ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการยุคเศรษฐกิจใหม่ : ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

Success Factors of Entrepreneurs in New Economy: Southern College of Technology Business Incubator Center

ทวีพร นาคา[1], ชัชฎาภรณ์ บุญชูวงศ์[1*]

Taweeporn Naka[1], Chatchadaporn Boonchuwong[1*]

e-mail : sct.ubi@gmail.com

(Received: 2025-10-12 ; Revised: 2026-03-01 ; Accepted: 2026-03-30)

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการนำเสนอปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการยุคเศรษฐกิจใหม่ โดยอ้างอิงจากประสบการณ์การบ่มเพาะของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ ภายใต้บริบทของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการตลาด โดยสรุปปัจจัยความสำเร็จได้ 7 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) Business Incubator Center บทบาทของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจที่ให้คำปรึกษาพัฒนา 2) Artificial Intelligence การใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลคาดการณ์แนวโน้มตลาดและปรับปรุงกระบวนการ 3) Learning Ability ความสามารถในการเรียนรู้เพื่อปรับตัวต่อเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ 4) Adaptability ความสามารถในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมธุรกิจ 5) Networking การสร้างเครือข่ายเพื่อเข้าถึงความรู้และโอกาสใหม่ 6) Creativity ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ และ 7) Effective Management การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการนำปัจจัยสำคัญต่าง ๆ มาบูรณาการเข้าด้วยกัน เพื่อสรุปเป็นกระบวนทัศน์ภายใต้แนวคิด “BALANCE” ที่สามารถช่วยสร้างแนวทางธุรกิจที่ยั่งยืนและส่งเสริมความสำเร็จของผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบ บทความนี้เสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์และองค์ความรู้สำหรับในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถรับมือกับความท้าทายทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีได้อย่างครบวงจรและยั่งยืน

คำสำคัญ : ปัจจัยความสำเร็จ ผู้ประกอบการ ยุคเศรษฐกิจใหม่ ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ

ABSTRACT

This article presents the success factors of entrepreneurs in the new economy, based on the incubation experience of the Business Incubation Center at the Southern College of Technology, within the context of technological and market changes. The article identifies seven key factors contributing to entrepreneurial success: 1) Business incubators, which provide

[1] อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

[1] Lecturer, Faculty of Management Science, Southern College of Technology

guidance and development support; 2) Artificial intelligence, which analyzes data to forecast market trends and enhance operational processes; 3) Learning ability, which enables entrepreneurs to adapt to new technologies and innovations; 4) Adaptability, which supports effective responses to changing business environments; 5) Networking, which facilitates connections for accessing knowledge and opportunities; 6) Creativity, which drives the development of innovative products and services; and 7) Effective management, which ensures efficient organizational operations. These factors are integrated into a paradigm under the concept of " BALANCE" which provides a systematic framework to support sustainable business development and entrepreneurial success. The article further proposes strategic approaches and knowledge frameworks to enhance entrepreneurs' capabilities in addressing economic and technological challenges comprehensively.

Keywords: success factor, entrepreneur, new economy, Business Incubator Center

บทนำ

จากการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกในช่วงของสองทศวรรษที่ผ่านมาได้มีการสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทที่สำคัญของผู้ประกอบการต่อการขับเคลื่อนประเทศ จากอดีตที่ผู้ประกอบการมักจะมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการที่อาศัยความสามารถและทักษะพิเศษของบุคคล โดยรวมเอาวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีเข้ามารวมกัน (Howkins, 2001) กระตุ้นให้เกิดรูปแบบเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) ที่เชื่อมโยงกับการสร้างมูลค่าจากความคิดสร้างสรรค์และต่อเนื่องมาสู่ยุคปัจจุบันที่เรียกว่า "ดิจิทัล" กลายเป็นแกนหลักสำคัญของการสร้างความได้เปรียบทางการทำธุรกิจในการแข่งขัน ความเป็นมาของผู้ประกอบการจึงมิใช่เป็นเพียงแค่ประวัติของการทำธุรกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นกระบวนการปรับตัวต่อคลื่นเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา แม้เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจดิจิทัลจะดูเหมือนจะมีจุดเน้นที่ต่างกันแต่แท้จริงแล้วทั้งสองยุคสืบทอดและเกื้อหนุนกัน ผู้ประกอบการจำนวนมากเริ่มต้นจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นจุดขายแล้วต่อยอดด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อขยายตลาดในระดับโลก ยุคระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล (Digital Economy หรือ DE) ซึ่งหลอมรวมเทคโนโลยีดิจิทัลให้เข้ากับวิถีชีวิตของผู้คน โดยเป็นยุคสมัยที่สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต และอุปกรณ์สื่อสารอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้ เครือข่ายการสื่อสารถูกเชื่อมโยงและเข้าถึงได้ในทุกที่และตลอดเวลา ส่งผลให้ระบบโทรคมนาคมที่ถูกใช้ติดต่อสื่อสารกันผ่านเครือข่ายไร้สายความเร็วสูง (Wireless Broadband) เช่น 3G, 4G ใช้งานได้ง่ายกว่า PC มาก (ศิวะนันท์ ศิวพิทักษณ์ และปิยะวิทย์ ทิพรส, 2564) ทำให้เกิดการใช้งานในวงกว้างแม้กระทั่งในคนที่ไม่เคยใช้คอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตมาก่อนก็สามารถใช้งานได้ จึงทำให้เปิดโอกาสลู่ทางธุรกิจใหม่ ๆ มากมายในแทบทุกแขนงถือได้ว่าเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศโดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตมวลรวมของประเทศ ส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตและการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น อันเป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างรูปแบบกิจกรรม

ทางเศรษฐกิจ ตั้งแต่กระบวนการผลิต การค้า การบริการ การศึกษา สาธารณสุข และกระบวนการทางสังคมอื่น ๆ รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่จะเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2560)

ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่ในชีวิตประจำวันของมนุษย์โดยได้มีการแทรกซึมจนเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิต ธุรกิจที่ได้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ก็จะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยสาเหตุจากปัจจัยเอื้อหนุนในด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยจะเห็นได้ชัดเจนจากช่วงเวลาที่เกิดการระบาดของโควิด 19 ทั้งภาคการบริโภค ภาคการผลิต ภาคบริการ ต่างต้องพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลในการตอบสนองการใช้ชีวิตในรูปแบบต่าง ๆ ของผู้บริโภคผ่านสื่อดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคได้ใช้ชีวิตที่ง่ายและสะดวกรวดเร็วขึ้น จึงแสดงเห็นได้ว่ามนุษย์ได้ก้าวสู่ “ศตวรรษแห่งยุคดิจิทัล” ที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทและเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ทั้งการใช้ชีวิตประจำวัน บทบาทในภาคธุรกิจ ภาคอุตสาหกรรม ทำให้โลกในทุกวันนี้ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีในการขับเคลื่อน เป็นผลให้อุตสาหกรรมดิจิทัลทั่วโลกเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยจากรายงานสถิติโลกดิจิทัล ของ MELTWATER และ WE ARE SOCIAL ฉบับล่าสุดเดือนมกราคม 2024 แสดงให้เห็นปริมาณ ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือถึง 5.61 พันล้านคน จากจำนวนประชากรโลก 8.08 พันล้านคน ที่มีผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตมากกว่า 66% และกว่า 5 พันล้านคน มีการใช้โซเชียลมีเดีย ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวเผย ให้เห็นพฤติกรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีและ โอกาสในการสร้างการรับรู้ผ่านอินเทอร์แน็ต (Kemp, 2024)

ประเทศไทยได้มีการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมมาอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนากลไกเพื่อการขับเคลื่อนความมั่งคั่งของประเทศมาตลอด โดยได้มีการนำแนวคิดการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเปลี่ยนแปลงเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” โดยรัฐบาลได้มีนโยบายที่จะใช้โมเดลขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมเพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นประเทศไทย 4.0 ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในฐานะหน่วยกำกับนโยบายที่มีพันธกิจในการส่งเสริมและสนับสนุนการนำผลงานวิจัย ทรัพย์สินทางปัญญา สิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรมที่สร้างสรรค์โดยคณาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษาไปพัฒนาสู่กระบวนการใช้งานเชิงพาณิชย์สร้างวงจรรายได้ ผลประโยชน์กลับสู่สถาบันอุดมศึกษาเพื่อสร้างผลสัมฤทธิ์ (Result based) สู่เป้าหมายการพัฒนาขีดความสามารถเชิงการแข่งขันของประเทศโดยใช้ความรู้เป็นฐาน จึงนำนโยบายสู่การปฏิบัติผ่าน “หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจในถาบันอุดมศึกษา (University Business Incubator หรือ UBI)” ที่ดำเนินการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการก่อนกระบวนการบ่มเพาะ (Pre-Incubation) การสร้างและพัฒนาให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ (Startup Companies) บ่มเพาะธุรกิจและพัฒนาสู่ธุรกิจจัดตั้งใหม่ และยกระดับเป็นบริษัทเต็มรูปแบบ (Spin-off Companies) โดยเสริมสร้างศักยภาพให้เข้มแข็งทั้งด้าน Business Plan & Technology Development of Product จากสภาพแวดล้อมทางวิชาการในสถาบันอุดมศึกษา และยกระดับเป็นบริษัทเต็มรูปเพื่อสร้างโอกาสในการขยายธุรกิจในอนาคต

ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ได้ดำเนินการจัดตั้งหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจขึ้น และดำเนินตามนโยบายสนับสนุนของสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.) ตั้งแต่ปี พ.ศ.2561 จนถึงปัจจุบัน มีผู้ประกอบการทั้งนักศึกษา ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน คณาจารย์ บุคลากรภายในและบุคลากรภายนอกวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ ที่สนใจจะเป็นผู้ประกอบการใหม่โดยนำผลงานวิจัย นวัตกรรม

และศักยภาพด้านวิชาการของวิทยาลัยเชื่อมต่อกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมเพื่อพัฒนาสู่การสร้างผู้ประกอบการใหม่ พัฒนาขีดความสามารถเชิงการแข่งขันและเติบโตทางธุรกิจอย่างเข้มแข็ง ซึ่งการจะดำเนินการให้เป็นไปตามทิศทางนี้ได้จำเป็นต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ เช่น การบริหารจัดการ บัญชีและการเงิน การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้องค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมสร้างสรรค์ในลักษณะของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creation Economy) และผนวกกับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการสร้างสินค้าและบริการที่แตกต่างเพื่อตอบโจทย์ตลาดที่เปลี่ยนแปลงมาช่วยในการพัฒนาสร้างผู้ประกอบการใหม่ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy)

การผสมผสานระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจดิจิทัล : ก้าวสู่เศรษฐกิจใหม่

ในยุคปัจจุบันที่การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เศรษฐกิจโลกกำลังเคลื่อนตัวเข้าสู่รูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “เศรษฐกิจใหม่” ซึ่งเกิดจากการผสมผสานระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการใช้ Creative Economy หรือ การพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ในยุครัฐบาลพรรคประชาธิปัตย์ ซึ่งมีที่มาจากต่างประเทศเช่นเดียวกับ Digital Economy คำว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ถูกนำมาใช้เป็นครั้งแรกในหนังสือของ John Howkins ซึ่งให้คำนิยามของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์” หลังจากนั้นคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงได้ถูนำมาใช้อย่างกว้างขวางในนานาประเทศสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ให้คำจำกัดความของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ไว้ว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้ องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและนวัตกรรมสมัยใหม่” (www.digital-ecom.com) นอกจากนี้ Howkins (2001) ผู้บุกเบิกแนวคิดเรื่อง Creative Economy โดยอธิบายว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์คือการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่มีรากฐานมาจาก ความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ (human creativity) ไม่ว่าจะเป็นการคิดค้น การออกแบบ การสร้างสรรค์งานศิลปะ วัฒนธรรม สื่อบันเทิง เทคโนโลยี หรือการประยุกต์ใช้ความรู้และนวัตกรรมในเชิงพาณิชย์ ความคิดสร้างสรรค์เหล่านี้สามารถแปรเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ และทรัพย์สินทางปัญญา ที่ก่อให้เกิดรายได้และมูลค่าเพิ่มในระบบเศรษฐกิจ ในขณะที่ Tapscott (1996) นักธุรกิจและนักวิชาการชาวแคนาดาที่ได้อธิบายแนวคิดเรื่อง เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ไว้ว่า เป็นระบบเศรษฐกิจใหม่ที่เกิดขึ้นจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการทางเศรษฐกิจทั้งด้านการผลิต การจัดการ การกระจายสินค้าและบริการ รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจและสังคม โดย Tapscott เรียกเศรษฐกิจดิจิทัลว่า “เศรษฐกิจเครือข่าย (The Age of Networked Intelligence)” ซึ่งไม่เพียงแต่เปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อโครงสร้างเศรษฐกิจและวิถีชีวิตของผู้คนทั่วโลก เศรษฐกิจดิจิทัลตามแนวคิดของ Tapscott จึงหมายถึง เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นแกนกลาง ซึ่งแตกต่างจากเศรษฐกิจอุตสาหกรรมที่พึ่งพาแรงงานและเครื่องจักร เนื่องจากเศรษฐกิจดิจิทัลเน้นการสร้างคุณค่าจากข้อมูล ความรู้ และเครือข่ายการเชื่อมโยง ทำให้เกิดโอกาสใหม่ทางธุรกิจ การสื่อสารไร้พรมแดน และการแลกเปลี่ยนสินทรัพย์หรือ

บริการในรูปแบบดิจิทัลอย่างแพร่หลาย การเชื่อมโยงสองแนวคิดนี้ช่วยเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศทำให้เกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

การผสมผสานระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจดิจิทัลทำให้เกิด “เศรษฐกิจใหม่” ที่มีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ภายใต้เศรษฐกิจใหม่นี้ การสร้างนวัตกรรมไม่ใช่เพียงการคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ ๆ แต่ยังรวมถึงการออกแบบประสบการณ์ผู้บริโภค การบริหารจัดการข้อมูล และการสร้างคุณค่าจากเนื้อหาดิจิทัล (Howkins, 2001) ประเทศที่สามารถพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะทำให้ทุกภาคเศรษฐกิจก้าวทันโลกและสามารถแข่งขันในโลกสมัยใหม่ได้ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยการใช้จุดแข็งของประเทศ เช่น วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อปฏิรูปเศรษฐกิจให้แข็งแกร่งขึ้น นอกจากนี้ภาคธุรกิจและผู้ประกอบการต้องมีการปรับตัวเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันได้ โดยการปรับใช้ข้อมูลเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้า ตลอดจนประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีการเรียนรู้ของเครื่องจักรเพื่อให้สามารถประมวลผลข้อมูลเชิงลึกและนำไปใช้ปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ภูเทพ ดอนท้วมและคณะ, 2567) ทั้งนี้การนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาผสมผสานกับเศรษฐกิจดิจิทัล จึงเป็นแนวทางที่สำคัญในการสร้างเศรษฐกิจใหม่ที่มีการหลอมรวมเอาแก่นของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นคุณค่าจากความคิดสร้างสรรค์เข้ากับพลังของเศรษฐกิจดิจิทัลที่เน้นเครื่องมือและเทคโนโลยีในการสร้างประสิทธิภาพและการเข้าถึงตลาด เพื่อยกระดับการพัฒนาจากประเทศที่พึ่งพาการผลิตสินค้า ไปสู่ประเทศที่สามารถสร้างนวัตกรรมและแข่งขันได้ในระดับโลกที่ยั่งยืนและสามารถตอบสนองต่อความท้าทายในโลกยุคใหม่ได้อย่างแท้จริง

ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ : กลไกแห่งการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่

มหาวิทยาลัยไม่ได้ทำหน้าที่เพียงสถาบันการศึกษาเพื่อผลิตบัณฑิตเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดองค์ความรู้ งานวิจัย และนวัตกรรมสู่สังคมและภาคธุรกิจ การจัดตั้ง ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (Business Incubator Center) ภายในมหาวิทยาลัย จึงเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันให้นักศึกษา บุคลากร และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ สามารถแปรเปลี่ยนองค์ความรู้และผลงานวิจัยให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ และธุรกิจที่สามารถแข่งขันได้ในตลาด ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้เป็นหน่วยงานหรือโครงสร้างที่มหาวิทยาลัยจัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ (startup) และธุรกิจนวัตกรรม โดยมีการให้บริการทั้งในด้านพื้นที่ทำงาน (co-working space) ที่ปรึกษาทางธุรกิจ การเชื่อมโยงเครือข่าย การอบรมด้านการบริหารจัดการ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน รวมทั้งการใช้ทรัพยากรและห้องปฏิบัติการของมหาวิทยาลัย ศูนย์บ่มเพาะจึงเป็นสะพานเชื่อมระหว่าง “งานวิจัย” กับ “ตลาด” ช่วยให้ความรู้ที่เกิดขึ้นภายในมหาวิทยาลัยไม่หยุดเพียงในเชิงวิชาการ แต่สามารถพัฒนาเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจได้จริงปัจจุบัน ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและการสนับสนุน startup เทคโนโลยีและธุรกิจนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ เช่น เกษตรอัจฉริยะ (smart farming) สื่อดิจิทัล และเทคโนโลยีสุขภาพ (health tech) สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นกำลังสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไทยให้สอดคล้องกับนโยบายประเทศไทย 4.0

ตั้งแต่ปี 2563 จนถึงปัจจุบันศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจวิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ได้การดำเนินงานบ่มเพาะธุรกิจ โดยได้เริ่มดำเนินงานโดยใช้ความพร้อมในด้านต่าง ๆ ของสถาบัน เป็นฐานในการขับเคลื่อนการดำเนินงานในภาพรวม ทั้งความพร้อมด้านบุคลากร ความพร้อมของผลงานวิจัย นวัตกรรม เทคโนโลยี และองค์ความรู้ด้านวิชาการมาต่อยอดสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ความพร้อมขององค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทรัพยากรต่าง ๆ ของสถาบัน อีกทั้งเครือข่ายความร่วมมือของสถาบันกับชุมชน ภาคเอกชน และภาคอุตสาหกรรมภายนอก นอกจากนี้วิทยาลัยยังมีความพร้อมของงานวิจัยภายในที่สร้างสรรค์โดยคณาจารย์และนักวิจัยของสถาบัน ที่ผ่านมาวิทยาลัยได้รับการสนับสนุนทุนการวิจัยให้แก่คณาจารย์และนักวิจัยจากหลายแหล่งทุน ซึ่งการจะดำเนินการให้เป็นไปตามทิศทางนี้ได้จำเป็นต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ใช้องค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี มาช่วยในการพัฒนาสร้างผู้ประกอบการใหม่ โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้นิสิต นักศึกษา นักวิจัย และอาจารย์ ได้นำความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมจากมหาวิทยาลัยไปใช้ในการสร้างธุรกิจในความสนใจและความถนัดของตนเอง ต่อยอดไปสู่ การพัฒนาเป็นธุรกิจอุตสาหกรรม โดยมีสถาบันอุดมศึกษา ทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงหรือผู้บ่มเพาะให้มีพัฒนาการเติบโตในการเริ่มต้นธุรกิจ สร้างแรงบันดาลใจ สร้างความตระหนักและส่งเสริมการ เป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Spirit) มีการสร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับ ภาคอุตสาหกรรมเอกชน มีการเสริมสร้างกลไก (Mechanism) ระบบการนำผลงานวิจัย นวัตกรรม เทคโนโลยีและทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) จากองค์ความรู้ทางวิชาการของสถาบันอุดมศึกษามาเชื่อมโยงอุตสาหกรรมเพื่อพัฒนาสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ มีองค์ความรู้ที่ตอบสนองต่อความต้องการของสังคมสร้าง ผู้ประกอบการใหม่ และสามารถยกระดับขีด ความสามารถเชิงการแข่งขันของประเทศ (Bureau of Cooperation and Promotion : 2019) จากการดำเนินงานบ่มเพาะธุรกิจตั้งแต่ระยะก่อนการบ่มเพาะ (Pre-Incubation) จำนวนทั้งสิ้น 17 ธุรกิจ สามารถพัฒนาเข้าสู่กระบวนการสร้างและพัฒนาเป็นผู้ประกอบการใหม่ (Startup Companies) ได้จำนวน 11 ธุรกิจ คิดเป็นอัตราความสำเร็จในการพัฒนาร้อยละ 64.7 และในจำนวนดังกล่าวสามารถต่อยอดสู่กระบวนการบ่มเพาะเชิงลึกพัฒนาจนเกิดการจัดตั้งธุรกิจใหม่และยกระดับเป็นบริษัทเต็มรูปแบบ (Spin-off Companies) ได้จำนวน 1 ธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 9.1 ของธุรกิจในระดับ Startup และร้อยละ 5.9 ของธุรกิจทั้งหมด นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในระดับ Startup และ Spin-off Companies มีแนวโน้มการเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง โดยมียอดขายและการขยายตลาดเพิ่มขึ้นในทุกธุรกิจ อีกทั้งยังมีอัตราผลตอบแทนต่อการลงทุน (Return on Investment: ROI) เฉลี่ยเท่ากับ 2.79 เท่า ซึ่งบ่งชี้ถึงความคุ้มค่าในการลงทุนและศักยภาพในการสร้างรายได้ของธุรกิจที่ผ่านกระบวนการบ่มเพาะ มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า มีการพัฒนาธุรกิจ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์การประเมินโครงการ นอกจากนี้ก็จะมีบางธุรกิจที่มีการจดทะเบียนนิติบุคคลและพัฒนาจนได้รับการยกระดับและพัฒนาผลิตภัณฑ์จนได้รับการับรองมาตรฐานอาหารและยา (อย.) เช่น โกโก้ตาหลวง ห้างหุ้นส่วนจำกัดพรปัญญา และบริษัท บ้านเต้าหู้ทุ่งสง จำกัด

ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการยุคเศรษฐกิจใหม่

1. บทบาทของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (Business Incubator Center)

ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ เป็นกลไกสำคัญในการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ให้สามารถเริ่มต้นและเติบโตทางธุรกิจได้อย่างมั่นคง โดยมีบทบาทครอบคลุมทั้งการให้คำปรึกษาด้านการวางแผนธุรกิจ การตลาด การเงิน และการบริหารทีมงาน การสนับสนุนทรัพยากรที่จำเป็น อาทิ พื้นที่ทำงาน อุปกรณ์ และเทคโนโลยี ตลอดจนการเชื่อมโยงเครือข่ายนักลงทุน ลูกค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อลดความเสี่ยงก่อนการลงทุนจริง บทบาทดังกล่าวสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศที่มุ่งปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศตามแนวทางของ National Economic and Social Development Council (2023) เพื่อให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ศูนย์ได้ดำเนินการบ่มเพาะธุรกิจจำนวน 17 ธุรกิจ โดยกำหนดแนวทางการพัฒนาอย่างเป็นระบบตามศักยภาพและความต้องการเฉพาะของแต่ละกิจการ เช่น โกโก้ตาหลวง ได้รับการสนับสนุนด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างแบรนด์ จนสามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์ “โกโก้ลูกประ” ให้มีเอกลักษณ์และสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาด ขณะที่ บริษัท บ้านเต้าหู้ทุ่งสง จำกัด ได้รับคำปรึกษาด้านการพัฒนาสินค้าและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ส่งผลให้สามารถขยายฐานลูกค้าและเสริมสร้างภาพลักษณ์สินค้าเพื่อสุขภาพ นอกจากนี้ ห้างหุ้นส่วนจำกัดพรปัญญา ยังได้รับการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ การวางแผนการเงิน และการต่อยอดเครือข่ายทางการตลาด กรณีดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจในการยกระดับผู้ประกอบการท้องถิ่นสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาเชิงโครงสร้างของประเทศ

2. การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI)

อนาคตนวัตกรรมจะเป็นกุญแจสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและความอยู่รอดทางธุรกิจ โดยการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในมิติต่าง ๆ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2559) ในบริบทของเศรษฐกิจยุคดิจิทัล เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) นับเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการ โดยสามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างหลากหลาย ทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและคาดการณ์แนวโน้มตลาด การปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้า การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตผ่านระบบตรวจสอบคุณภาพอัตโนมัติ การสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์จากการประมวลผลข้อมูลขนาดใหญ่ ตลอดจนการให้บริการลูกค้าอัตโนมัติด้วยระบบ Chatbot เพื่อลดภาระงานซ้ำซ้อนและยกระดับคุณภาพการบริการ ตัวอย่าง บ้านเต้าหู้ทุ่งสง ซึ่งนำข้อมูลการสั่งซื้อมาวิเคราะห์และพบว่าในช่วงเทศกาลกินเจ ความต้องการเต้าหู้สดเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 50 จึงสามารถวางแผนการผลิตล่วงหน้าได้อย่างเหมาะสม ลดการสูญเสีย และเพิ่มประสิทธิภาพด้านยอดขาย สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของ AI ในการขับเคลื่อนการบริหารจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิผลและยั่งยืน

3. ความสามารถในการเรียนรู้ (Learning Ability)

การเรียนรู้ที่ดีคือการเรียนรู้อย่างมีความหมาย ซึ่งจะเกิดขึ้นได้เมื่อบุคคลสามารถเชื่อมโยงสิ่งทีเรียนรู้ใหม่กับสิ่งเดิมที่มีอยู่ (Ausubel,1963) ยุคเศรษฐกิจใหม่ที่เทคโนโลยีและตลาดเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา เพื่อปรับตัวต่อสถานการณ์และพัฒนา

ธุรกิจอย่างยั่งยืน การดำเนินธุรกิจไม่สามารถอาศัยประสบการณ์เดิมหรือรูปแบบการทำงานแบบเก่าเพียงอย่างเดียวได้อีกต่อไป ผู้ประกอบการที่มีทักษะการเรียนรู้สูง มักสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น AI, Big Data และ e-Commerce AI, Big Data และ e-Commerce ควบคู่กับการเรียนรู้จากความผิดพลาดเพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจ อีกทั้งเปิดรับความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลง ตัวอย่างเช่น โกโก้ตาหลวง และ บ้านเต้าหู้ทุ่งสง ใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยจัดทำวิดีโอสั้นแสดงกระบวนการผลิตผ่าน TikTok และ Facebook เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ ส่งผลให้เข้าถึงลูกค้าใหม่และขยายฐานตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability)

การปรับตัวในบริบทของผู้ประกอบการนั้นหมายถึง กระบวนการที่ผู้ประกอบการใช้ในการประมวลข้อมูลต่าง ๆ จากสภาพแวดล้อมภายนอก และใช้ข้อมูลดังกล่าวเพื่อปรับตัว (Mckee et al., 1989) การปรับตัวมีความเกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การแข่งขัน และการวางกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ไม่มีผู้ประกอบการใดที่สามารถอยู่รอดได้ตลอดโดยไม่มีการปรับตัวในยุคเศรษฐกิจใหม่ที่มีความเปลี่ยนแปลงรวดเร็วทั้งด้านเทคโนโลยี การตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค ธุรกิจมีการปรับตัวอย่างรวดเร็วตามบริบทที่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะการเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานจากหน้าร้านสู่ระบบออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพื่อรักษาความต่อเนื่องของกิจการและตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ขณะเดียวกันผู้ประกอบการได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกระแสการดูแลสุขภาพ เช่น การพัฒนาโกโก้หลายระดับความหวาน (100%, 80%, 70%, 60% และ 50%) ควบคู่กับการสื่อสารคุณค่าทางโภชนาการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการกำหนดจุดขายของเต้าหู้สดที่มีโปรตีนสูงและไขมันต่ำ เพื่อตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ ทั้งนี้การดำเนินการดังกล่าวสะท้อนศักยภาพในการปรับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์และการตลาดให้สอดคล้องกับแนวโน้มตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

5. การสร้างเครือข่าย (Networking)

ความสัมพันธ์ทางเครือข่ายเป็นขอบเขตของแต่ละบุคคล บริษัท ผู้ประกอบการและ บริษัทอื่นที่มีความสนใจในลักษณะเดียวกัน สิ่งนี้มีแนวโน้มที่จะเสริมสร้างและพัฒนาข้อมูล เชิงลึกและความคิดใหม่ร่วมกันอย่างไม่ปกปิดอำพรางอย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ระหว่าง การเชื่อมโยง เครือข่ายที่แน่นแฟ้นจะช่วยทำให้เกิดการอำนวยความสะดวกในการสื่อสารการทำงานร่วมกันแลกเปลี่ยน ข้อมูลและการเผยแพร่ข้อมูลความรู้ภายในองค์กร (Tajeddini & Ali, 2020) ในยุคเศรษฐกิจใหม่ ความสำเร็จของผู้ประกอบการไม่ได้ขึ้นอยู่กับความสามารถของตนเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับการสร้างเครือข่ายและความร่วมมืออย่างมีประสิทธิภาพ การเชื่อมโยงกับพันธมิตรทางธุรกิจ นักลงทุน ผู้เชี่ยวชาญ และลูกค้า ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงทรัพยากร ความรู้ และโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ได้รวดเร็วขึ้น การสร้างเครือข่ายที่แข็งแรงช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแลกเปลี่ยน ไอเดีย แก้ปัญหาร่วมกัน และลดความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจเพียงลำพัง นอกจากนี้ การร่วมมือกับองค์กรหรือธุรกิจอื่นยังเป็นช่องทางสำคัญในการขยายตลาด เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขัน และสร้างความยั่งยืนให้ธุรกิจ กรณีของโกโก้ตาหลวง สะท้อนให้เห็นถึงการสร้างเครือข่ายกับเกษตรกรผู้ปลูกโกโก้ในท้องถิ่น รวมถึงความร่วมมือกับกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการแปรรูป อันเป็นการเสริมสร้างห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ให้มีความมั่นคง

6. การมีแนวคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

ความสำเร็จขององค์การธุรกิจขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ทั้งการวางแผน การดำเนินงาน การตัดสินใจของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จ ผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะเชิงสร้างสรรค์ชอบเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา มีจินตนาการมีความสุขกับการทำงานใช้ความสามารถในการแก้ปัญหา ย่อมจะทำให้องค์การธุรกิจประสบความสำเร็จ (สุพาดา สิริกุตตา, 2556) โดยเฉพาะในบริบทของเศรษฐกิจยุคใหม่ (New Economy) ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ข้อมูล และนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ โดยสะท้อนผ่านการสร้างแนวคิดใหม่ การคิดนอกกรอบ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แตกต่างจากตลาดเดิมเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ตัวอย่างเช่น โกโก้ตาหลวง ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ “โกโก้ลูกประ” โดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นอย่างลูกประแทนอัลมอนด์ สร้างอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นและจุดขายที่แตกต่าง ขณะเดียวกัน บริษัท บ้านเต้าหู้ทุ่งสง จำกัด ได้ต่อยอดผลิตภัณฑ์เต้าหู้ให้หลากหลาย ทั้งเมนูพร้อมรับประทาน ขนมหวาน และบรรจุภัณฑ์ที่สะดวกต่อการบริโภค พร้อมสื่อสารภาพลักษณ์ด้านสุขภาพเพื่อตอบรับผู้บริโภคยุคใหม่ ดังนั้น ความคิดสร้างสรรค์จึงครอบคลุมทั้งการคิดค้น การประยุกต์ใช้ทรัพยากร และการสร้างคุณค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการอย่างเป็นระบบ

7. การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective Management)

การที่องค์กรสามารถบรรลุได้ตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการฝึกอบรม ประสบการณ์ ความผูกพัน ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญต่อประสิทธิภาพในองค์กรทั้งสิ้น (Katz & Kahn, 1978) ผู้ประกอบการต้องสามารถบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยการการวางแผน การจัดองค์กร การบริหารทรัพยากร และการควบคุมงานให้บรรลุเป้าหมายด้วยต้นทุน เวลา และกำลังคนอย่างเหมาะสม ผู้ประกอบการต้องมีทักษะในการตัดสินใจ รู้จักมอบหมายงานให้เหมาะสมกับศักยภาพของทีมงาน รวมถึงติดตามผลและปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง เช่น ผู้ประกอบการในยุคปัจจุบันต้องมีการใช้ระบบจัดการสต็อกสินค้าและยอดขายแบบออนไลน์ เพื่อติดตามวัตถุดิบและพฤติกรรมลูกค้าได้แบบเรียลไทม์ ทำให้สามารถวางแผนการผลิตและการตลาดได้อย่างแม่นยำ ลดของเสีย และเพิ่มกำไรได้อย่างยั่งยืนการใช้ซอฟต์แวร์จัดการสต็อกสินค้าและบัญชีอัตโนมัติ ในฐานะกิจการรูปแบบบริษัท บ้านเต้าหู้ทุ่งสง จำกัด การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของหุ้นส่วนอย่างชัดเจน เช่น การมอบหมายให้หุ้นส่วนฝ่ายหนึ่งดูแลด้านการเงินและบัญชี ขณะที่อีกฝ่ายดูแลด้านการตลาดและการจัดซื้อสินค้า พร้อมกำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน (KPIs) เช่น อัตราหมุนเวียนสินค้าและกำไรขั้นต้น เพื่อใช้ติดตามและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ ตัวอย่างเช่น การนำซอฟต์แวร์บัญชีมาใช้เพื่อลดข้อผิดพลาดทางการเงินและเพิ่มความโปร่งใสในการบริหาร

จากการดำเนินการบ่มเพาะผู้ประกอบการจากอดีตจนถึงปัจจุบันทำให้ได้ข้อค้นพบถึงแนวทางกลยุทธ์ความสำเร็จของผู้ประกอบการยุคเศรษฐกิจใหม่ที่เหมาะสม ซึ่งสามารถสรุปได้ผ่านกระบวนทัศน์ที่มีชื่อว่า “BALANCE” ซึ่งประกอบด้วย 1) Business Incubator Center ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ ทั้งด้านความรู้ การฝึกทักษะการให้คำปรึกษา และทรัพยากรต่าง ๆ ซึ่งช่วยลดความ

เสี่ยงและเพิ่มโอกาสความสำเร็จ 2) Artificial Intelligence การประยุกต์ใช้ AI ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก ทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค และปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจได้อย่างแม่นยำและรวดเร็ว 3) Learning Ability ผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำความรู้ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการทางธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด 4) Adaptability ความสามารถในการปรับตัวช่วยให้ผู้ประกอบการตอบสนองต่อความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมธุรกิจได้อย่างยืดหยุ่น 5) Networking สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการรายอื่น องค์กร หรือชุมชนธุรกิจ ช่วยเพิ่มโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้ การเข้าถึงทรัพยากร และการขยายตลาด 6) Creativity ความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนานวัตกรรม การแก้ไขปัญหา และการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ ทำให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และ 7) Effective Managementการบริหารจัดการทรัพยากร การวางแผน และการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและมีประสิทธิผล

บทสรุป

ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจใหม่เกิดจากการบูรณาการ “คุณค่าจากความคิดสร้างสรรค์” เข้ากับ “ศักยภาพของเทคโนโลยีดิจิทัล” อย่างเป็นระบบ โดยการหลอมรวมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มจากทุนทางปัญญา นวัตกรรม และอัตลักษณ์ เข้ากับเศรษฐ กิจดิจิทัลที่ใช้ข้อมูล เทคโนโลยี และแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นกลไกขับเคลื่อน ทำให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่าง พร้อมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและการเข้าถึงตลาดในวงกว้าง ภายใต้บริบทดังกล่าว ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ (Business Incubator Center) มีบทบาทสำคัญในฐานะกลไกสนับสนุนเชิงระบบผ่านการให้คำปรึกษา การพัฒนาทักษะด้านแผนธุรกิจ การตลาด การเงิน และการบริหารทีม รวมถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายนักลงทุนและพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสในการเติบโตอย่างมั่นคง ขณะเดียวกันการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก คาดการณ์แนวโน้มตลาด ปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต และยกระดับประสบการณ์ลูกค้า การใช้ AI จึงไม่เพียงเป็นเครื่องมือทางเทคโนโลยี แต่เป็นปัจจัยเสริมสร้างความสามารถในการตัดสินใจและการบริหารจัดการเชิงข้อมูล (data-driven management) ซึ่งเชื่อมโยงกับความสามารถในการเรียนรู้และการปรับตัวของผู้ประกอบการโดยตรง เมื่อผู้ประกอบการมี Learning Ability และ Adaptability สูง ย่อมสามารถนำข้อมูล เทคโนโลยี และองค์ความรู้ใหม่มาปรับใช้ได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ นอกจากนี้การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ (Networking) ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ การเข้าถึงทรัพยากร และการต่อยอดนวัตกรรมร่วมกัน ขณะที่ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เป็นแกนกลางที่ผลักดันให้เกิดความแตกต่างและความได้เปรียบทางการแข่งขัน เมื่อผสานกับการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective Management) ที่ครอบคลุมการวางแผน การจัดองค์กร การควบคุม และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้ธุรกิจสามารถควบคุมต้นทุน เพิ่มประสิทธิผล และสร้างผลกำไรอย่างยั่งยืน ดังนั้น การสังเคราะห์องค์ประกอบทั้งหมดภายใต้กระบวนทัศน์ “BALANCE” จึงสะท้อนแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการแบบองค์รวมที่เชื่อมโยงทรัพยากร เทคโนโลยี ความรู้

ความคิดสร้างสรรค์ เครือข่าย และการบริหารจัดการเข้าด้วยกันอย่างสมดุล ทำให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขัน ปรับตัว และสร้างความยั่งยืนได้อย่างครบวงจรในยุคเศรษฐกิจใหม่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 สถาบันการศึกษาและศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาโปรแกรมอบรมผู้ประกอบการ โดยเน้นการเสริมทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล การคิดเชิงกลยุทธ์ และการสร้างนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของเศรษฐกิจยุคใหม่

1.2 หน่วยงานภาครัฐและเอกชน สามารถใช้ข้อมูลนี้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการ เช่น การจัดตั้งกองทุนสนับสนุนธุรกิจนวัตกรรม หรือโครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการที่ใช้เทคโนโลยี (Tech Startup Incubation Program)

1.3 ผู้ประกอบการรายใหม่ (Startup) สามารถนำปัจจัยความสำเร็จทั้ง 7 ด้านไปประเมินศักยภาพของตนเองและวางแผนพัฒนาธุรกิจให้ครอบคลุมทั้งด้านเทคโนโลยี การบริหารจัดการ และการสร้างเครือข่าย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายการศึกษาครอบคลุมผู้ประกอบการรูปแบบอื่น เช่น เทคโนโลยีการเกษตร (Agri Tech), สุขภาพดิจิทัล (Health Tech) และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลายและครอบคลุมต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจใหม่ โดยแต่ละอุตสาหกรรมมีลักษณะเฉพาะของบริบททางธุรกิจ เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจส่งผลต่อแนวทางการบริหารจัดการ การพัฒนานวัตกรรม และกลยุทธ์การเติบโตของธุรกิจ

2.2 ควรใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) หรือการสำรวจ (Survey Research) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้ง 7 ด้านกับระดับความสำเร็จทางธุรกิจ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นแนวทางการศึกษาที่มุ่งเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงตัวเลข (Numeric Data) เพื่ออธิบายปริมาณและทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่เป็นเชิงสถิติ สามารถอ้างอิงได้ การวิจัยลักษณะนี้เหมาะสมอย่างยิ่งกับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการกับระดับความสำเร็จทางธุรกิจ ซึ่งมักประกอบด้วยตัวแปรหลายด้าน เช่น ด้านการบริหารจัดการ การตลาด การเงิน ทรัพยากรมนุษย์ นวัตกรรม การใช้เทคโนโลยี และเครือข่ายทางธุรกิจ โดยแต่ละด้านมีผลกระทบต่อความสำเร็จในระดับต่าง ๆ ของผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจใหม่

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงอุตสาหกรรม. (2560). *รายงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลและการพัฒนาเศรษฐกิจ.* กระทรวง.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2559). ถอดรหัสแนวโน้มใหญ่ของโลกปี 2020: โอกาสและการปรับตัวของธุรกิจในอนาคต. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 3(1), 1-26

ภูเทพ ดอนท้วม, ประพันธ์ พิกุลทอง, ศิวกร กาญจนปัทม และธเนศ วิลาสมงคลชัย. (2567). นวัตกรรมกับการปรับตัวต่อการแข่งขันทางธุรกิจขององค์กร. *วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ,* 12(1), 148-156. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/RCIM/article/view/264173

ศิวะนันท์ ศิวพิทักษณ์ และปิยะวิทย์ ทิพรส. (2564). การเป็นผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 35(3), 98-113. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUSuthiparithatJournal/article/view/254770

สุพาดา สิริกุตตา. (2556). กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ: กรณีศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาคกลางตอนบน. วารสารวิทยาสารเกษตรศาสตร์ สาขา*สังคมศาสตร์.* 34(3), 428-439.

Ausubel, D. P. (1963). *The Psychology of Meaningful Verbal Learning*. Grune & station.

Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin.

Katz, D. & Kahn, R. L. (1978). *The social psychology of organization* (2nd ed.). McGraw-Hill.

Kemp, S. (2024, January 31). Digital 2024: Global overview report. DataReportal; We Are Social & Meltwater. https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report

McKee, D. O., Varadarajan, P. R., & Pride, W. M. (1989). *Strategic adaptability and firm performance: a market-contingent* perspective. *Journal of Marketing*, 53(3), 21-35.

National Economic and Social Development Council. (2023). *The Thirteenth National Economic and Social Development Plan (2023-2030).* Bangkok: Office of the Prime Minister.

Tapscott, D. (1996). *The digital economy: Promise and peril in the age of networked intelligence*. McGraw-Hill.

Tajeddini, M. & Ali, E. (2020). Hospitality business performance: The role of entrepreneurial orientation and networking ties in a dynamic environment International. *Journal of Hospitality Management*, 90, 1-15.