

ระบบนิเวศที่เหมาะสมสำหรับการเกิดและดำรงอยู่ของ Startup: การผสมผสาน ทฤษฎีนิเวศวิทยาประชากร และการอุปมาอุปไมยด้วยระบบนิเวศทางธุรกิจ

ภาคภูมิ ฤกษ์เมธ^{*}

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายระบบนิเวศที่เหมาะสมสำหรับการเกิดและดำรงอยู่ของ Startup ด้วยการผสมผสานทฤษฎีนิเวศวิทยาประชากรและการอุปมาอุปไมยด้วยระบบนิเวศทางธุรกิจ จากปรากฏการณ์การเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องของ Startup และอัตราการล้มเหลวที่สูงถึง 90% จากการที่ Startup อยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ของการคัดสรรของระบบนิเวศ ทำให้อัตราการออกจากตลาดไม่ประสบความสำเร็จอยู่ในระดับที่สูง นอกจากนี้ ความเฉื่อยในเชิงโครงสร้าง ความใหม่ และความเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ล้วนเป็นข้อเสียเปรียบขององค์การในการแข่งขันกับธุรกิจเดิมที่มีอยู่ในตลาด ภายใต้สภาวะแวดล้อมนี้ Startup จึงเปรียบเสมือนสิ่งมีชีวิตเผ่าพันธุ์ต่าง ๆ ทั้ง technologist, technology entrepreneur และ investor ซึ่งต่างเป็นองค์การธุรกิจที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ เมื่อมีสิ่งแวดล้อมที่เปิดโอกาสให้เผ่าพันธุ์เหล่านี้มารวมตัวจะช่วยให้เกิดการเพิ่มขีดความสามารถโดยให้มืองค์ประกอบของความเชี่ยวชาญเพิ่มขึ้น ที่สำคัญคือ จะมีจิตวิญญาณของผู้ประกอบการบนพื้นฐานของนวัตกรรมและเทคโนโลยี ประกอบกับมีโอกาสได้ร่วมทุนกับนักลงทุนต่าง ๆ จะทำให้ออกัสการเกิดของ Startup เพิ่มขึ้นได้ นอกจากนี้ Startup ยังเป็นเผ่าพันธุ์พิเศษที่สามารถกลายพันธุ์ เป็นองค์การที่มีลักษณะเป็นลูกผสมหลังจากที่มีการเรียนรู้และเข้าใจร่วมกันระหว่างความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ความเชี่ยวชาญด้านการประกอบธุรกิจ และความเชี่ยวชาญด้านการลงทุน จะทำให้อัตราการเกิด (birth rate) ของ Startup สูงขึ้น การที่ Startup เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากอย่างรวดเร็ว ทำให้อัตราการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น การต่อสู้ระหว่างนวัตกรรมที่เหนือกว่าจะสามารถนำไปสู่การพัฒนาในเชิงพาณิชย์ที่ตรงตามความต้องการของตลาดได้ดีกว่า รวมทั้งมีกลุ่มลูกค้าจำนวนมากกว่าระดับความเข้มข้นของการแข่งขันนี้จะเป็นกระบวนการคัดสรรให้เกิดอัตราการล้มเหลวตายจาก (mortality rate) ของผู้ที่อ่อนแอกว่า และต้องออกจากตลาดในอัตราที่สูงด้วยเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ในบางธุรกิจ Startup อาจเกิดจุดพลิกผัน (tipping point) เมื่อตัวแบบธุรกิจและนวัตกรรมมีความโดดเด่นจนเป็นที่สนใจของตลาดและนักลงทุน และหากได้มูลค่าของการขายหุ้นที่สูง Startup เหล่านั้นก็อาจออกจากตลาด โดยอาจกลายพันธุ์เป็น Investor ได้ด้วย ดังนั้นการออกจากตลาดของ Startup จึงเป็นไปได้ทั้งการประสบความสำเร็จหรือประสบความสำเร็จล้มเหลว ซึ่งเป็นลักษณะพิเศษของธุรกิจ Startup กฎเกณฑ์สำคัญของการสร้าง Startup จึงจำเป็นที่จะต้องสร้างระบบนิเวศตั้งแต่ช่วงแรกของวงจรชีวิตคือช่วงบ่มเพาะเมล็ดพันธุ์ไปจนถึงการสร้างโอกาสเติบโตด้วยการจัดให้มีสถานที่เพื่อการพบปะและการเจรจาต่อรอง Startup ผู้ประกอบการและนักลงทุนในตลาด นอกจากนี้ การสร้างบรรยากาศให้เกิดทั้งความร่วมมือและการกลายพันธุ์ผ่านกระบวนการเรียนรู้ เช่น ระบบพี่เลี้ยง จะช่วยให้ Startup มีโอกาสประสบความสำเร็จมากขึ้น อย่างไรก็ตาม นวัตกรรมที่โดดเด่นสามารถตอบสนองต่อปัญหาและความต้องการของลูกค้ายังคงเป็นกุญแจสำคัญต่อความสำเร็จของ Startup

คำสำคัญ: Startup ทฤษฎีนิเวศวิทยาประชากร ระบบนิเวศทางธุรกิจ

^{*} สาขาบริหารธุรกิจ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อีเมล: rpharkphoom@gmail.com

An Appropriate Ecosystem for Startup Foundation and Retention: A Synthesis of Population Ecology Theory and Business Ecosystem Metaphor

Pharkphoom Rukhamate*

Abstract

This article is intended to describe the ecology that enables and supports the birth and existence a startup by synthesizing population ecology theory and business ecosystem metaphor. As generally observed startups emerge constantly, but their failure rate is high-up to 90% since they are under selection pressures akin to those in the ecology. Unprofitability leads to a high default rate due to a number of factors, i.e., structural inertia, brand novelty, and disadvantages of small scale operations versus existing businesses in the market. The startup is like an organism of different species such as technologist, technology entrepreneur and investor of a business organization with specific expertise. In an environment providing opportunities for these species to come together, their mutual contribution empowers the combination of expertises. The key is the cooperative spirit of entrepreneurs, on the basis of innovation and technology and the potential venturing investors, that leads to the emergence of a startup. As a result, the startup is a species that can mutate. It is a hybrid organization capable of learning and deciphering technology knowhow. Business expertise and investment expertise will give a higher birth rate of startups. However, fierce competition and a battles among superior innovations can lead to the development of commercial markets and a larger groups of customers. The intensity of competition may push the drop out and the default rates higher as well. Some businesses may reach the tipping points that make them attractive to the market and investors. If the value of the shares is high enough, startup may leave the market or mutate into an investor. Thus the exit from the startup market can be either success or failure. The key to success of a startup is to create an ecosystem from the beginning of the startup's life cycle by creating the opportunity to meet and consultations can take place among startups, entrepreneurs and investors. In addition, the other key to success of the startups is to build an environment for cooperation and mutation based on a learning process, such as mentoring system. However, remarkable innovations addressing existing problems and necessity of customer segments remain essential for a startup to succeed.

Keyword: Startup, population ecology theory, business ecosystem

* Department of Public Administration, Faculty of Political Science, Thammasat University.
E-mail: rpharkphoom@gmail.com

บทนำ

Startup¹ เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการรายใหม่ รวมทั้งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลภายใต้นโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล² การสนับสนุน Startup มีนัยยะในการสร้างการลงทุนในอนาคตบนความคาดหวังว่าจะช่วยให้ประเทศไทยหลุดจากการเป็นประเทศรับจ้างผลิต (OEM)³ ซึ่งแข่งขันกันที่ต้นทุนการผลิตสินค้า ทำให้การพัฒนาไม่สอดคล้องกับการก้าวไปสู่การพัฒนาการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์ ปัจจุบันประเทศไทยมี Startup ไม่ต่ำกว่า 500 บริษัท และมีอัตราการเพิ่มขึ้นในทุกปี พบว่าในปี 2557 มีมูลค่าเงินลงทุน 40,000,000 เหรียญสหรัฐ และในปี 2558 มีมูลค่าเงินลงทุนสูงขึ้นถึงสองเท่าคือ 80,000,000 เหรียญสหรัฐ⁴ ตัวอย่างบริษัท Startup ที่ประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับ ได้แก่ Ookbee และ aCommerce⁵ อย่างไรก็ตามพบว่า Startup มีอัตราการล้มเหลวที่สูงถึง 90%⁶ เมื่อเทียบสัดส่วนแล้วพบว่า มีบริษัทเพียง 1 ใน 12 บริษัทเท่านั้น ที่สามารถคงอยู่และประสบความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ในขณะที่ผู้ประกอบการจำนวนมากหลงทางและไม่ประสบความสำเร็จ รวมทั้งข้อมูลในรายงาน The Global Startup Ecosystem Ranking 2015 ที่กล่าวว่า ธุรกิจโดยทั่วไปหากมีองค์ประกอบที่ดีก็จะมีโอกาสประสบความสำเร็จถึง 75% ในขณะที่ธุรกิจ Startup จะแตกต่างออกไป คือแม้จะมีองค์ประกอบที่ดีเพียงใด ก็อาจมีโอกาสล้มเหลวได้ถึง 75% แม้ตัวเลขจะแตกต่างกันบ้าง แต่ก็แสดงให้เห็นว่า ความล้มเหลวของ Startup มีอัตราที่สูงมาก นำไปสู่คำถามว่า **ทำไมธุรกิจ Startup จึงเป็นธุรกิจที่มีอัตราการล้มเหลวสูงมาก ลักษณะหรือคุณสมบัติอะไรของ Startup ที่มีผลต่ออัตราการคงอยู่และอัตราการออกจากตลาด และสิ่งแวดล้อมที่เป็นนิเวศขององค์การลักษณะใดที่เหมาะสมกับการเติบโตของธุรกิจ Startup โดยไม่ทำให้ล้มหายไปจากตลาด** โดยผู้เขียนได้เลือกบูรณาการทฤษฎีนิเวศวิทยาประชากร (population ecology theory) และการอุปมาด้วยนิเวศทางธุรกิจ (business ecosystem metaphor) มาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการหาคำตอบ สำหรับทฤษฎีแรกมีจุดเด่นที่เน้นกฎของการคัดสรรและการอยู่รอดซึ่งสามารถอธิบายการตาย การคงอยู่ ที่เกิดจากความเฉื่อยเชิงโครงสร้าง (structural inertia) หากแต่ทฤษฎีนี้ยังไม่มีความชัดเจนในการอธิบาย รวมทั้งให้ความสำคัญกับบทบาทของสิ่งแวดล้อมสูง (environmentalism) ขณะที่แนวคิดนิเวศทางธุรกิจ Business Ecosystem มีจุดเด่นในการอธิบายการปรับตัวขององค์การได้ดี โดยเฉพาะการรวมกลุ่มและการกลายพันธุ์ในระบบนิเวศที่มีความเหมาะสม ดังนั้น บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่ออภิปรายทฤษฎีนิเวศวิทยาประชากรและแนวคิดระบบนิเวศทางธุรกิจ การวิเคราะห์ความล้มเหลวของ Startup อันเกิดจากนิเวศและความเฉื่อยขององค์การ รวมทั้งการเกิดและการคงอยู่ของ Startup ในช่วงท้ายของบทความจะเสนอแนะแนวทางสร้างนิเวศสำหรับ Startup โดยจะนำเสนอตามลำดับดังนี้

ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

ทฤษฎีนิเวศวิทยาประชากร (Population Ecology Theory)

ทฤษฎีนิเวศวิทยาประชากร (population ecology theory) เป็นหนึ่งในทฤษฎีองค์การในมุมมองของธรรมชาตินิยม (natural approach) ที่อธิบายนิเวศประชากรองค์การบนฐานความเชื่อที่ว่า องค์การอยู่ในระบบที่ซับซ้อนทำให้ไม่มีความยืดหยุ่นและเป็นอุปสรรคต่อการตอบสนองการเปลี่ยนแปลง (Hannan & Freeman, 1989) มุมมองของทฤษฎีนี้มองข้อจำกัดการศึกษาที่ศึกษาองค์การใดองค์การหนึ่งเพียงองค์การเดียว (focal organization) จึงทำให้มุมมองขององค์การอื่นที่ตอบสนองสิ่งแวดล้อมอื่นที่เหมือนกันถูกมองข้าม ทฤษฎีนี้จึงยกระดับการวิเคราะห์จากองค์การเดียวไปสู่ระดับประชากรขององค์การ (population level) มุมมองของทฤษฎีนี้มองประชากรองค์การตลอดช่วงวงจรชีวิต ทำให้เข้าใจแรงกดดันต่าง ๆ ในแต่ละช่วง ซึ่งเป็นการมองในทางตรงกันข้ามกับทฤษฎีการปรับตัวอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทฤษฎีโครงสร้างตามสถานการณ์ (structural contingency)⁷ ที่มององค์การเป็นระบบพิเศษ สามารถปรับตัวได้กับสิ่งแวดล้อม

แม้ว่าทั้งสองทฤษฎีจะเปรียบเทียบองค์การในฐานะเป็นสิ่งมีชีวิตเหมือนกัน แต่ทฤษฎีนิเวศวิทยาประชากรกลับมองข้อจำกัดของการปรับตัวที่เกิดจากความเฉื่อยของโครงสร้างองค์การ (structural inertia) ที่ยังมีมากเท่าไรจะยิ่งทำให้การปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อให้อยู่รอดมีข้อจำกัดมากขึ้นเท่านั้น ทฤษฎีนี้จึงอธิบายการคัดสรรในกระบวนการทางธรรมชาติ อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดในการอธิบายความเฉื่อยขององค์การยังไม่มีคำตอบชัดเจน เนื่องจากลักษณะของทฤษฎีมีการอธิบายแบบ Non-Rational Model และให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม (environment determinism) โดยมองการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมว่าเป็นตัวกำหนดจำนวนประชากรในกลุ่มอุตสาหกรรม ท่ามกลางสภาพสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง องค์การที่สามารถหาทรัพยากรได้จะสามารถอยู่รอดและไม่ตายจากไป ความอยู่รอดนี้เองเป็นสิ่งที่เกิดจากการคัดสรรจากสิ่งแวดล้อม การนำทฤษฎีนี้มาใช้ข้อดีในการที่สามารถวิเคราะห์อัตราการเกิด (birth rates) อัตราการรวมตัว (merger rates) และอัตราการสิ้นสุด (disbanding rates) นอกจากนี้ ทฤษฎีนี้ยังสามารถเชื่อมโยงอัตราการมีชีวิตร่วมกันของกลุ่มประชากร โดยสามารถนำมาใช้อธิบายว่า อัตราการเกิดและอัตราการตายส่งผลต่อการมีอยู่ขององค์การอื่น ๆ อย่างไร

Hannan และ Freeman (1989) ให้ความสำคัญกับความเฉื่อยเชิงโครงสร้าง (structural inertia) ซึ่งหมายถึงข้อจำกัดในการปรับตัวที่ช้ากว่าการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม โดยทั่วไปความเฉื่อยสามารถแบ่งได้ 2 ประเภทหลักคือ ความเฉื่อยภายใน ได้แก่ ความเฉื่อยที่เกิดจากต้นทุนจม (sunk cost) ที่ลงทุนจำนวนมากแต่ไม่สามารถได้ผลตอบแทนกลับมาได้ทันเวลา หรือความเฉื่อยที่เกิดจากการไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารทำให้ไม่สามารถเตรียมรับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นได้ นอกจากนี้ ในองค์การที่เกิดขึ้นมานานจะมีการเมืองภายในซึ่งก่อให้เกิดความขัดแย้งจนไม่สามารถรวมทีมทำงานได้ หรือองค์การนั้นพัฒนาจนมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ เมื่อต้องการการเปลี่ยนแปลงจึงจำเป็นต้องใช้ต้นทุนจำนวนมาก ซึ่งยากต่อการเปลี่ยนแปลง ส่วนความเฉื่อยประเภทที่สอง เป็นความเฉื่อยที่เกิดจากภายนอก ได้แก่ อุปสรรคด้านกฎหมายและการเงินในการผ่อนปรนให้เข้า-ออกจากตลาดได้อย่างคล่องตัว นอกจากนี้ สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจยังมีข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก ซึ่งล้นแล้วแต่เป็นต้นทุนค่าใช้จ่าย หากองค์การต้องการข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ รวมทั้งต้นทุนในการยอมรับจากการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้เกิดความเฉื่อยที่ทำให้เกิดการล้มหายตายจากขององค์การในอุตสาหกรรม

หลายครั้งที่การอธิบายของนักวิชาการด้านทฤษฎีองค์การมักจะอธิบายถึงกระแสการดึงดูดของนักลงทุน ทำให้เกิดการดำเนินการที่แข่งขันและแย่งลูกค้ากันเอง จึงทำให้อัตราการเกิดลดลง รวมทั้งเมื่อองค์การมีความหนาแน่นสูงก็จะเกิดการแข่งขันและทำให้องค์การที่ไม่สามารถปรับตัวได้ต้องล้มตายไป (Lorsuwanarat, B.E.2556)

ทฤษฎีนิเวศวิทยาประชากรให้ความสำคัญกับการสิ้นสุดขององค์การ (organizational mortality) และอธิบายว่า หากสิ่งแวดล้อมไม่ผันแปรมากนัก อัตราการตายหรือสิ้นสุดขององค์การจะต่ำลงถ้าองค์การมีความเชี่ยวชาญเฉพาะ ในขณะที่องค์การซึ่งมีความเชี่ยวชาญทั่วไปเหมือนองค์การอื่นเหมาะที่จะอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่มีการผันแปรสูง ทฤษฎีนี้ยังอธิบายถึงข้อเสียเปรียบของความใหม่และความเล็ก (liability of newness and smallness) ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญส่วนหนึ่งที่ทำให้้องค์การนั้นออกจากตลาด เนื่องจากองค์การที่เกิดขึ้นใหม่มีแนวโน้มที่จะล้มเหลวสูง เพราะต้องเรียนรู้บทบาทใหม่และต้องใช้ความพยายามอย่างมาก เพราะความใหม่จำเป็นต้องใช้เวลาสำหรับกระบวนการขัดเกลาทางสังคมระหว่างสมาชิกองค์การด้วยกัน นอกจากนี้ ยังต้องแข่งขันกับองค์การที่มีอยู่เดิมซึ่งลูกค้ามีความคุ้นชินแล้ว การอุบัติใหม่ขององค์การที่เกิดขึ้นจึงต้องผ่านกระบวนการคัดสรร (selection process) ซึ่งต้องได้รับความเชื่อถือในการผลิตสินค้าและบริการ หากแต่ความเฉื่อยชาจะทำให้้อัตราการสิ้นสุดลดลงตามอายุ (Hannan & Freeman, 1977)

ข้อโต้แย้งของทฤษฎีนิเวศวิทยาประชากร คือหากมีการกระจุกตัวขององค์การที่มีความชำนาญทั่วไปสูง อัตราการสิ้นสุดขององค์การที่มีความชำนาญทั่วไปจะเพิ่มขึ้น และหากมีความอึดตัวเกิดขึ้นและส่งผลให้การเข้าสู่ตลาดใหม่ขององค์การจะยิ่งยากขึ้น ในทางตรงกันข้าม องค์การที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน จะมีอัตราการสิ้นสุดลดลงและเข้าสู่ตลาดได้ง่ายขึ้น (Singh & Lumsden, 1990)

ข้อเสียเปรียบความเล็ก (liability of smallness) ของขนาดส่งผลต่อความล้มเหลวตายจากขององค์การ (mortality) เช่นกัน และมักเกิดกับองค์การขนาดเล็ก ขณะที่องค์การขนาดใหญ่จะได้รับการปกป้องความล้มเหลวจากชื่อเสียงที่ก่อตั้งมานาน ทั้งนี้ องค์การขนาดเล็กจะเสียเปรียบด้านการระดมทุน และกฎระเบียบของรัฐที่มักก่อให้เกิดผลกระทบต่อการอยู่รอดในระยะยาว แต่หากมีอายุมากขึ้นเรื่อย ๆ จะต้องใช้ต้นทุนสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ที่ดีกับ Supplier และลูกค้าให้มีความมั่นคง จึงรับความเสี่ยงและความเสียเปรียบมากกว่าองค์การที่มีอยู่เดิม (Wholey & Brittain, 1986) ดังนั้น เมื่อองค์การเหล่านี้มีอายุมากขึ้นก็จะมีอัตราการสิ้นสุดที่มีแนวโน้มลดลง

ในแง่เงื่อนไขการเกิดขององค์การ (founding condition) ความหนาแน่นขององค์การอาจจะเพิ่มอัตราการปิดกิจการ เพราะเกิดการแย่งชิงทรัพยากรที่ขาดแคลน และการแข่งขันนี้จะรุนแรงมากขึ้นหากไม่สามารถพัฒนาตนเองให้เหนือคู่แข่งได้ในทุกช่วงอายุขององค์การ มีข้อสังเกตว่า หากองค์การใหม่ปรับตัวด้วยวิธีการใช้ทรัพยากรน้อยเนื่องจากองค์การมีข้อจำกัดด้านทรัพยากร ก็จะมีโอกาสที่จะแข่งขันกับองค์การที่มีอยู่เดิม จึงทำให้อัตราการออกจากตลาดสูงขึ้น เพราะสู้คู่แข่งไม่ได้

สำหรับความหนาแน่นในช่วงการพัฒนาแบบขององค์การจะเพิ่มขึ้นจากการสร้างความชอบธรรมให้องค์การนั้น ร่วมพัฒนากับองค์การอื่น ๆ ส่งผลให้อัตราการสิ้นสุดขององค์การนั้นลดลง แต่เมื่อการเพิ่มความหนาแน่นจนทำให้การแข่งขันมากเกินไปความชอบธรรมอันเกิดจากการสร้างบรรทัดฐาน (norm) ในการเข้าสู่ตลาดซึ่งเป็นไปตามกระแสของการพัฒนาอุตสาหกรรมก็จะทำให้อัตราการออกจากตลาดสูงขึ้น

อย่างไรก็ตาม ข้อวิพากษ์ของทฤษฎีนี้มีลักษณะ “ไม่เป็นเหตุเป็นผล” (irrationality) ไม่สามารถอธิบายความเฉื่อยเชิงโครงสร้างได้มากนัก เพราะเน้นการอธิบายกระบวนการคัดสรรทางธรรมชาติ (natural selection) มากกว่าการปรับตัวขององค์การ (adaptation) ในขณะที่กระบวนการคัดสรรทางธรรมชาตินี้ก็ยังไม่สามารถอธิบายรายละเอียดได้ว่าเป็นอย่างไร (McKinley & Mone, 2005) นอกจากนี้ ทฤษฎีนี้ยังมีข้อจำกัดในการอธิบายว่า เหตุใดองค์การหนึ่งสิ้นสุดลง ในขณะที่อีกองค์การหนึ่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันกลับไม่สิ้นสุด ยิ่งไปกว่านั้น ในทางตรงกันข้ามยังเกิดเป็นองค์การที่ประสบความสำเร็จในตลาดอีกด้วย (Collins & Porras, 1994) ข้อจำกัดอีกประการหนึ่งของทฤษฎีนี้คือ เป็นทฤษฎีที่ไม่เน้นการจัดการ (anti-management theory) อย่างที่ Donaldson (1995) กล่าวไว้ จึงไม่เห็นรายละเอียดและประโยชน์ในการนำไปใช้ในการบริหารงาน อีกทั้งทฤษฎีนี้เป็นการสรุปและอธิบายอุตสาหกรรมในภาพรวม แม้จะเห็นพัฒนาการในแต่ละระยะ รวมทั้งยังมีช่องโหว่ที่ไม่สามารถอธิบายความเฉื่อยขององค์การ (structural inertia) ด้วยข้อจำกัดของการเป็นทฤษฎีที่เน้นบทบาทของสิ่งแวดล้อม (environmentalism) จึงมองข้ามการปรับตัวขององค์การ (adaptation) ที่ทำให้เกิดความอยู่รอด ทำให้อธิบายของทฤษฎีมีนัยยะต่อการจัดการน้อยมาก และที่สำคัญ อำนาจของการอธิบายนิเวศขององค์การที่แท้จริงยังมีข้อจำกัดในการให้คำอธิบายที่ทำให้เกิดความเข้าใจและเห็นภาพจริง เนื่องจากการวิจัยส่วนใหญ่ใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเชิงปริมาณ

การอุปมาอุปไมยด้วยระบบนิเวศทางธุรกิจ (Business Ecosystem Metaphor)

ทฤษฎีวิวัฒนาการและนิเวศวิทยาถูกนำมาใช้ในการอธิบายทางสังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์ ในรูปแบบการเปรียบเทียบในทางชีววิทยา (biological metaphor) การเปรียบเทียบนี้สามารถอธิบายให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของเครือข่ายทางธุรกิจและระบบนิเวศในมุมมองของวิวัฒนาการได้เป็นอย่างดี Corallo และ Protopapa (2007) ชี้ให้เห็นว่า ทฤษฎีวิวัฒนาการทางชีววิทยาเป็นชุดของคำอธิบายในสิ่งที่ไม่ได้ตั้งใจให้เกิด ขณะที่แนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่มีมนุษย์ตั้งใจกระทำ มนุษย์มีความสามารถสร้างสิ่งใหม่และผสมผสานให้เกิดสิ่งประดิษฐ์ ทักษะ รวมทั้งความคิดต่าง ๆ ในการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจที่จำเป็น แนวคิดของการอุปมานี้มีผู้นำไปใช้ประโยชน์ในเชิงทฤษฎีที่เป็นที่รู้จัก ได้แก่ Moore (1993) ซึ่งเป็นผู้ที่มองว่าองค์กรเป็นสมาชิกของอุตสาหกรรม และเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศทางธุรกิจซึ่งข้ามอุตสาหกรรมที่หลากหลาย องค์กรที่อยู่ในระบบนิเวศนั้นจะมีความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมภายใต้เงื่อนไขที่เกิดจากระบบนิเวศ นอกจากนี้ Iansiti และ Levien (2004) ได้มองระบบนิเวศว่าเป็นระบบขององค์กรที่มีเครือข่ายความสัมพันธ์และประโยชน์ร่วมกันนำไปสู่การแข่งขันในรูปแบบใหม่ที่มีความจำเป็นต้องร่วมมือไปในขณะเดียวกัน ด้วย ซึ่งบทความของ Corallo และ Protopapa (2007) ได้อธิบายว่า การอุปมาโดยใช้ ecosystem ทางชีววิทยาทำให้เข้าใจเครือข่ายทางธุรกิจว่าชุมชนขององค์กรที่มีลักษณะและความสนใจที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน แต่ละเผ่าพันธุ์ (species) ในระบบนิเวศจะมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันมากตามบทบาทเฉพาะ (specific roles) ของแต่ละบริษัทในเครือข่ายธุรกิจ ชะตากรรมของสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ร่วมกันจะส่งผลต่อชะตากรรมของสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ในระบบนิเวศเดียวกัน ทั้งในแง่ของความร่วมมือและการแข่งขัน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำหรับใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์ของระบบนิเวศเหล่านั้น (Corallo & Protopapa, 2007)

การอุปมาอุปไมยนิเวศทางธุรกิจได้ปรากฏคำ 4 คำหลัก ได้แก่ การแข่งขัน (competition) วิวัฒนาการ (evolution) การแบ่งพื้นที่และอาณาบริเวณ (landscape) และการสืบทอดทายาท (succession) (Picket & Cadenasso, 2002) ซึ่งทั้ง 4 คำนี้สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะสำคัญของพฤติกรรมสิ่งมีชีวิตเพื่อการดำรงและอยู่รอดในระบบนิเวศคือ เมื่อมีสิ่งมีชีวิตจำนวนมากในระบบนิเวศนั้น ก็จะนำมาซึ่งการแข่งขันแย่งชิงทรัพยากรเพื่อความอยู่รอดและบีบบังคับให้สิ่งมีชีวิตต้องมีการปรับตัว อันเป็นสาเหตุสำคัญของการวิวัฒนาการ รวมทั้งการแบ่งพื้นที่และกำหนดอาณาบริเวณที่จะทำให้เกิดความปลอดภัย นอกจากนี้ ยังจำเป็นต้องมีการสืบทอดทายาท เพื่อให้เผ่าพันธุ์มีจำนวนมากพอที่จะลดความเสี่ยงของการสูญพันธุ์

สำหรับคำว่า ระบบนิเวศทางธุรกิจ (business ecosystem) ได้ถูกนำมาใช้แทนคำว่า Industry โดย Moore (1996) เห็นว่า ระบบนิเวศทางธุรกิจ (business ecosystem) จะเป็นคำสะท้อนลักษณะของการเป็นกลุ่มและเครือข่ายที่สร้างคุณค่ามากกว่าคำว่า อุตสาหกรรม ขณะที่ Abe, Dempsey และ Bassett (1998) ได้กล่าวถึงระบบนิเวศทางธุรกิจในฐานะการออกแบบการจัดการอย่างยั่งยืน โดยหลักของแนวคิดนี้พูดถึงสิ่งมีชีวิตที่อยู่รอดและประสบผลสำเร็จโดยพัฒนาพฤติกรรมจนสอดคล้องกับเป้าหมายและคุณค่าหลัก ซึ่งเรียกว่า “Social DNA” ระบบนิเวศในความหมายนี้คือ สิ่งที่สามารถสร้างให้ธุรกิจดำรงอยู่ด้วยการปรับตัว การจักระบบนิเวศในทางธุรกิจจะช่วยให้การจัดเรียงความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานที่มีลักษณะเสริมซึ่งกันและกันในลักษณะเครือข่าย (Madsen, 2015) โดยระบบนิเวศทางธุรกิจ (business ecosystem) มีลักษณะที่สำคัญดังนี้ (Eisenmann et al., 2009)

1. ระบบนิเวศทางธุรกิจเป็นชุมชนทางเศรษฐกิจที่ถูกจัดให้มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันเยี่ยงสิ่งมีชีวิตที่มีเผ่าพันธุ์ต่างกัน ซึ่งแต่ละสมาชิกจะมีโชคชะตาเหมือนกัน (Karhiniemi, 2009) ดังนั้น ระบบนิเวศทางธุรกิจจึงเป็นระบบนิเวศที่สร้างความผูกพันและเชื่อมโยงจากหลายตัวแสดง อันได้แก่ ผู้ประกอบการ ลูกค้า คู่ค้า ผู้จัดส่งวัตถุดิบ คู่แข่ง และตัวแสดงเชิง

สถาบัน ตัวแสดงเหล่านี้ต่างมีการปรับตัว (adaptation) เหมือนการปรับตัวของสิ่งมีชีวิตให้เข้ากับสภาพแวดล้อม โดยมองว่า การปรับตัวจะเอื้อให้เกิดโครงสร้างและผลลัพธ์ทางธุรกิจที่มากขึ้น ธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีแผนของการปรับตัว และการวัดผลดำเนินงานเพื่อให้ตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม (Holland, 1992)

2. เมื่อเทียบเคียงกับระบบนิเวศจริง ระบบนิเวศทางธุรกิจเป็นระบบนิเวศที่หลากหลายทั้งทางตรงและทางอ้อม มีความเชื่อมต่อกันระหว่างตัวแสดงอย่างหลวม ๆ สนับสนุนการแลกเปลี่ยน การสร้างสรรค์ และการผสมผสานความคิดและความรู้ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างอาณาบริเวณของการเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมในระบบนิเวศ ดังกล่าวนี้อาจมีการวิวัฒนาการร่วมกันในการพัฒนาความสามารถจากความแตกต่าง โดยระบบนิเวศจะเอื้อให้เกิดองค์ความรู้ที่มีการแลกเปลี่ยนแบ่งปันที่เสริมซึ่งกันและกัน

3. การระบุนวัตกรรมและลักษณะที่แตกต่างจะเป็นสิ่งที่ระบบนิเวศทางธุรกิจช่วยทำให้เกิดการพัฒนาวัตกรรมและสนับสนุนระบบนิเวศโดยรวม เนื่องจากระบบนิเวศเป็นการหลอมรวมลักษณะและความสามารถที่คงอยู่ต่อไปโดยร่วมทำให้เกิดวิวัฒนาการในระบบนิเวศร่วมกัน อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า องค์การส่วนใหญ่ในระบบนิเวศที่ทำให้เกิดการเติบโตส่วนใหญ่จะเป็นการนำนวัตกรรมจากภายนอก (outside-in) มากกว่าจะเป็นการพัฒนาเอง (inside-out) หรือการผลิตร่วม (co-innovation) เนื่องจากความร่วมมือมักจะมีปัญหาต่อการผลิตนวัตกรรมใหม่ ๆ และจะมีลักษณะส่งเสริมด้านการตลาดมากกว่าการบริโภค 30-70% ของความร่วมมือที่เกิดขึ้นไม่ได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเพราะนวัตกรรมเหล่านั้นไม่ส่งผลในเชิงพาณิชย์ (Madsen, 2015)

อาจกล่าวได้ว่า ระบบนิเวศทางธุรกิจคือ ชุมชนดังกล่าวนี้จะสร้างคุณค่าให้กับระบบที่อาศัยอยู่จากตัวแสดงที่รายล้อม ประกอบด้วย ลูกค้า ผู้ส่งวัตถุดิบ ผู้ผลิตหลัก คู่แข่ง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เมื่อผ่านกาลเวลาไปจะมีการวิวัฒนาการความสามารถและบทบาทซึ่งนำไปสู่ความสอดคล้องกับทิศทางขององค์การหลักในระบบนิเวศนั้น Moore ใช้อุปมาเพื่อแนะนำว่า บริษัทต่าง ๆ ถูกโอบอุ้มด้วยสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจที่จำเป็นต้องมีวิวัฒนาการร่วมกัน และเป็นสิ่งท้าทายเผ่าพันธุ์ที่เกิดขึ้นใหม่ที่จะต้องปรับตัวบนความสัมพันธ์ของนิเวศเดิมที่มีอยู่ ความสามารถขององค์การที่เป็นพลวัตจะเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการคงอยู่ขององค์การ (Helfat & Winter, 2011) ภายใต้ระบบนิเวศทางธุรกิจ (business ecosystem) นี้ ยังประกอบด้วย เครือข่ายทางธุรกิจที่มีปฏิสัมพันธ์เชื่อมต่อกันจนเหมือนกับเผ่าพันธุ์ต่าง ๆ ในระบบนิเวศจริง สิ่งที่เกิดขึ้นจึงเป็นชะตากรรมร่วมกัน โดยชะตากรรมของเผ่าพันธุ์หนึ่งจะส่งผลต่อเผ่าพันธุ์หนึ่ง (Iansiti & Levien, 2004)

Moore (2003) ได้นำเอาอุปมานี้ไปใช้ในการอธิบายสภาพแวดล้อมของธุรกิจดิจิทัล (digital business) ที่อธิบายบทบาทของอินเทอร์เน็ตภายใต้เศรษฐกิจที่อาศัยฐานข้อมูลเครือข่าย และเทียบเคียงสิ่งมีชีวิตด้วยเว็บไซต์และ www จะมึนัยยะถึงที่ตั้งทางกายภาพ ทำให้เกิดแนวคิดที่ว่า เว็บไซต์จะสร้างชุมชนทางกายภาพ และโลกความเป็นจริง เป็นแหล่งของปัจจัยที่ไม่มีชีวิตในสิ่งแวดล้อม (Peltoniemi & Vuori, 2008) ทุนเปรียบได้กับพลังงานที่ใช้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับการคิดสรรของนิเวศ ซึ่งเกิดขึ้นในระดับ macro และเป็นส่วนสำคัญที่เหมาะสมกับความสามารถในการปรับตัวกับช่องทางและข้อมูลใหม่ ๆ การสื่อสารทางไกลจะเชื่อมโยงชุมชนและทำให้เกิดธุรกิจใหม่ ๆ และเป็นสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจเกิดและตาย ในขณะที่ software จะเปรียบเสมือนสนามบินและระบบประสาทในทางชีววิทยา (Power & Jerjian, 2001)

ระบบของธุรกิจเมื่อเทียบเคียงกับระบบนิเวศทำให้เห็นวิวัฒนาการของธุรกิจในแต่ละขั้น Moore (1996) ได้อธิบายขั้นตอนของการเกิดและเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศทางธุรกิจ 4 ขั้นตอน ได้แก่

1. ขั้นบุกเบิก (pioneering stage) เป็นการสร้างงานในห่วงโซ่คุณค่าใหม่บนฐานของการสร้างประสิทธิภาพและโอกาสในแนวคิดธุรกิจใหม่ ๆ
2. ขั้นการขยายตัว (expansion stage) เป็นการขยายตลาดให้ใหญ่ขึ้น มีการทดสอบศักยภาพของสินค้าในตลาดใหญ่ขึ้น จะมีผู้เสนอตัวใหม่ ๆ ในตลาดใหญ่ ด้วยความร่วมมือในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนหรือ supplier ซึ่งทำให้การเพิ่มของวัตถุดิบและการสร้างตลาดที่ใหญ่ขึ้น
3. ขั้นการเป็นผู้นำ (leader stage) เป็นสภาพแวดล้อมที่นำไปสู่ความมั่นคงและผลตอบแทนที่สูง เป็นขั้นที่จะรักษาความร่วมมือ การมีผลประโยชน์ร่วมกัน การส่งเสริมให้นวัตกรรมแพร่ไปในชุมชน ขั้นตอนนี้จะมุ่งเน้นสร้างระบบนิเวศที่ช่วยสร้างความสามารถในการแข่งขัน
4. ขั้นปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (renewal stage) เป็นขั้นตอนที่สร้างสภาพแวดล้อมให้มีทางเลือกในการลดต้นทุนและมีการลงทุนใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นด้วยการสร้างนวัตกรรมใหม่

นอกจากนี้ ปัจจัยความสำเร็จ (critical success factors) ของการสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ ได้แก่ 1) ความสามารถในการสร้างผลิตภาพ (productivity) ขององค์กร 2) ความสามารถในการอยู่รอดเมื่อเจอภัยคุกคามทั้งจากภายในและภายนอก ทั้งนี้ องค์กรที่อยู่รอดจะมีความสามารถเปลี่ยนแปลงตนเองเมื่อสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป และ 3) ระบบนิเวศควรมีความสามารถในการสร้างความแตกต่างและโอกาสขององค์กรใหม่ โดยทั่วไป ธุรกิจต้องการการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจากการต่อสู้ปกป้องตนเองไปสู่การสร้างความร่วมมือกัน (Iansiti & Levien, 2004)

การวิเคราะห์ระบบนิเวศของ Startup

Startup เป็นโมเดลทางธุรกิจที่เน้นแนวคิด (idea) ในการประกอบธุรกิจเป็นหลัก ซึ่งแนวคิดอาจเป็นเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์และเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ การเริ่มต้นของธุรกิจนี้มักจะเริ่มต้นจากคนเพียงคนเดียวหรือไม่ก็คน โดยทุนที่ไม่สูงมากนัก แต่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในระยะเวลานั้น จะสร้างโอกาสและมูลค่าทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูง ธุรกิจนวัตกรรมไอทีเป็นเพียงส่วนหนึ่งของ Startup ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการหาแนวคิดใหม่ ๆ ด้วยการเข้าถึงแหล่งข้อมูลและเป็นช่องทางในการปล่อยข้อมูลเพื่อดึงดูดนักลงทุนและระดมทุนสาธารณะ (crowd funding) ทำให้ลดข้อจำกัดในการทำธุรกิจ เพราะการทำ Startup ใช้ทุนไม่มาก หรืออาจไม่จำเป็นต้องใช้เงินส่วนตัวหรือกู้ธนาคาร ทุนที่เข้ามาอาจเป็นนักลงทุนรายย่อย (angel investors) หรือกลุ่มทุนขนาดใหญ่ที่เรียกว่า Venture Capital (VC) ซึ่งเป็นกลุ่มองค์กรหรือกองทุนร่วมลงทุนที่ให้เงินมาร่วมลงทุน โดยแลกเปลี่ยนส่วนการถือหุ้นและอำนาจการตัดสินใจในบริบทของธุรกิจ Startup ธุรกิจลักษณะนี้จะเกิดการร่วมลงทุนก็ต่อเมื่อตัวผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะโดดเด่นและมีจำนวนผู้ใช้ผลิตภัณฑ์มากพอ และมีความชัดเจนในแผนธุรกิจ นักลงทุนหรือกลุ่มทุนจึงจะเชื่อมั่นและตัดสินใจร่วมลงทุน

ดังนั้น หากมองจากวิวัฒนาการของ Startup ในช่วงเริ่มต้นซึ่งถือเป็นช่วงเพาะเมล็ดพันธุ์ให้นักเทคโนโลยี (technologist) และผู้ประกอบการเทคโนโลยี (technology entrepreneur) ได้คิดค้น วิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์จนมีรูปแบบที่น่าสนใจบนพื้นฐานของเทคโนโลยีในสาขาต่าง ๆ อาทิ เทคโนโลยีสารสนเทศ วิศวกรรมชีวเคมี โลจิสติกส์ เป็นต้น การคิดค้นนวัตกรรมนี้จะนำไปสู่การสร้างผู้ประกอบการนวัตกรรม IDE (innovative-driven entrepreneur) การสร้าง Ecosystem ของ Startup ในประเทศไทยจึงจำเป็นต้องสร้างบรรยากาศให้เกิดการบ่มเพาะเมล็ดพันธุ์ทั้งการสนับสนุนโดยตรงกับมหาวิทยาลัยและกระทรวงวิทยาศาสตร์ ที่วางทิศทางความร่วมมือของ 3 ฝ่ายตั้งแต่ภาคอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย และหน่วยงานย่อย ๆ ภายใต้วีความร่วมมือของส่วนราชการต่าง ๆ โดยเฉพาะกระทรวง

วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ ร่วมกันบ่มเพาะนวัตกรรม อันเป็นการเริ่มต้นการคิดค้นนวัตกรรมต่าง ๆ ทางวิทยาศาสตร์มาต่อยอดเป็นอุตสาหกรรม หรือกรณีโครงการความร่วมมือในโครงการส่งเสริมการพัฒนานักวิจัยและงานวิจัยเพื่ออุตสาหกรรม การบ่มเพาะส่วนใหญ่ต้องอาศัยเม็ดเงิน เสมือนเป็นปุ๋ยและวิตามินที่ทำให้เมล็ดคงจิ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งงบประมาณจากรัฐบาล ผ่านกระทรวง สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ทั้งนี้ บางโครงการจะมีการสนับสนุนจากผู้ประกอบการเป็นการสมทบให้หรือบางโครงการเป็นการให้เปล่าจากรัฐ เช่น โครงการ Startup Voucher รายละเอียดและตัวอย่างดังกล่าอยู่ที่ 1

กล่องที่ 1

การดำเนินการเกี่ยวกับระบบนิเวศของ Startup โดยภาครัฐ

- การพัฒนามาตรการ กลไกต่าง ๆ โดยภาครัฐ

นโยบายและแผนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2555-2564) ได้กำหนดนโยบายมาตรการที่เกี่ยวข้องกับ Startup ได้แก่ 1) การให้เงินเปล่าสมทบ (matching grants) และเงินร่วมลงทุน (equity financing) ภาครัฐ ได้แก่ STI Seed Fund, Startup Fund and Early Growth Fund 2) การพัฒนาระบบการลดหย่อนภาษีนิติบุคคลเพื่อการวิจัยและพัฒนา 3) ระบบจับคู่ธุรกิจออนไลน์ เช่น ตลาดนวัตกรรม.com 4) การจัดทำ STI Channel และ STI Mall 5) การเพิ่มช่องทางการตลาดสำหรับสินค้านวัตกรรม เช่น ศูนย์แสดง ศูนย์กระจาย และศูนย์จำหน่ายสินค้านวัตกรรมเชิงบูรณาการความร่วมมือของหน่วยปฏิบัติ

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมแห่งชาติ ได้ดำเนินงานโครงการนโยบายและมาตรการการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ ในปี 2559 โดยจะจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาระบบนิเวศเพื่อส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมใหม่ และจัดทำมาตรการและกิจกรรมส่งเสริมพัฒนามหาวิทยาลัยแห่งการพัฒนาผู้ประกอบการ

- การบ่มเพาะธุรกิจ (Business Incubation)

การบ่มเพาะธุรกิจคือ กระบวนการพัฒนาธุรกิจรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นกลไกที่ช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้อย่างเป็นระบบ ด้วยการเชื่อมโยงผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษาและเครือข่ายองค์กรที่เกี่ยวข้องมาให้คำปรึกษา ฝึกอบรม ถ่ายทอดองค์ความรู้ทั้งด้านเทคนิคและธุรกิจ นอกจากนี้ ยังมีการเชื่อมโยงความช่วยเหลือและสนับสนุนจากรัฐและภาคเอกชนให้อีกด้วย เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมของตนขึ้นได้ และสามารถดำเนินธุรกิจของตนเองได้สำเร็จ ทั้งนี้ การบ่มเพาะสามารถดำเนินการได้ตั้งแต่ 1) ช่วงเริ่มแนวคิดจะก่อตั้งธุรกิจหรือช่วงเริ่มต้นธุรกิจ 2) ช่วงที่ทำธุรกิจแล้วและต้องการปรับปรุงธุรกิจที่มีอยู่ 3) ช่วงที่ธุรกิจเริ่มมั่นคงแล้ว และต้องการพัฒนาความเข้มแข็งและเร่งความเติบโตของธุรกิจ

ในประเทศไทยเริ่มมีการดำเนินโครงการเกี่ยวกับการบ่มเพาะธุรกิจเป็นครั้งแรกในปี 2545 โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานแรกที่เริ่มดำเนินงานโครงการ ต่อมาได้มีหน่วยงานหลักที่ให้การส่งเสริมกิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจเพิ่มขึ้น ได้แก่ 1) สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ที่สนับสนุนให้มหาวิทยาลัยจัดตั้งหน่วยบ่มเพาะธุรกิจเพื่อส่งเสริมให้นักศึกษา อาจารย์ และนักวิจัยให้เป็นผู้ประกอบการรายใหม่อย่างเป็นระบบ 2) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ให้การสนับสนุนทั้งมหาวิทยาลัยและภาคเอกชนในการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ 3) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

ส่งเสริมกิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยีภายใต้อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย ที่จัดตั้งหน่วยบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยีขึ้นเพื่อเป็นการสร้างธุรกิจเทคโนโลยีและวางรากฐานงานบริการแก่เอกชนแล้วขยายผลเป็นอุทยานวิทยาศาสตร์ในภูมิภาคต่อไปในอนาคต เป็นต้น

ปัจจุบัน ประเทศไทยมีหน่วยบ่มเพาะธุรกิจกว่า 60 แห่งภายใต้การสนับสนุนจากทั้ง 3 หน่วยงานดังกล่าว ดังนั้น 3 หน่วยงานจึงร่วมกันจัดตั้ง “สมาคมหน่วยบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ไทย (Thai Business Incubators and Science Parks Association: Thai-BISPA) เพื่อเป็นศูนย์กลางเครือข่ายของกิจกรรมบ่มเพาะธุรกิจและอุทยานวิทยาศาสตร์ของประเทศในการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจใหม่ให้เกิดขึ้นในประเทศ และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระดับสากล โดยมีโครงการที่สำคัญคือ โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs Creation: NEC) และโครงการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะ SMEs 5 ภูมิภาคและรายสาขา (incubation center) เป็นต้น

- ตัวอย่างการสนับสนุน Startup ของภาครัฐ

1) **Startup Voucher** เป็นทุนสนับสนุนให้แก่ Startup ที่มีมูลค่าสูงสุดถึง 800,000 บาท โดยสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เพื่อให้ Startup ใช้ในการเสริมศักยภาพทางการผลิตและการค้า หรือสร้างยอดขาย โดยจะต้องนำเงินสนับสนุนดังกล่าวไปดำเนินการตามข้อเสนอโครงการของ Startup ซึ่งผ่านการพิจารณาจาก สวทช. แล้ว โดยส่วนใหญ่จะเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับผู้เชี่ยวชาญที่ปรึกษา การวิเคราะห์และทดสอบที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การจัดกิจกรรมเพื่อการตลาดและการขายสินค้า และการประชาสัมพันธ์สินค้า เป็นต้น

2) การจัดงาน “Startup Thailand 2016” ซึ่งเป็นเวทีเปิดตัวธุรกิจ Startup ในประเทศไทย จำนวนกว่า 180 ราย เพื่อเปิดโอกาสให้ Startup และนักลงทุนได้มีโอกาสมาพบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็ง เพื่อสนับสนุนให้เกิดการขยายธุรกิจและการสร้างตลาดใหม่ทั้งในและต่างประเทศ และนำไปสู่การเติบโตแบบก้าวกระโดด นอกจากนี้ ยังสามารถสร้างความตื่นตัว และสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เช่น นักเรียน นักศึกษาอาชีวศึกษา ผู้ที่เพิ่งเริ่มทำงาน และเกษตรกรยุคใหม่ เป็นต้น รวมทั้งยังสามารถช่วยให้นักธุรกิจ SMEs ได้เข้าใจและรู้จัก Startup สามารถนำไปต่อยอดธุรกิจได้

3) **คณะกรรมการด้านการส่งเสริม SMEs Startups & Social Enterprises** ซึ่งจัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ประสานและเชื่อมโยงให้นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมาเป็นพี่เลี้ยงให้ SME รายเล็ก จัดหาสถาบันการเงินเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนที่เข้าถึงได้ สร้างระบบ “Ecosystem” เพื่อสร้างโอกาสและเร่งรัดการเติบโตของ Startup รวมทั้งการให้บริการด้านการเงิน

4) **ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (เอสเอ็มอีแบงก์)** ได้จัดทำโครงการสนับสนุน SMEs-Startup ผ่านศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ อุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีและมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยจะสนับสนุนผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาให้สามารถประกอบธุรกิจในเชิงพาณิชย์ได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ ยังมีการพิจารณาร่วมลงทุนกับ SMEs-Startup ที่มีศักยภาพด้วย

5) **ธนาคารออมสิน** จัดทำโครงการประกวด “ออมสิน สุดยอดแนวคิดพลิกธุรกิจไทย” โดยจะสนับสนุนกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพและความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาธุรกิจ ซึ่งเป็นหนึ่งในการให้โอกาสแก่กลุ่ม Startup ด้วย โดยผู้ผ่านการคัดเลือกจะได้เข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาแนวคิดและทักษะทางธุรกิจ ทั้งนี้ ผู้ชนะเลิศการประกวดจะได้รับเงินสนับสนุนถึง 1,000,000 บาท

นอกจากบทบาทของภาครัฐแล้ว ภาคเอกชนก็มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ ไม่ว่าจะ เป็นกลุ่มธนาคารหรือผู้ให้บริการสัญญาณโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นกลุ่มทุนขนาดใหญ่ มีอำนาจทางการเงินและมีฐานของลูกค้าจำนวนมาก ตัวอย่างดูในกล่องที่ 2

กล่องที่ 2

ตัวอย่างการสนับสนุน Startup ของภาคเอกชน

- คณะทำงานด้านส่งเสริม SMEs & Startup ภาคเอกชน

คณะทำงานฯ ได้ผลักดันให้เกิดบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ “**สานพลังประชารัฐ ส่งเสริมวิสาหกิจ SMEs Startup & Social Enterprises**” โดยเป็นการลงนามระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการเงิน และสถาบันการศึกษาต่าง ๆ รวมทั้งสิ้นกว่า 60 องค์กร ได้ร่วมลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่างกลุ่มภาคี โดยหนึ่งในข้อตกลงที่สำคัญคือ กรอบ MOU Startup and IDE ซึ่งมีบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ 1 ฉบับคือการสนับสนุนและพัฒนาระบบนิเวศ (eco-system) ให้ผู้ประกอบการใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม IDE Startup

- บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) (เอไอเอส)

เอไอเอส ดำเนินโครงการเพื่อสนับสนุน Startup อย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี 2554 ด้วยโครงการ “AIS Startup Weekend Bangkok 2011” ที่เปิดโอกาสให้นักคิด นักสร้างสรรค์ และผู้ประกอบการไทยได้มีโอกาสพบปะ แลกเปลี่ยน และดำเนินธุรกิจร่วมกัน โดยจัดขึ้นถึงกว่า 325 ครั้ง ใน 30 ประเทศทั่วโลก

ต่อมา เอไอเอส ได้จัดเวที “AIS The Startup” เพื่อเปิดโอกาสให้ Incubated Content Partner (ICP) ได้เข้าร่วมเป็นดิจิทัลพาร์ทเนอร์กับเอไอเอส โดยการจัดประกวดแนวคิดและข้อเสนอโครงการ โดยผู้ชนะจะได้ออกแบบและนำผลงานออกสู่ตลาดจริง โดย ICP นี้จะได้รับการบ่มเพาะจากเอไอเอส ภายใต้แผนทางธุรกิจที่ถูกออกแบบมาเป็นพิเศษ พร้อมทั้งได้รับการสนับสนุนจากกลุ่ม Regional Seed Network (RSN) ซึ่งเป็นเครือข่ายพันธมิตรในเครือสิงเทล ที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อผลักดัน Startup ในเครือให้ก้าวไปสู่ระดับภูมิภาคอย่างจริงจัง

โครงการล่าสุดที่เอไอเอสจัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุน Startup คือ “AIS The Startup CONNECT” ที่เปิดโอกาสให้ Startup นำเสนอแนวคิดและโครงการแก่เอไอเอสได้ตลอดเวลาผ่านทาง www.ais.co.th/thestartup โดยไม่ต้องเสนอผลงานผ่านการประกวดเช่นเดียวกับเวที AIS the startup โดยผู้ที่ได้รับคัดเลือกจะมีโอกาสร่วมกับเอไอเอส ต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์และวางแผนทางธุรกิจการตลาด

- บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (ทรู)

ทรูได้ดำเนินโครงการ True Incube มาตั้งแต่ปี 2556 ซึ่งเป็นโครงการคัดเลือกผู้ชนะการประกวดแนวคิดและข้อเสนอโครงการ มาเข้าร่วมโปรแกรมเพื่อบ่มเพาะผู้ประกอบการไทยด้านเทคโนโลยี เพื่อสร้างโอกาสให้สามารถสร้างธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ โดยมีพันธมิตรผู้พัฒนาเหล่า Startup ที่มีชื่อเสียงระดับโลก มาร่วมดำเนินงานในโครงการด้วย โดย True Incube จะสนับสนุนเงินลงทุนเบื้องต้นให้แก่ทีมผ่านในรอบ 2 ของโครงการในวงเงินทีมละ 500,000 ถึง 1,000,000 บาท การเข้าร่วมฝึกอบรมอย่างเข้มข้นจากที่ปรึกษาจากเครือข่ายพันธมิตรที่มีชื่อเสียงระดับโลก ผู้เชี่ยวชาญจากสาขาต่าง ๆ และผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ การสนับสนุนทางด้านเทคนิคและโครงสร้างพื้นฐาน พร้อมโอกาสการเข้าถึงผู้ใช้บริการของกลุ่มทรู การขยายฐานธุรกิจด้วยการจับคู่พันธมิตรทางการค้าร่วมกับนักธุรกิจและนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ สถานที่ทำงาน Co-Working Space ตลอดจนการเข้าร่วมโปรแกรม ซึ่งทีมที่พร้อมที่สุดหนึ่งทีมจะได้มีโอกาสเข้าเรียนรู้การทำงาน

กับ 500 Startups องค์กรผู้พัฒนา Startup ชั้นนำของโลกที่ซิลิคอน วัลเลย์ ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อเปิดมุมมองธุรกิจ Startup ระดับโลก

- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารไทยพาณิชย์จัดตั้งบริษัท Digital Ventures โดยจะมีโครงสร้างการทำงาน ได้แก่ 1) Venture Capital หรืองานด้านลงทุนที่จะค้นหา Startup ด้าน Fin Tech ที่ธนาคารจะร่วมลงทุนด้วย 2) Incubator หรือโครงการบ่มเพาะ สร้างชุมชน Tech Talent ด้านการเงิน พร้อมให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เช่น การตลาด กฎหมาย เงินทุนตั้งต้น 3) Lab คืองานคิดค้นสินค้าและบริการด้าน Fin Tech แบบใหม่

- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ธนาคารกสิกรไทยได้ให้บริการสนับสนุนธุรกิจเริ่มต้นกสิกรไทย (K-SME Startup Solutions) เพื่อให้สินเชื่อแก่ Startup ที่มีแนวคิดและข้อเสนอโครงการที่น่าสนใจ นอกจากนี้ ธนาคารกสิกรยังจัดตั้งบริษัท กสิกร บิซิเนส-เทคโนโลยี กรุ๊ป (KASIKORN Business-Technology Group: KBTG) ซึ่งปัจจุบันได้ร่วมมือกับบริษัท Angels Den ซึ่งเป็นบริษัทแนะนำการลงทุนให้แก่ Startup ที่มีชื่อเสียงในทวีปยุโรป โดยจะร่วมกันพัฒนาการลงทุนใน Startup ในประเทศไทยและทั่วโลก

อย่างไรก็ตาม สถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ (Massachusetts Institute of Technology: MIT) ได้แนะนำว่า การจะมีผู้ประกอบการนวัตกรรมได้จะต้องมีการสนับสนุนอย่างจริงจัง ดังนั้น การลงทุนระยะแรกที่เป็นการทำวิจัยและพัฒนาจำเป็นต้องสร้างแรงจูงใจให้พัฒนาและสนับสนุนเม็ดเงิน จนทำให้นวัตกรรมเป็นที่ต้องการในเชิงตลาดพร้อมพัฒนานวัตกรรมไปในเชิงพาณิชย์ ในช่วงนี้ถือเป็นช่วงบ่มเพาะเมล็ดพันธุ์ และเร่งหวานเมล็ดพันธุ์ไปในจุดต่าง ๆ ทั้งผู้ประกอบการเดิม ผู้ประกอบการใหม่ อุตสาหกรรม สถาบันวิจัย กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในสิ่งแวดล้อมของ ecosystem ที่เป็นเทคโนโลยีนั้น มีกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญและอาจเรียกว่า เผ่าพันธุ์ (species) หลักในการเกิด Startup 3 เผ่าพันธุ์ ได้แก่

1) Technologist คือนักเทคโนโลยี ซึ่งเป็นคนที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยี ซึ่งหมายรวมถึง คนที่คิดค้นเทคโนโลยี/นวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์เท่านั้น

2) Technology Entrepreneur คือผู้ประกอบการเทคโนโลยี ซึ่งเป็นผู้นำเอาผลิตภัณฑ์ ระบบ หรือนวัตกรรมไปสร้างกำไรให้กับบริษัทในเชิงพาณิชย์

3) Technology Investor คือนักลงทุนเทคโนโลยี ซึ่งเป็นนักลงทุนทั้งรายย่อยที่เรียกว่า Angel Investment หรือกลุ่มร่วมลงทุนขนาดใหญ่ Venture Capital รวมทั้งกองทุนร่วมลงทุนที่เป็นกองทุนเปิด (private equity fund)

ในช่วงบ่มเพาะเมล็ดพันธุ์นี้ต้องสร้างโอกาสให้เกิดการพัฒนาและเกิดผู้สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ที่สามารถต่อยอดในเชิงพาณิชย์ให้เกิดเผ่าพันธุ์ Technologists และต้องสร้างบรรยากาศทำให้เกิดผู้ประกอบการเทคโนโลยี Technology Entrepreneur ซึ่งอาจเป็นเรื่องยากสำหรับประเทศไทยที่เพิ่งจะเริ่มปลูกฝังวัฒนธรรมของการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ Technology Investor ก็เป็นกลุ่มที่ต้องให้ความสำคัญที่จะเป็นผู้ลงทุนหรือให้ทุนสนับสนุนการวิจัยสิ่งใหม่ ๆ ที่นำมาพัฒนาเชิงพาณิชย์ได้ การสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการสร้างเผ่าพันธุ์ทั้ง 3 ให้มากที่สุดจึงเป็นเงื่อนไขเบื้องต้นที่สำคัญ และยังมีจำนวน 3 เผ่าพันธุ์มากเท่าไร โอกาสของการเกิดผู้ประกอบการนวัตกรรมก็จะยิ่งสูงขึ้นเท่านั้น

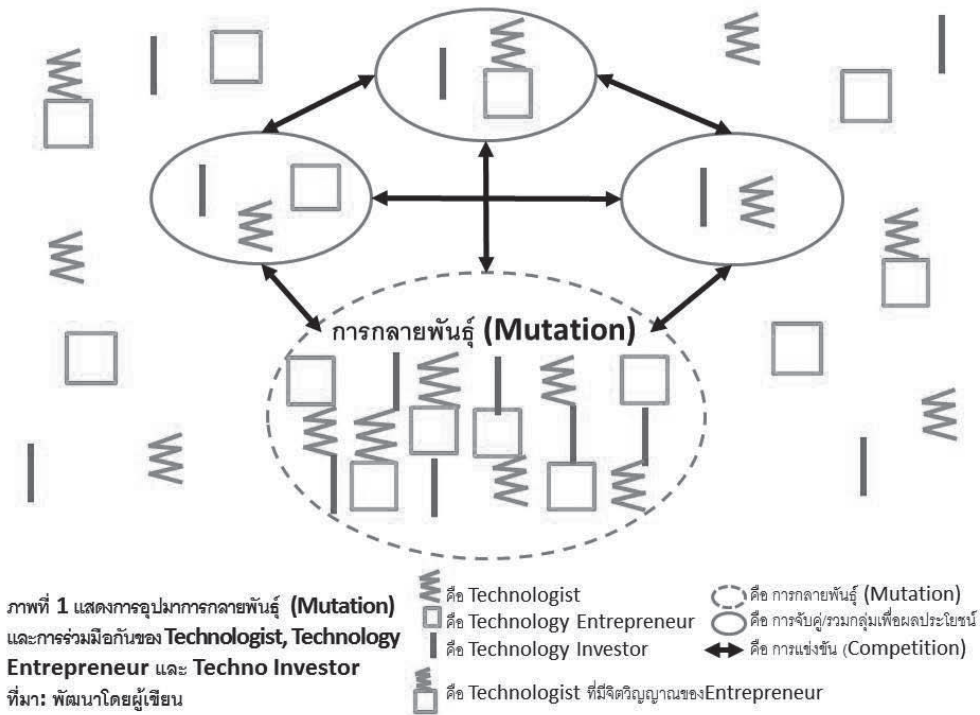
ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการคงอยู่และการตายของธุรกิจ Startup มีดังนี้

การได้ประโยชน์ร่วมกัน (Protocooperation)

การจับคู่ (matching) เป็นบรรยากาศที่เกิดความร่วมมือระหว่าง 3 เผ่าพันธุ์ เป็นเงื่อนไขสำคัญในการเกิด Startup เพราะจะทำให้เกิดการผสมผสานจุดแข็งแต่ละด้าน ซึ่งอย่างน้อยคือ ความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและความสามารถในการพัฒนานวัตกรรม อย่างไรก็ตาม ความสามารถนั้นจำเป็นต้องอาศัยเงินทุน ตั้งแต่การเพาะเมล็ดพันธุ์ นอกจากการสนับสนุนเงินทุนโดยภาครัฐแล้ว ภาคอุตสาหกรรมยังจำเป็นต้องสนับสนุนเงินทุนบ่มเพาะผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการเกิดใหม่ ซึ่งอาจเรียกว่า Seed Fund⁹ ไปจนถึงการตลาดและขยายตลาดที่ต้องการเงินทุนจำนวนมาก ทั้งนี้ สินค้าต้องมีความเป็นไปได้ในเชิงการตลาดด้วย ความร่วมมือในการลงทุนนี้อาจเกิดขึ้นได้ทั้ง Technologists และ Technology Investor ไม่ว่าจะเป็น Angel Investor, Venture Capital หรือ Private Equity หรือการร่วมลงทุนอาจเกิดจาก Technologists ที่มีความเป็น Entrepreneur กับเหล่า Investor แต่ละประเภท หรือเป็นความร่วมมือ 3 ฝ่าย ตั้งแต่นักลงทุน ผู้ประกอบการที่เข้าไปจับคู่กับ Technologists และหาผู้ร่วมลงทุนที่เป็น Technology Investor ความร่วมมือนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการได้ประโยชน์ร่วมกัน (protocooperation) ภายใต้บทบาทที่แตกต่างกันในระบบนิเวศ ซึ่งบรรยากาศนี้จะก่อให้เกิดจำนวนของ Startup มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังคงมีคำถามต่อว่าจะสร้างนิเวศอย่างไรให้เกิดการกระตุ้นและเร่งความร่วมมือของ 3 เผ่าพันธุ์นี้

การกลายพันธุ์ (Mutation)

ดังที่กล่าวแล้วว่า ทั้ง 3 เผ่าพันธุ์นี้มีบทบาทที่เสริมซึ่งกันและกันในระบบนิเวศทางธุรกิจ และไม่สามารถทำหน้าที่แทนกันได้ จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ขณะที่การที่จะเกิดและอยู่รอดในตลาด จำเป็นต้องอาศัยคุณสมบัติทั้งสามนี้ ส่งผลให้แต่ละเผ่าพันธุ์เกิดการกลายพันธุ์ไปในส่วนที่สามารถสร้างความแข็งแกร่งให้กับตนเอง และเริ่มแสดงบทบาทใหม่ ๆ เช่น จากการทำเป็น Technologist เดิม กลายมาเป็น Technology Entrepreneur¹⁰ ขณะที่ Technology Entrepreneur บางครั้งก็กลายมาเป็น Technology Investor เนื่องจากต้องสร้างความเข้าใจในการตัดสินใจเกี่ยวกับตลาดหรือการลงทุน หรือบางครั้งจาก Technology Entrepreneur ก็กลายมาเป็น Technologist (ดูภาพที่ 1) การกลายพันธุ์ทั้ง 3 เผ่าพันธุ์นี้ อาจทำให้เกิดจำนวนของบริษัท Startup มากขึ้น ดังนั้น ถ้าหากระบบนิเวศช่วยสร้างเสริมให้เกิดการเพิ่มจำนวน และกระตุ้นให้เกิดการกลายพันธุ์ก็จะทำให้กลุ่มผู้ประกอบการ Startup นั้นเกิดขึ้นมาเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ ในทางปฏิบัติ การเป็น Technologist ที่มีจิตวิญญาณของ Entrepreneur ต้องเรียนรู้และได้รับถ่ายทอดจากประสบการณ์ตรง รวมทั้งต้องการการถ่ายทอดจิตวิญญาณซึ่งเปรียบเสมือน DNA ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างผู้ประกอบการ Startup รายใหม่ ๆ โดยเฉพาะในประเทศไทย



ภาพที่ 1. แสดงการอุปมาการกลายพันธุ์ (Mutation) และการร่วมมือกันของ Technologist, Technology Entrepreneur และ Techno Investor
ที่มา: พัฒนาโดยผู้เขียน

การแข่งขัน (Competition)

ต้องยอมรับว่า ส่วนหนึ่งของการเกิด Startup มาจากความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและการสร้างนวัตกรรม อย่างไรก็ตาม ผู้สนใจจำนวนมากไม่ยอมเกิดแรงจูงใจเนื่องจากต้องการได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจนเกิดเป็นกระแส Startup ในระยะเริ่มต้นจำนวนผู้สนใจตั้งต้นจึงมีจำนวนมากและสร้างความหวังให้กับผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ จนทำให้จำนวน Startup เพิ่มขึ้นอย่างมาก แต่จำนวนที่ประสบความสำเร็จกลับมีไม่มาก ทั้งนี้ เป็นเพราะเกิดการแข่งขันเพื่อเป็นผู้รอดในสนามแข่งขัน หลุดรอด และได้รับการคัดสรรจากนิเวศให้คงอยู่ในตลาด จากจำนวน Startup ที่เพิ่มขึ้นนั้นพบว่า มีทั้งนวัตกรรมของ Startup ที่คล้ายคลึงกัน และหลายนวัตกรรมยังพัฒนาไปใช้ประโยชน์ไม่ได้ดีจึงไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ท่ามกลางการแข่งขันเหล่านี้ Startup จึงเผชิญความท้าทายและแย่งชิงทรัพยากรในตลาด รวมทั้งแย่งชิงการจับคู่ ทำให้มีการชนฆ่ากันเอง ผู้ที่แข็งแกร่งและเป็นที่ต้องการของตลาดน้อยกว่าต้องออกจากสนามแข่งขัน จึงดูเหมือนธรรมชาติเป็นตัวคัดสรร ทั้งนี้ ความสามารถในการทำกำไรจากนวัตกรรมที่แตกต่างจะเป็นเครื่องคุ้มกันภัยเช่นเดียวกับสิ่งมีชีวิตมี เช่น การอำพรางตัว การมีกระดองและเปลือกแข็งห่อหุ้ม หรือการมีกระแสไฟฟ้าในสัตว์บางชนิด เป็นต้น

อาจกล่าวได้ว่า การจับคู่เพื่อให้อยู่รอดและได้ประโยชน์ร่วมกัน (protocooperation) และการกลายพันธุ์ (mutation) เป็นปรากฏการณ์ของ Startup ซึ่งเปรียบได้กับสิ่งมีชีวิตชนิดหนึ่งที่มีลักษณะพิเศษ อาศัยทั้งการรวมตัวกันและการกลายพันธุ์ ทำให้เกิด Startup และช่วยให้คงอยู่ในระบบนิเวศได้ตราบเท่าที่มีการแข่งขัน (competition) อัตราความล้มเหลวและการออกจากตลาดจะมากขึ้นเรื่อย ๆ นอกเหนือจากการแข่งขันและการแย่งชิงทรัพยากรแล้ว

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความล้มเหลวจนต้องออกจากตลาดยังเกิดจากข้อเสียเปรียบของความใหม่และความเล็ก (liability of newness and smallness) ของ Startup อีกด้วย

ข้อเสียเปรียบของความใหม่ (Liability of Newness)

Startup เป็นธุรกิจที่เน้นแนวคิด (idea) ด้านเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมในการประกอบธุรกิจเป็นหลัก ซึ่งแนวคิดจะนำไปสู่การสร้างสรรคและเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ การเริ่มต้นของธุรกิจนี้มักจะเริ่มต้นจากคนเดียวคนเดียวหรือไม่กี่คน โดยทุนที่สูงมาก แต่ก็มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในระยะเวลาอันสั้น ดังนั้น ความสดใหม่ของบริษัทและนวัตกรรมที่คิดค้นจึงมีคุณค่าในตัวเอง ในขณะเดียวกัน ความใหม่ของ Startup ก็มีข้อเสียเปรียบหลายประการ เนื่องจากข้อเสียเปรียบความใหม่เป็นความเสี่ยงที่องค์กรในช่วงเริ่มต้นจัดตั้ง (initial point) เพราะต้องปรับบทบาทในนิเวศ ซึ่งต้องใช้เวลาและทรัพยากร โดยเฉพาะเงินทุน ที่สำคัญยังไม่ได้สร้างความไว้วางใจให้แก่พนักงานในบริษัท รวมทั้งยังไม่มีลูกค้าที่แน่นอน ซึ่งถือเป็นความเสี่ยงที่สำคัญ นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นยังทำให้อัตลักษณ์และตัวตนของบริษัทไม่ชัดเจน หาก Startup ไม่มีการเรียนรู้ประสบการณ์มาก่อนและมีข้อสงสัยในความสามารถในการสร้างเครดิต¹¹ และหากเปรียบเทียบระหว่างช่วงบ่มเพาะ (incubation) กับช่วงหลังการรวมตัวเป็น Startup จะเห็นความไม่แน่นอนของทั้งนวัตกรรมและองค์การว่าจะมีลักษณะอย่างไร ทั้งนี้ในระดับ idea ของการทำธุรกิจยังมีความไม่แน่นอนสูงในขั้นบ่มเพาะ ด้วยความที่ยังไม่มีตัวตนจากการที่ยังไม่แน่ใจในตัวนวัตกรรมว่าจะตอบสนองตลาดได้หรือไม่ รวมทั้งโอกาสของความซ้ำหรือคล้ายคลึงใน Idea การที่ยังไม่เห็นลูกค้า ไม่มีพนักงาน และไม่รู้จักตลาด ทำให้มีความเสี่ยงในการให้ทุน ในขั้นตอนนี้จึงมักพึ่งพาหน่วยงานที่ให้ทรัพยากร เช่น ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยและขณะที่ความเสี่ยงของ Startup จะเกิดจากการลดการให้เงินสนับสนุนหรือบริจาคร หรือไม่มีความต่อเนื่อง จนทำให้ไม่สามารถอยู่รอด ตลอดจนการเปลี่ยนแปลง Startup อื่นในระยะสั้นทำให้ความน่าสนใจจากผู้ลงทุนรายใหม่มีความสนใจน้อยลง ผลก็คือ การขยายเป็นธุรกิจที่เติบโตหรือโอกาสในการระดมทุนในตลาดก็จะน้อยลง นอกจากนี้ การไม่คุ้นเคยกับตลาด การขาดประสบการณ์ในอดีตทำให้ต้องเริ่มใหม่ ต้นทุนในการแบกรับการสร้างความน่าเชื่อถือทำให้มีต้นทุนสูงในการเปิดตัวและขยายตลาดอีกทั้งยังต้องต่อสู้กับคู่แข่งที่มีอยู่เดิมในตลาดจึงสามารถทำให้ Startup มีโอกาสที่จะล้มเหลวสูง แต่สิ่งที่จะทำให้ Startup คงอยู่คือ นวัตกรรมที่แตกต่าง เลียนแบบยาก สามารถผลิตในเชิงพาณิชย์ได้ และมีความต้องการของตลาดหรือทำให้เกิดตลาดได้ไม่ยาก

ตารางที่ 1. ความได้เปรียบ เสียเปรียบของใหม่ของ Startup

| ขั้นบ่มเพาะ (Incubation) | | ขั้นหลังรวมตัว/กลายเป็น Startup | |
|--|---|---|---|
| ความได้เปรียบ | ความเสียเปรียบ | ความได้เปรียบ | ความเสียเปรียบ |
| <ul style="list-style-type: none"> - เรียนรู้จากประสบการณ์ของ Startup ที่ประสบความสำเร็จ - ส่งผ่านและย่อยข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและประยุกต์ใช้กับแนวทางการทำ Startup | <ul style="list-style-type: none"> - ยังไม่มีตัวตน - ความไม่แน่นอนสูงมาจากการยังไม่แน่ใจในตัวนวัตกรรมว่าจะตอบสนองตลาดได้หรือไม่ ยังไม่เห็นลูกค้า และยังไม่มีพนักงาน - ไม่รู้จักตลาด - โอกาสของความซ้ำหรือคล้ายคลึงใน Idea | <ul style="list-style-type: none"> - เริ่มมีตัวตน - สามารถระดมทุนในตลาดสาธารณะ - โครงสร้างยืดหยุ่นส่งผ่านและย่อยข้อมูลได้รวดเร็วและประยุกต์ใช้กับแนวทางการทำ Startup - ยังไม่เจอสิ่งที่เป็นตัวรั้งการปรับตัวจากแรงกดดันภายใน - ใช้ความสามารถที่เป็นจุดแข็งของแต่ละ Species | <ul style="list-style-type: none"> - ผู้ลงทุนลดการให้เงินสนับสนุนหรือบริจาค - มีการเลียนแบบ Startup อื่นในระยะสั้น - ไม่คุ้นเคยกับตลาด - ขาดประสบการณ์ในอดีตต้องเริ่มต้นใหม่ด้วยตนเอง - ต้องสร้างความน่าเชื่อถือ - มีต้นทุนสูงในการเปิดตัวและขยายตลาด - ยังไม่คุ้นเคยกับตลาด - ยังไม่มีการติดต่อกับ Suppliers และ Distributors มากพอ - ต้องต่อสู้กับคู่แข่งที่มีอยู่เดิมในตลาด |

ปรับปรุงจาก: Chinta, Cheung และ Capar (2015)

ข้อเสียเปรียบของความเล็ก (Liability of Smallness)

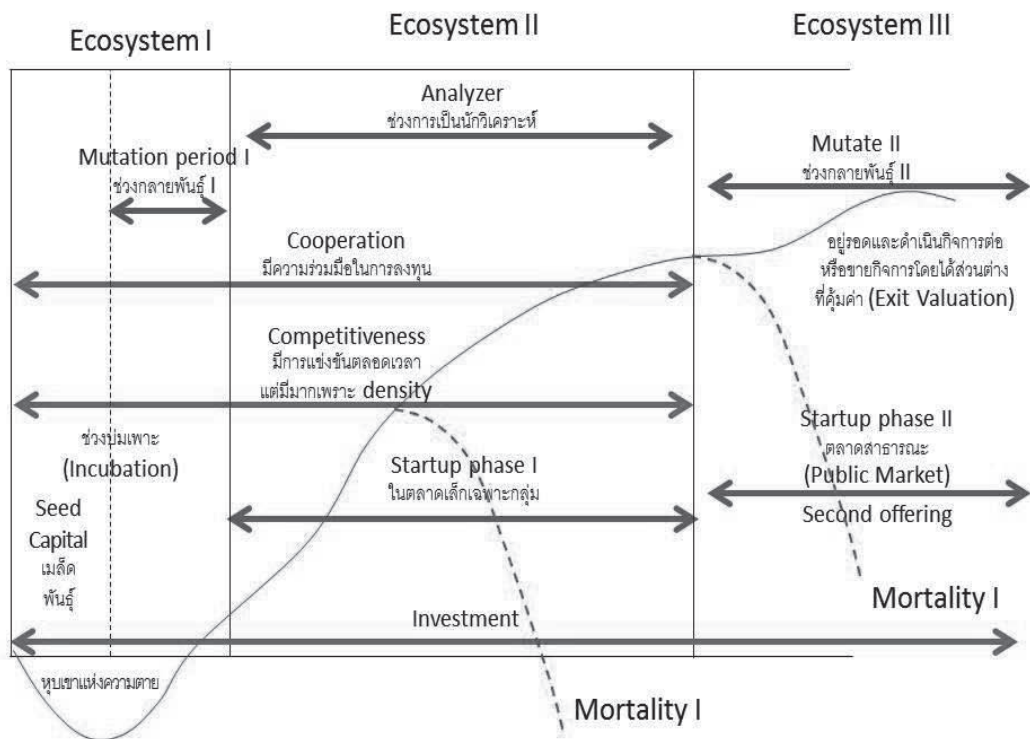
ด้วยความที่ Startup เป็นธุรกิจที่เริ่มต้นโดยคนเพียงหนึ่งคนหรือไม่กี่คน และใช้ทุนที่ไม่สูงมากนัก ดังนั้นขนาดของ Startup จึงมีความได้เปรียบในแง่ความยืดหยุ่นและคล่องตัว สร้างความใกล้ชิดกับลูกค้าได้ง่ายกว่า แต่มีข้อจำกัดในการพัฒนาศักยภาพของสาขาในพื้นที่อื่น ๆ การหาตลาดและการหาทุนมีข้อจำกัด และอาจไม่ประหยัด เพราะไม่ได้รับส่วนลดจากการซื้อวัตถุดิบในการผลิต ผู้บริหารและพนักงานต้องทำงานหลากหลายหน้าที่ ความมีขนาดเล็กขององค์กรแม้จะเป็นอิสระและคล่องตัว แต่ก็เป็นข้อเสียเปรียบ (liability of smallness) ในการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม ความเล็กนี้ช่วยทำให้เกิดความคล่องตัวในการตัดสินใจจึงทำให้พบโอกาสในการแข่งขันและร่วมมือกับผู้ร่วมลงทุนอื่น ๆ การรับนวัตกรรมใหม่ ๆ ทำได้ไม่ยากถ้าบรรยากาศเอื้ออำนวย อัตราการเติบโตจึงสามารถก้าวกระโดดได้หากทำให้ผู้ร่วมลงทุนเข้ามาร่วมพัฒนา โดยนวัตกรรมที่คิดค้นมีคุณค่าและมีความเป็นไปได้ในเชิงการตลาด ขณะที่ข้อจำกัดจากทรัพยากรเพื่อใช้ในการแข่งขันทำให้ Startup ต้องหาคู่เพื่อดึงทรัพยากรมาใช้ให้เกิดการเติบโตในตลาด ซึ่งอาจส่งผลให้เป็นผู้ประกอบการที่มีการร่วมหุ้นส่วนกัน ทั้งนี้ หาก Startup ได้มูลค่าของการขายหุ้นในปริมาณมากและคุ้มค่าก็อาจทำตัวเป็นนักลงทุนโดยขายหุ้นทั้งหมด สลัดคราบการเป็นผู้ประกอบการและนักเทคโนโลยีไปสู่การเป็นนักลงทุนเสมือนเป็นการลอกคราบของ

สิ่งมีชีวิต ซึ่งช่วงนี้เป็นช่วงที่ต้องทำตัวเป็นนักวิเคราะห์ดูสถานการณ์และท่าทีของนักลงทุนเพื่อตัดสินใจในประโยชน์ที่คุ้มค่าให้มากที่สุด มูลค่าการขายนี้เองจะส่งผลต่อกำไรที่เกิดขึ้นและแสดงถึงการเติบโตแบบก้าวกระโดด หากไม่มีกระแสเงินทุนหรือมีผู้สนใจ Startup เหล่านี้จะพยายามเป็นผู้ประกอบการต่อไป แต่หากเงินทุนน้อยอาจตัดสินใจออกจากตลาดตั้งแต่ในช่วงแรกนี้ (startup phase I) ในช่วงนี้การสื่อสารจุดแข็งของนวัตกรรมของ Startup จึงมีความจำเป็นเพื่อสร้างโอกาสให้ได้พบผู้ร่วมทุนที่คิดตรงกัน การยอมรับจากนักลงทุนและตลาดในช่วงนี้จึงเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างนิเวศที่เหมาะสม¹²

เป็นที่น่าสังเกตว่า Startup เป็นเสมือน Species พิเศษในระบบนิเวศที่ต้องการการเติบโตอย่างรวดเร็วจากการบ่มเพาะเมล็ดจนได้ต้นอ่อนจำนวนมาก วงจรชีวิตของ Startup จึงแตกต่างตรงที่จุดกำเนิดของ Startup ที่มีวิวัฒนาการจับคู่หรือกลายพันธุ์เพื่อสร้างและเก็บสะสมพลังงานเพื่อนำไปใช้ใน ช่วงถัดไป ระบบนิเวศจึงต้องเอื้อต่อการเร่งการเกิดและเติบโต สิ่งแวดล้อมที่ทำให้มีโอกาสได้พบปะเพื่อให้เกิดการร่วมทุนและขยายกิจการ Angel Investor และ Venture Capital โดยเฉพาะกลุ่มทุนที่มีฐานลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น ผู้ให้บริการสัญญาณโทรศัพท์ไร้สาย ธนาคาร และกลุ่ม Modern Trade ต่าง ๆ ทั้งนี้ อาจร่วมกันคิดรูปแบบ (platform) ที่จะใช้ทำธุรกิจร่วมกันจากเดิมที่เป็น Startup Series A ที่มีแค่ Idea เมื่อเห็นลู่ทางจากความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค จะทำให้ยกระดับเป็น Startup Series B ที่เห็นลู่ทางการทำตลาดและลูกค้าชัดเจน ระยะที่เน้นการลงทุนนี้ต้องการระบบนิเวศที่สร้างแรงบันดาลใจให้กล้าลองผิดลองถูก สร้างสิ่งแวดล้อมให้เกิดความร่วมมือ เช่น Business Matching เป็นต้น ความร่วมมือในระยะนี้อาจต้องการการพบปะเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ เรียกว่า Meet Ups¹³ และอาจต้องคุยในข้อตกลงเชิงลึกในการทำธุรกิจร่วมกัน ซึ่งจำเป็นต้องมี Office หรือ Co-working Space¹⁴ เพื่อให้เกิดการประจวบเหมาะเปลี่ยนกับบริษัทผู้ให้บริการต่าง ๆ รวมถึงทำให้ Startup ได้รู้จักนักลงทุนและกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพ จากสถานการณ์เหล่านี้ ทำให้ Startup ดูเหมือนสิ่งมีชีวิตที่ใช้เหตุผล แต่ในความเป็นจริงกลับขึ้นอยู่กับโชคชะตา ซึ่งเป็นเรื่องของจังหวะหรือดวง หรือปัจจัยภายนอกมากกว่า ที่หลายบริษัทเกิดจุดพลิกผัน (tipping point) ทำให้บริษัทเป็นที่สนใจของตลาดซึ่งมีเพียงไม่ถึง 1 เปอร์เซ็นต์ที่มียอดเงินลงทุนจนทำให้มีการเติบโตสูง

การออกจากตลาด (Mortality)

ความไม่เหมือนองค์กรอื่นทั้งการเกิดและการเติบโตนี้ ทำให้ Startup ก็เหมือนกับพืชที่เพาะเนื้อเยื่อจนเติบโตและบางครั้งเกิดการกลายพันธุ์ การเบียดเบียน Startup ที่เป็นเสมือน Species พิเศษในระบบนิเวศ แม้กระทั่งความล้มเหลวของ Startup ที่หมายถึง การออกจากตลาด ซึ่งอาจเป็นไปได้สองลักษณะคือ การออกจากตลาดเพราะไม่มีผู้สนใจจึงไม่สามารถดำเนินกิจการได้ หรือการออกจากตลาดเนื่องจากขายหุ้นหรือกิจการทั้งหมดให้นักลงทุนรายอื่น ในกรณีหลังนี้เป็นความสำเร็จที่แสดงลักษณะเฉพาะของ Startup ในแง่มุมนี้เอง ที่จูงใจให้ผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ไม่ต้องการดำเนินกิจการเอง เพียงแต่คิดและสร้างมูลค่าจากนวัตกรรมด้วยการออกจากตลาด (mortality) แบบนี้จึงเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้การออกจากตลาดทั้งสองแบบนี้ไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะของนวัตกรรมของ Startup เอง ความไม่เหมือนใคร ลอกเลียนแบบได้ยาก และเป็นที่ต้องการของตลาดจนมีโอกาสในการทำกำไรสูง สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นแรงดึงดูดนักลงทุนและผู้ประกอบการที่เล็งเห็นว่า สามารถสร้างและเพิ่มพูนมูลค่าให้แก่ธุรกิจที่มีอยู่เดิม



ภาพที่ 2. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวงจรชีวิตของการเกิดธุรกิจ Startup กับระบบ Ecosystem ของประเทศไทย
ที่มา: ปรับปรุงจาก Kmuehmel, Startup Financing Cycle

ลักษณะระบบนิเวศ¹⁵ ขององค์การที่เหมาะสมกับการเติบโตของธุรกิจ Startup ในประเทศไทย

สำหรับระบบนิเวศในการบ่มเพาะผู้ประกอบการ Startup อาจแบ่งได้เป็น 3 ช่วง ตามวงจรชีวิต (รูปที่ 2)

Ecosystem ช่วงแรก

ต้องสร้างให้มีผู้ประกอบการและนักเทคโนโลยีที่หลากหลายโดยการสร้างศูนย์บ่มเพาะ (incubation) ซึ่งต้องอาศัยการพัฒนาหลักสูตรของมหาวิทยาลัยหรือโครงการของภาคธุรกิจที่จะทำหน้าที่เป็นผู้คิดสรรและกระตุ้นให้เกิดผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ (accelerator program)

เนื่องจากในขณะเดียวกัน วงจรชีวิตของ Startup ซึ่งมีลักษณะพิเศษคือ มีช่วงบ่มเพาะในขณะที่เป็นเมล็ดพันธุ์ ก่อนเติบโตเป็น Startup ขาดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมก็อาจทำให้ล้มหายตายจากไปตั้งแต่ยังอยู่ในช่วงนี้ได้ แต่ในทางตรงกันข้าม หากในช่วงบ่มเพาะนี้มีการสร้างระบบนิเวศที่ดีและเหมาะสมก็จะทำให้ Startup สามารถเติบโตได้อย่างแข็งแรง รวดเร็วจนถึงก้าวกระโดด หรือเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างมาก ซึ่งระบบนิเวศที่ดีและเหมาะสมนั้น ได้แก่ ได้รับการถ่ายทอดประสบการณ์ตรงหรือมีที่เลี้ยง ได้รับการสนับสนุนทั้งในแง่องค์ความรู้ เงินทุน โอกาส และการเข้าถึง ดังนั้น การส่งเสริมให้เกิดการจับคู่ระหว่างผู้ลงทุนและ Startup รวมทั้ง Startup ที่ประสบความสำเร็จจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ทั้งนี้ ระบบนิเวศเหล่านี้ในหลาย ๆ ประเทศจะเป็นความรับผิดชอบของภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ โดยหากได้รับความร่วมมือจากภาคธุรกิจก็จะยิ่งทำให้ระบบนิเวศดีและเหมาะสมยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม จำนวน Startup จะเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วและส่งผลให้มีการแข่งขันกันเองจากการแข่งขันในตลาด ซึ่งเสมือนการคัดสรรโดยธรรมชาติให้ Startup ที่เข้มแข็งเท่านั้นที่จะคงอยู่ในตลาดได้

ในช่วงการบ่มเพาะนี้ระบบนิเวศที่เหมาะสม ยังอาจส่งผลให้เกิดการกลายพันธุ์ (mutation) ระหว่าง 3 เผ่าพันธุ์คือ Technologist, Technology Entrepreneur และ Technology Investor โดยการถ่ายทอดจิตสำนึกซึ่งเปรียบเสมือน DNA ให้แก่กันและกัน ซึ่งการกลายพันธุ์จะเป็นผลดีต่อ Startup เนื่องจากจะช่วยสร้างความเข้มแข็งและเติมเต็มศักยภาพให้แก่ Startup นั้นให้สามารถคงอยู่และร่วมแข่งขันในช่วงต่อไปได้

Ecosystem ช่วงที่สอง

ภายหลังจากช่วงการบ่มเพาะเข้าสู่ช่วงการเป็นนักวิเคราะห์ (analyzer) ซึ่งเป็นช่วงที่มีอัตราการแข่งขันที่รุนแรงในความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งความหนาแน่นของ Startup ที่มีอยู่ในตลาด ทำให้ผู้ลงทุนทั้ง Angel Investment และ Venture Capital มีตัวเลือกจำนวนมาก และมีอำนาจต่อรองสูง ทำให้บาง Startup อาจต้องล้มหายตายจากไปเนื่องจากไม่ผ่านการคัดสรรหรือพ่ายแพ้ต่อการแข่งขันที่รุนแรงในช่วงการวิเคราะห์นี้ เป็นช่วงที่รอข้อมูลและจังหวะเพื่อพิจารณาว่าจะระดมทุนเพื่อขยายกิจการ หรือขายในตลาด หรือเลือกที่จะเป็นนักลงทุนในตลาด Startup

ดังนั้น จึงควรสร้างโอกาสและสภาพแวดล้อมให้ทั้งสามเผ่าพันธุ์มีโอกาสพบปะกัน เพื่อส่งเสริมให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในการสร้าง Platform รวมทั้งการเรียนรู้เทคโนโลยีและการลงทุนต่าง ๆ ในช่วงนี้ผู้ประกอบการต้องใช้ข้อมูลเพื่อตัดสินใจวางแผนธุรกิจ การพบปะนำไปสู่ความร่วมมือ (strategic alliance) พร้อม ๆ กับการเห็นโอกาสที่มากกว่า สถานการณ์ดังกล่าวนี้อาจเกิดภาวะการกลายพันธุ์ หรือภาวะความร่วมมือเกิดขึ้น ในช่วงนี้มีทั้งจังหวะที่อาจเกิดจุดเปลี่ยนหรือความไม่แน่นอน อาจทำให้ Startup พบโอกาสที่ดี หรืออาจไม่พบก็ได้ เสมือนพืชที่มีเกสรตัวผู้แต่ไม่มีเกสรตัวเมียจึงไม่สามารถขยายพันธุ์ได้ แต่การเปลี่ยนแปลงนี้อาจเกิดขึ้นด้วยการกลายพันธุ์เป็น Investor หรือสร้างบริษัทที่เป็น Investor มารองรับหรือเป็นผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าเองหรือจัดจำหน่ายสินค้าเอง หรือเป็นผู้ให้บริการใดบริการหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน จุดเปลี่ยนและจุดพลิกผันของ Startup เป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญที่เห็นทั้งความสำเร็จและโอกาสของการเกิดและการล้มหายตายจากหากไม่ได้รับความสนใจในผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ โอกาสและจุดพลิกผันยังคงเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้ Startup ประสบความสำเร็จ

Ecosystem ช่วงที่สาม

ต้องสร้างให้ Startup มีโอกาสเติบโต สามารถเข้าตลาดที่ใหญ่กว่าด้วยการลดข้อจำกัดหรือกฎหมายต่าง ๆ เพื่อให้สามารถระดมทุนได้มากขึ้น โดยอาจเป็นลักษณะของ Crowd Funding หรือ Private Equity ซึ่งในช่วงนี้อาจเกิดภาวะการกลายพันธุ์ของ Startup ได้อีก เช่น จากการเป็นผู้ประกอบการไปเป็นนักลงทุนที่ไปซื้อความเชี่ยวชาญในบริษัทอื่น หรือยังคงเป็นผู้ประกอบการที่ขยายการทำกิจการมากขึ้น โดยอาศัยการระดมทุน หรือขยายกิจการให้กับนักลงทุนรายใหม่โดยได้ส่วนต่างที่คุ้มค่า (exit valuation) ซึ่งเสมือนเกิดการกลายพันธุ์อีกครั้งเมื่อประสบโอกาสที่ดีโดยผสมผสานจิตวิญญาณหรือ DNA ของอีก 2 เผ่าพันธุ์เข้าไว้ในตัวเอง

สรุป

Startup เป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นไอเดียที่สร้างสรรค์ สามารถผลิตเชิงพาณิชย์ และเป็นที่ต้องการของตลาด ก็จะสามารถประสบความสำเร็จโดยสามารถเพิ่มพูนมูลค่าให้แก่ Startup ได้เป็นอย่างดี แม้ Startup จะเป็นธุรกิจที่โดดเด่นในแง่ของผลประโยชน์ที่ผู้ริเริ่มและผู้ลงทุนจะได้รับ แต่กลับพบว่า มี Startup จำนวนน้อยมากที่จะประสบความสำเร็จ

จากการพิจารณาด้วยทฤษฎีนิเวศวิทยาประชากรและการอุปมาอุปไมยด้วยระบบนิเวศทางธุรกิจ พบว่า ความล้มเหลวหรือการล้มหายตายจากของ Startup รวมทั้งอัตราการคงอยู่หรืออัตราการออกจากตลาดด้วยการขายกิจการให้แก่ผู้ลงทุนนั้น มีปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่งมาจากคุณสมบัติเฉพาะของตัวและวงจรชีวิต Startup เอง และที่สำคัญอย่างยิ่งคือ ระบบนิเวศที่เหมาะสม

คุณสมบัติเฉพาะของตัว Startup มีทั้งข้อได้เปรียบและอุปสรรคในการคงอยู่และประสบความสำเร็จของ Startup เนื่องจากความใหม่และขนาดเล็กของ Startup ช่วยให้เกิดความยืดหยุ่น และมีการเรียนรู้จากประสบการณ์ของ Startup ที่ประสบความสำเร็จ การสร้างความใกล้ชิดกับลูกค้า เป็นต้น แต่ในขณะเดียวกัน ข้อเสียเปรียบความใหม่และขนาดเล็ก (liability of newness and smallness) ก็ส่งผลให้ Startup ประสบความล้มเหลวได้ เพราะยังไม่เป็นที่รู้จัก โอกาสเข้าหรือถูกลอกเลียนแบบไต่เต้า การขาดประสบการณ์โดยเฉพาะประสบการณ์ทางการตลาด ความน่าเชื่อถือ และการได้รับเงินสนับสนุน

อาจกล่าวได้ว่า ระบบนิเวศทางธุรกิจที่เหมาะสมต่อ Startup ทั้งสามช่วงของวงจรชีวิตคือ การส่งเสริมให้มีเวทีของการจับคู่ระหว่างผู้ลงทุน Startup และ Startup ที่ประสบความสำเร็จ โดยเน้นทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ รวมทั้งการสนับสนุนปัจจัยอื่น ๆ จากภาครัฐและภาคเอกชนที่ร่วมกันสร้างระบบนิเวศให้มีความเหมาะสม ทั้งการพัฒนาและสนับสนุนองค์ความรู้ใหม่ ๆ การถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผู้เชี่ยวชาญหรือจากสถาบัน การปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องและสำคัญที่สุดคือ การส่งเสริมจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ ดังนั้น การสร้างและส่งเสริมระบบนิเวศจึงมีผลอย่างยิ่งต่อการเกิด การดำรงอยู่ และการนำไปสู่การประสบความสำเร็จของ Startup ซึ่งหากมีการวิจัยเชิงประจักษ์เพิ่มเติมในแง่มุม การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศตลอดจนประสิทธิผลของการดำเนินงานตามนโยบายในช่วงนั้น ๆ พฤติกรรมการปรับตัวของ Startup ในแต่ละช่วงของวงจรชีวิต การตัดสินใจเลือกตัวแบบธุรกิจและการจับคู่เพื่อการเลือกพันธมิตรธุรกิจ รวมทั้งการแสวงหาโอกาสเพื่อการเจริญเติบโต ก็จะช่วยทำให้มีสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำนโยบายเพื่อพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจ Startup ที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยต่อไป

เชิงอรรถท้ายบท

¹ เป็นรูปแบบการประกอบธุรกิจขนาดเล็กที่ใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเป็นฐานสำคัญในการประกอบกิจการ ลักษณะกิจการเน้นการจัดการให้มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในระยะเวลายั้งสั้นจากการระดมทุนและร่วมทุน เป็นการสร้างโอกาสที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็ว Startup เป็นธุรกิจที่มีการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาเป็นแกนหลักในการสร้างธุรกิจ ซึ่งมุ่งเน้นที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถตอบสนองปัญหาเหล่านั้นและตรงกับความต้องการของลูกค้า ทั้งยังเป็นธุรกิจที่มีทุนเริ่มต้นไม่สูงมากนัก สามารถเติบโตและขยายตลาดได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งสามารถทำซ้ำได้และขยายตัวได้โดยไม่ต้องออกแบบแผนธุรกิจใหม่ จึงทำให้มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสูง ซึ่ง Startup นั้นมักจะมีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด (exponential growth) ด้วยการระดมทุนจากนักลงทุน

² Digital Economy คือการใช้เทคโนโลยีมาดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในธุรกิจ ตั้งแต่การผลิต การขาย และการขนส่ง เป็นต้น ซึ่งการเข้าสู่ Digital Economy ไม่ใช่เรื่องง่าย เนื่องจากต้องบูรณาการทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

³ OEM ย่อมาจาก Original Equipment Manufacturing ซึ่งหมายถึง การรับจ้างผลิตสินค้าให้กับ Brand ต่าง ๆ ตามแบบที่ลูกค้ากำหนด โดยใช้เครื่องจักรและกระบวนการผลิตของโรงงานที่รับจ้าง

⁴ ข้อมูลจาก Dtac Accelerate, พฤษภาคม 2559. ดูใน “สตาร์ทอัพ” คลื่นลูกใหม่ของเศรษฐกิจไทย สืบค้นจาก <http://marketeer.co.th/2016/05/startup-thai-newwave/>.

- ⁵ Ookbee เป็นธุรกิจที่เป็นแพลตฟอร์มสำหรับอีบุ๊กและสิ่งพิมพ์ดิจิทัล และเป็นคนกลางระหว่างสำนักพิมพ์และลูกค้าที่ซื้อหนังสือและ ecommerce เป็นผู้ให้บริการอีคอมเมิร์ซแบบครบวงจรแก่ธุรกิจ ในลักษณะของปีทูปี ตั้งแต่จัดทำเว็บไซต์ ให้คำปรึกษาทำตลาดผ่านอีคอมเมิร์ซ มีบริการคอลเซ็นเตอร์ รวมถึงจัดส่งสินค้า
- ⁶ ข้อมูลรายงาน Startup Genome Report
- ⁷ ทฤษฎีโครงสร้างตามสถานการณ์มองถึงประสิทธิภาพที่เกิดจากความสอดคล้อง (Fit) ระหว่างปัจจัยตามสถานการณ์กับโครงสร้างองค์กร
- ⁸ ประเทศไทยพยายามสร้าง Startup และผู้ประกอบการนวัตกรรม ส่งเสริม การให้สินเชื่อแหล่งทุน สนับสนุนนักวิทยาศาสตร์ นักวิจัย เพื่อสนับสนุนเงินทุนให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ Business Model, Application, Software ที่จะใช้ทางธุรกิจ เป้าหมายการดำเนินการสร้าง Startup และ Venture Capital โดยประมาณการว่า หากมีผู้ประกอบการ 3,000 ราย แต่ละรายมีรายได้ 1,000,000 บาท จะทำให้เกิดธุรกิจใหม่มูลค่า 3,000 ล้านบาท และการจ้างงานขยายจาก 2 เป็น 10 เท่า ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจเติบโต 0.5 เปอร์เซ็นต์ (Phonvichai, 2016)
- ⁹ Seed fund คือเงินทุนเริ่มต้นที่ผู้ลงทุนไม่ว่าจะเป็น Angel Investment หรือ Venture Capital สนับสนุนให้แก่ Startup
- ¹⁰ ตัวอย่างของการกลายพันธุ์จากการที่เป็น Technologist เดิม กลายมาเป็น Technology Entrepreneur ได้แก่ บิล เกตส์ และสตีฟ จ๊อบส์
- ¹¹ Ravi Chinta, Mee-Chew Cheung และ Nejat Capar (2015) ได้ทบทวนความได้เปรียบของนวัตกรรม ได้แก่ การเรียนรู้ประสบการณ์จากองค์กรที่มีอยู่เดิม การไหลเวียนข้อมูล ความยืดหยุ่นและการปรับตัวได้ดี ขณะที่ข้อเสียเปรียบจากการที่ยังไม่มีลักษณะลูกค้าที่แน่นอน ความเชื่อถือของพนักงาน ความจงรักภักดี การเลียนแบบในระยะสั้น ทำให้มีความเป็นตัวตนไม่ชัดเจน มีต้นทุนสูง ยังไม่คุ้นเคยกับตลาด มีการติดต่อกับ Suppliers และ Distributors ไม่มาก ไม่มีการเรียนรู้ประสบการณ์มาก่อน มีข้อสงสัยในความสามารถในการสร้างเครดิต
- ¹² การสร้างนวัตกรรมบริการและสินค้าที่หลากหลายจะมีโอกาสประสบความสำเร็จในการจับคู่มากกว่า ดังนั้น ข้อจำกัดของการสร้างนวัตกรรมหรือสินค้าเหมือน ๆ กันจึงเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จของการเกิด Startup
- ¹³ Meet ups เป็นการบริการที่ทำให้มีสถานที่สำหรับพบปะพูดคุย เช่น Minibar, Social Club และ Open Coffee
- ¹⁴ ตัวอย่างบริษัทที่อำนวยความสะดวกที่การพบปะ ได้แก่ Plug and Play และ TechHub
- ¹⁵ ดัชนีการวัดระบบนิเวศมี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลการดำเนินงาน การหาทุน ความสามารถเฉพาะ การเข้าถึงตลาด และการสร้างประสบการณ์ของ Startup โดยตัวชี้วัดความสำเร็จดูจาก 1) ความสามารถของการระดมทุนและมูลค่าที่ได้รับเมื่อออกจากตลาด 2) ทุนที่ได้จาก Venture Capital และระยะเวลาที่ใช้ในการระดมทุน 3) ความสามารถในการสร้างสรรค์เทคโนโลยีที่มีคุณภาพ รวมทั้งความพร้อมและค่าใช้จ่ายของเทคโนโลยีที่สร้างสรรค์นั้น 4) การสร้างความสะดวกในการเข้าถึงของลูกค้าจากตลาดต่างประเทศ และ 5) การมีประสบการณ์โดยตรงในการเรียนรู้จาก Startup ที่ประสบความสำเร็จ หรือมี Startup ที่ประสบความสำเร็จมาเป็นพี่เลี้ยง

References

- Abe, J. M., Dempsey, P. E., & Bassett, D. A. (1998). *Business Ecology: Giving Your Organization the Natural Edge*. Boston: Butterworth-Heinemann.
- Chinta, R., Cheung, M., & Capar, N. (2015). *Double Whammy or Double Advantage: Foreignness and Newness as Determinants of Success in International Business*. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.5430/jms.v6n1p76>.
- Collins, J. C., & Porras, J. I. (1994). *Built of Last: Successful Habits of Visionary Companies*. New York: Harper Business.
- Corallo A., & Protopapa, S. (2007). *Business Networks and Ecosystem: Rethinking the Biological Metaphor*. Retrieved from www.digital-ecosystems.org/book/pdf/1.3.pdf.
- Donaldson, L. (1995). Contingency theory. In Donaldson, L. (ed.). *History of Management Thought Vol. 9*. Aldershot: Dartmouth Publishing Company.
- Eisenmann, T. R., Parke, G., Van Alstyne, M. (2009). Opening platforms: How, when and why? In Gawer, A. (ed.). *Platforms, Markets and Innovation*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Hannan, M. T., & Freeman, J. (1977). The population ecology of organizations. *American Journal of Sociology*, 82(5), 929-964.
- _____. (1989). *Organizational Ecology*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Helfat, C. E., & Winter, S. G. (2011). Untangling dynamic and operational capabilities: Strategy for the (n)ever-changing world. *Strategic Management Journal*, 32(11), 1243-1250.
- Holland, J. H. (1992). *Adaptation in Natural and Artificial Systems*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Iansiti, M., & Levien, R. (2004). Strategy as ecology. *Harvard Business Review*, 68-78.
- Karhiniemi, M. (2009). *Creating and Sustaining Successful Business Ecosystems*. Retrieved from https://aalto.doc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/332/hse_thesis_12200.pdf?sequence=1.
- Lorsuwanarat, T. (B.E.2556). *Organization Theory: Multi-Paradigm Perspectives*. Bangkok: D.K. Printing World.
- Madsen, T. L. (2015). *Ecosystem Dynamic Capabilities: Enabling Co-innovation & Growth*. Paper Presented at DRUID15, Rome, June 15-17, 2015. Retrieved from http://druid8.sit.aau.dk/acc_papers/55aiktj8n8iuse92go73ke7jnj6o.pdf.
- McKinley, W., & Mone, M. A. (2005). Micro and macro perspectives in organization theory: A tale of Incommensurability. In Tsoukas, H., & Knudsen, C. (Eds.). *The Oxford Handbook of Organization Theory: Meta-Theoretical Perspectives*. New York: Oxford University.
- Moore, J. F. (1993). Predators and prey: A new ecology of competition. *Harvard Business Review*, 71(3), 75-83.
- _____. (1996). *The Death of Competition: Leadership & Strategy in the Age of Business Ecosystems*. New York: Harper Business.

- Moore, J. F. (2003). *Digital Business Ecosystems in Developing Countries: An Introduction*. Boston, MA: Berkman Center for Internet and Society, Harvard Law School. Retrieved from <https://cyber.harvard.edu/bold/devel03/modules/Moore.pdf>.
- Peltoniemi, M., & Vuori, E. (2008). *Business Ecosystem as the New Approach to Complex Adaptive Business Environments*. Retrieved from www.digital-ecosystems.org/doc/be-tampere-uni.pdf.
- Phonvichai, T. (2016). Rattaban startup nation-IDE: Kad dun settakit torphem ik 0.5% chakkadkhan. *Thailand Economic& Business Review*, 12(2), 28-29.
- Picket, S. T. A., & Cadenasso, M. L. (2002). The ecosystem as a multidimensional concept: Meaning, model, and metaphor. *Ecosystems*, 5(1), 1-10.
- Power, T., & Jerjian, G. (2001). *Ecosystem: Living the 12 Principles of Networked Business*. Upper Saddle River, NJ: Financial Times/Prentice Hall.
- Singh, J. V., & Lumsden, C. J. (1990). Theory and research in organizational ecology. *Annual Review of Sociology*, 16(1990), 161-195.
- Startup the Academy. (2016). "Startup" Kruen Lookmai Khong Settakit Thai. Retrieved from <http://marketeer.co.th/2016/05/startup-thai-newwave/>.
- Wholey, D. R., & Brittain, J. W. (1986). Organizational ecology: Findings and implications. *The Academy of Management Review*, 11(3), 513-533.

