ อาจารย์ บุคลากร

มหาวิทยาลัย และนักศึกษา นอกจากนี้ ยังมีการส่งเสริมธุรกิจ Startup ในระดับภูมิภาค โดยมีการตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ Startup ในส่วนภูมิภาคทั้งภาคเหนือ ภาคใต้ และแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก (Royal Thai Government, 2017)

1.2 **มาตรการส่งเสริมด้านการวิจัยและพัฒนา** เช่น มีศูนย์ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชน เพื่อสนับสนุนธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ จำนวน 10 ศูนย์ เพื่อให้มหาวิทยาลัยจับมือกับบริษัทขนาดใหญ่ร่วมกันพัฒนาธุรกิจ Startup ในรายสาขาตามความถนัดเฉพาะ (Royal Thai Government, 2017)

1.3 **มาตรการพัฒนาเขตนวัตกรรม (Innovation District)** เป็นการวางผังเมืองให้เป็นพื้นที่สำหรับการจัดตั้งสถานประกอบการแบบธุรกิจ Startup และเป็นพื้นที่สำหรับบ่มเพาะธุรกิจ Startup ของไทย โดยสร้างระบบนิเวศที่เหมาะสมให้เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ Startup ซึ่งได้มีการกำหนดพื้นที่ที่จะพัฒนาเป็นเขตนวัตกรรม คือ เขตนวัตกรรมแนวระเบียงกรุงเทพมหานคร เขตนวัตกรรมแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก และกลุ่มเครือข่ายเขตนวัตกรรมภูมิภาค (Royal Thai Government, 2017)

1.4 **มาตรการจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุน** เช่น กระทรวงการคลังมีมาตรการการจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุนในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Private Equity Trust Fund) เพื่อสนับสนุนช่วยเหลือธุรกิจ Startup ที่อยู่ในระดับพัฒนาแนวคิด (Idea Stage) ที่มีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จแต่ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุน (The Secretariat of the Cabinet, 2014) กระทรวงศึกษาธิการมีการจัดตั้งกองทุนตั้งตัวได้ให้กู้ยืมแก่นักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาและสถาบันอาชีวศึกษา หรือบุคคลที่สำเร็จการศึกษาแล้วไม่เกิน 5 ปีการศึกษาที่มีศักยภาพเป็นผู้ประกอบการใช้ลงทุนในการเริ่มต้นธุรกิจของตน (Bureau of Cooperation and Promotion, 2012)

1.5 มาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการจดแจ้งลิขสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญา เช่น สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลร่วมมือกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่ออบรม สัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องรวมถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแปลงทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นทุน (DEPA, 2017)

2. ขั้นเติบโต (Growth Stage) เป็นช่วงที่ธุรกิจ Startup ต้องการขยายขนาดของบริษัท ขยายฐานลูกค้าเพื่อการเติบโต ซึ่งจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก ในขั้นนี้ภาครัฐได้มีมาตรการส่งเสริมดังต่อไปนี้

2.1 มาตรการส่งเสริมการขยายตัวทางด้านการตลาด เช่น กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีร่วมกับทุกภาคส่วนในการสร้างแรงบันดาลใจแก่ธุรกิจ Startup ด้วยการจัดงาน Startup Thailand ขึ้น เพื่อระดมผู้ประกอบการเทคโนโลยีรายใหม่ของประเทศไทยให้มารวมตัวกัน เปิดโอกาสให้พบปะและแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ รวมถึงกลุ่มลงทุนที่พร้อมให้การสนับสนุนทางการเงิน (Royal Thai Government, 2017) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมมีมาตรการสร้างความเชื่อมั่นผ่านการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ เพื่อยืนยันการมีตัวตน เพื่อให้เกิดการขยายตัวทางด้านการตลาด (DEPA, 2017)

2.2 มาตรการส่งเสริมให้ธุรกิจ Startup เข้าถึงแหล่งทุนได้ง่าย เช่น กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมมีมาตรการผลักดันด้านทรัพย์สินทางปัญญา โดยมีการแก้ไขกฎหมายการค้ำประกันสินเชื่อให้สามารถใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในการค้ำประกันสินเชื่อได้ จากเดิมจำกัดแค่ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง รวมทั้งได้ร่วมกับสถาบันการเงินในการปล่อยสินเชื่อให้กับธุรกิจ Startup โดยมีบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) เป็นผู้ค้ำประกันสินเชื่อให้ นอกจากนี้ยังมีสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่ง

ประเทศไทย และการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (The Board of Investment of Thailand หรือ BOI) เป็นต้น

2.3 มาตรการสิทธิประโยชน์ทางภาษี เช่น มาตรการส่งเสริมผู้ประกอบการรายใหม่ (Startup) โดยการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 รอบบัญชี (Jongyusuk, 2016) และมาตรการสิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับกิจการเงินร่วมลงทุน (Venture Capital หรือ VC) ที่ลงทุนในธุรกิจเทคโนโลยี ทั้งจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่กิจการ VC และจากกิจการ VC เข้าสู่ผู้ลงทุน โดยจะได้รับการยกเว้นเป็นระยะเวลา 10 ปีภาษี (Techsauce Team, 2016)

2.4 มาตรการสร้างฐานข้อมูลธุรกิจ Startup โดยกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีมาตรการสร้างฐานข้อมูลธุรกิจ Startup และวัดผลเพื่อประเมินสิ่งที่ได้ทำมา เพื่อให้ผู้ที่สนใจหรืออยู่ในแวดวงธุรกิจ Startup สามารถเข้าถึงข้อมูลในทุกด้าน (Royal Thai Government, 2017)

3. ขั้นเก็บเกี่ยว (Harvest Stage) เป็นช่วงที่เปลี่ยนจากธุรกิจ Startup เป็นองค์กรธุรกิจเต็มรูปแบบเข้าสู่ช่วงมั่นคงและพร้อมที่จะออกจากธุรกิจ (Exit) ในขั้นตอนนี้ภาครัฐได้มีมาตรการส่งเสริมดังต่อไปนี้

3.1 มาตรการส่งเสริมตรายี่ห้อสินค้าและบริการไทยสู่ตลาดโลก กระทรวงพาณิชย์ได้จัดทำโครงการส่งเสริมตรายี่ห้อสินค้าและบริการไทยสู่ตลาดโลก (MOC 4i : Thai Brand Heroes Program) โดยมีการฝึกอบรมเกี่ยวกับแนวคิดการออกแบบ และกลยุทธ์การสร้างตรายี่ห้อ พัฒนาสินค้ากลุ่มตรายี่ห้อที่เป็นฮีโร่ สร้างตรายี่ห้อร่วมกับพันธมิตรที่มีชื่อเสียงในเวทีโลก เน้นการต่อยอดให้เกิดการสร้างตรายี่ห้อร่วมกัน และการสร้างเครือข่ายในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ Startup โดยเน้นตรายี่ห้อที่มีมูลค่าเพิ่มสูง มีตรายี่ห้อเป็นของตัวเองและมีตรายี่ห้อที่เข้มแข็งแล้วต้องการขยายสู่ตลาดโลก (Ministry of Commerce News, 2016)

3.2 มาตรการพัฒนาตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีการพัฒนาระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการระดมทุนและการซื้อขายหลักทรัพย์สำหรับธุรกิจ Startup และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (LIVE Platform) พัฒนาขึ้นเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจ Startup และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการระดมทุนและสร้างสภาพคล่องในการซื้อขายเปลี่ยนมือ ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งให้ธุรกิจเติบโตต่อไปในอนาคต (The Stock Exchange of Thailand, 2017)

สรุป

ประเทศไทยในอดีตที่ผ่านมาแม้มีการพัฒนาเศรษฐกิจมาอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ยังต้องเผชิญกับกับดักประเทศรายได้ปานกลาง ประชาชนยังเกิดความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้ ดังนั้น เพื่อให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่มีขีดความสามารถในการแข่งขัน มีรายได้สูงอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว รัฐบาลจึงปรับตัวแบบในการพัฒนาเศรษฐกิจเข้าสู่ยุคประเทศไทย 4.0 โดยการปรับเปลี่ยนไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม โดยมีการวางยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) เป็นกรอบแนวทางในการพัฒนา โดยยุทธศาสตร์ที่ 2 ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันนั้นมีความจำเป็นต้องพัฒนาสังคมผู้ประกอบการซึ่งต้องมุ่งพัฒนาทั้งด้านผู้ประกอบการและปัจจัยแวดล้อมที่สำคัญ และเพื่อให้เกิดการถ่ายโอนจากระดับยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติจึงมีการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ขึ้น ซึ่งเป็นแผนระยะสั้น 5 ปี โดยมีจุดเน้นและประเด็นหลักในการมุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์หรือด้านกระบวนการผลิตเพื่อใช้ประโยชน์ในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการ ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นที่

ทุกภาคส่วนต้องมุ่งผลักดันให้เกิดธุรกิจ Startup ซึ่งเป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นส่วนสำคัญในการสร้างธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม การจะพัฒนาธุรกิจ Startup ให้มีศักยภาพนั้นภาครัฐจำเป็นต้องทำความเข้าใจถึงขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของธุรกิจ Startup เพื่อจะได้วางมาตรการสนับสนุนได้อย่างตรงจุดครอบคลุมในทุกขั้นตอน เพราะแต่ละขั้นตอนการพัฒนาธุรกิจของธุรกิจ Startup นั้นมีความต้องการการสนับสนุนที่แตกต่างกัน ซึ่งในปัจจุบันพบว่า ภาครัฐได้พยายามสร้างกลไกในการพัฒนาธุรกิจ Startup ครอบคลุมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ขั้นพัฒนาแนวคิดและทดสอบตลาด ขั้นเติบโต และขั้นเก็บเกี่ยว อย่างไรก็ตาม แผนพัฒนาและมาตรการสนับสนุนต่างๆ ในปัจจุบันเป็นเพียงมาตรการระยะสั้นเพื่อวางรากฐานที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาในระยะยาวเท่านั้น การที่ธุรกิจ Startup จะกลายเป็นนักรบพันธุ์ใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไปสู่เป้าหมาย มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน นั้นจำเป็นต้องมีการผลักดันประเด็นการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ประเทศในระยะยาวให้เกิดความต่อเนื่อง และเพื่อให้การพัฒนาสังคมผู้ประกอบการเกิดขึ้นและมีการพัฒนาเติบโตอย่างยั่งยืน ภาครัฐควรมุ่งเน้นการสร้างภาวะความเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นกับเยาวชนตั้งแต่รุ่นเยาว์เพื่อให้เกิดความตระหนักและซึมซับกระบวนการทางความคิด (Mindset) ของการเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่เริ่มต้นจนเป็นบุคคลที่สามารถจัดตั้งธุรกิจใหม่และสร้างความมั่งคั่งให้ตนเองและสังคมได้ในอนาคต ประกอบกับต้องพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเป็นผู้ประกอบการควบคู่กันไปด้วย ซึ่งในส่วนนี้ภาครัฐต้องเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมผลักดันให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

เอกสารอ้างอิง

Aujirapongpan, S., Thongmee, S., & Jutidharabongse, J. (2012). Innovative Organization and Innovative Capability: A Case Study of Koh Samui Hospital. *Journal of Management Sciences*. 29(2), 47-65.

Aujirapongpan, S., Vadhanasindhu, P., Chandrachai, A., & Cooparat, P. (2010). Innovation: Terms and classifications on Innovation which play vital role in the Innovation Capability of the entrepreneurs. *Journal of Business Administration*, 33(128), 49-65.

Blank, S. (2013). *The Four Steps to Epiphany: Successful Strategies for products that win*. Menlo Park: K&S Ranch.

Blank, S. (2013). Why the lean Start-up Change Everything. *Harvard Business Review*, 91, 63-72.

Bureau of Cooperation and Promotion. (2012). *New Business Fund*. Retrieved August 19, 2017, from http://www.mua.go.th/ users/bphe/ bs/money.html

Deelers, S., Tantasanawong, P., & Aujirapongpan, S. (2016). Creative Thinking of Undergraduates in the Higher Education Institute with Creative Identity. *WMS Journal of Management*. 6(1), 16-25.

Digital Economy Promotion Agency. (2017). *DEPA unveils four measures to promote digital startup*. Retrieved August 9, 2017, from http://www.depa.or.th

Global Entrepreneurship Development Institute. (2017). *Global Entrepreneurship Index*. Retrieved July 14, 2017, from https://thegedi.org

Government Spokesman Bureau, The Secretariat of the Prime Minister. (2016). Startup Thailand 4.0. *Thai Khu Fah Journal*, (31), 16-22.

Graham, P. (2012). *Startup = Growth.* Retrieved June 26, 2017, from http://www.paulgraham.com/growth.html

Jiraphanumes, K., Aujirapongpan, S., & Chamchang, P. (2011). The Effect of Entrepreneurial and Strategic Orientation on Innovativeness and Performance: The Empirical Study of the Listed Companies in the Market for Alternative Investment (MAI). *Journal of Management Sciences*, 28(1), 1-15.

Johnson, D. (2001). What is Innovation and Entrepreneurship? Lesson for Large Organizations. *Industrial and Commercial Training*, 33(4), 135-140.

Jongyusuk, A. (2016). Tax measures to promote new entrepreneurs (New Start-up). *The Revenue Department Magazine*, (March, 2016), 16-19.

Kollmann, T. (2006). What is e-entrepreneurship?-fundamentals of company founding in the net economy. *Int. J. Technology Management*, 33(4), 322-340.

Llorach, C., & Ottosson, E. (2016).*The Balanced Scorecard during the early stages of a tech firm - A multiple case study regarding performance management in Swedish tech startups*. Uppsala University. Sweden.

Love, H. (2016). *The Start-Up J Curve: the Six Steps to Entrepreneurial Success*. Texas: Greenleaf Book Group Press.

Mann, C. L. & Sanyal, P. (2010). The Financial Structure of Startup Firms: The Role of Assets, Information, and Entrepreneur Characteristics. *FRB of Boston Working Papers*, (10-17), 1-29.

Maurya, A. (2012). *Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works* (2nd Ed.). California: O'Reilly Media.

McClure, D. (2013). *What is the proper definition of a startup*. Retrieved June 26, 2017, from https://www.quora.com

Measincee, S. (2016). *Thailand 4.0*. Retrieved August 9, 2017, from http://planning2.mju.ac.th/goverment/20111119104835_planning/Doc_25590823143652_358135.pdf

Ministry of Commerce News. (2016). *The Ministry of Commerce is going to develop and promote Thai SMEs/Startup to the global market.* Retrieved August 14, 2017, from http://moc.go.th

Moore, B. (1994). Finance constraints to the growth and development of a small high technology firms. In Huges, A. and Storey, D. J. (eds.). *Finance and the small firm. London*, Routledge, 112-114.

Mueller, S., Volery, T. & Von Siemens, B. (2012). What Do Entrepreneurs Actually Do? An Observational Study of Entrepreneurs' Everyday Behavior in the Start-Up and Growth Stages. *Entrepreneurship Theory and Practice, 36*(5), 995-1017.

NAVA. (2015). *National Venture Capital Association Yearbook 2015*. Retrieved July 23, 2017, from https://mthightech.org/wp-content/uploads/2015/11/NVCA-Yearbook-2015.pdf

Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2017). *Startup development program*. Retrieved August 9, 2017, from http://www.startuptracking.com

Office of the National Economic and Social Development Board. (2016). *The 12th* National *Economic and Social Development Plan (2017-2021).* Retrieved December 20, 2017, from http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422

Office of the National Economic and Social Development Board. (2016). *20-Year National Strategy* (2017 - 2036). Retrieved December 20, 2017, from http://www.nesdb.go.th

Paschen, J. (2017). Choose wisely: Crowdfunding through the stages of the startup life cycle. *Business Horizons*, 60(2), 179-188

Phokachai, T., & Warapongdee, N. (2016). *9 Startups: Revolutionary concept of startup business*. Bangkok: Amarin Printing and Publishing.

Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. New York: Crow Business.

Royal Thai Government. (2017). Government House News: Minister of Science and Technology Interview with MICESpotlight by NCC on the Development and Promotion of Startup Thailand and Startup Thailand 2017. Retrieved August 19, 2017, from http://www.thaigov.go.th/news/contents/details/2902

SME Development Bank. (2017). *SME Development Bank joins Money Expo 2017 in Bangkok, low interest loans, special promotion, launch into Digital 4.0 with its innovative electronic finance loan service.* Retrieved June 26, 2017, from https://www.smebank.co.th

STEM Education Thailand. (2014). *What is STEM Education?.* Retrieved August 19, 2017, from http://www.stemedthailand.org

Thailand Tech Startup Association. (2016). The Whitepaper for Startup Thailand 2016. Retrieved June 26, 2017, from http://www.thailandstartup.org/whitepaper.pdf

The Government Public Relations Department. (2016). Startup Thailand 2016. *Government Newsletters for the People*. *2*(27), 1-12.

The Government Public Relations Department. (2016). Thailand 4.0. *Government Newsletters for the People*. *2*(26), 1-12.

Thesarin, B. (2016). Thailand 4.0 New Economy Model. Retrieved June 21, 2017, from http://www.drborworn.com

The Secretariat of the Cabinet. (2014). *SMEs Private Equity trust fund*. Retrieved August 14, 2017, from http://www.cabinet.soc.go.th

The Stock Exchange of Thailand. (2017). SET News: SET launched the "LIVE" platform at Startup Thailand, launching a platform to increase liquidity. Available Q3 this year. Retrieved August 19, 2017, from https://www.set.or.th/set/newsdetails.do?newsId=14992117712031

The World Bank. (2017). *World Bank Country and Lending Groups*. Retrieved July 14, 2017, from https://datahelpdesk.worldbank.org

Van Praag, C.M. & Versloot, P.H. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Bus Econ, 29*(4), 351-382.

Warapongdee, N. (2017). *SET Your Startup Business Guide.* Bangkok: The Stock Exchange of Thailand.

Xiao, L. (2011). Financing high-tech SMEs in China: A three-stage model of business development. *Entrepreneurship & Regional Development, 23*(3–4), 217–234.