

ผู้ประกอบการนวัตกรรมในโลกยุคปกติใหม่



เรืออากาศโทสมพร ปานดำ¹

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

ผู้ประกอบการใหม่และธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทยทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ในปัจจุบันความสามารถเชิงนวัตกรรมเป็นส่วนประกอบสำคัญในการสร้างความสำเร็จด้านการลงทุนใหม่ ๆ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นเครื่องมือทางการแข่งขันที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จ ในขณะที่โควิด-19 ยังคงระบาดอยู่ในแทบทุกพื้นที่ของโลก แต่การระบาดของไวรัสครั้งนี้ก็ทำให้เกิดการเติบโตของธุรกิจอี-คอมเมิร์ซ อย่างก้าวกระโดด มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้กับงานแทบจะทุกแขนง ทั้งการประชุมผ่านระบบวิดีโอคอนเฟอเรนซ์ การเรียนออนไลน์ การสั่งซื้อผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ แทนการเดินเข้าห้าง เพื่อลดการติดต่อโดยตรงระหว่างบุคคล

บทความนี้นำเสนอเนื้อหาที่สำคัญเกี่ยวกับ การเป็นผู้ประกอบการนวัตกรรมในโลกยุคปกติใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจหรือเทรนด์ใหม่ให้ผู้ที่จบการศึกษาจากสถาบันการอาชีวศึกษา หรือ วิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ จะประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการ ด้วยทักษะนวัตกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ตลอดหลักสูตรที่ผ่านมา และนำเสนอแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs) จากผู้เรียนอาชีวศึกษาที่

¹ ที่ปรึกษาด้านมาตรฐานอาชีวศึกษาช่างอุตสาหกรรม

จะเข้ามาช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศผ่านการศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษา ส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระในกลุ่มผู้เรียนอาชีวศึกษาที่มุ่งให้องค์ความรู้ด้านธุรกิจและส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการแก่นักเรียนนักศึกษาผ่านกระบวนการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรม ซึ่งการเป็นผู้ประกอบการนวัตกรรมในโลกยุคปกติใหม่ ที่เกิดขึ้นจะทำให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ มองหาความยั่งยืน และสร้างความมั่นคงและช่วยทำให้ภาคเศรษฐกิจเข้มแข็งอีกด้วย

คำสำคัญ อาชีวศึกษา, พัฒนาทักษะ, เพิ่มทักษะ, ทักษะใหม่, อาชีวะสร้างชาติ

ผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneur)

การประกอบธุรกิจ ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการสร้างความเจริญเติบโตให้กับเศรษฐกิจของประเทศ ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้น [1] (สมใจ ศรีเนตร, 2560) ผู้ประกอบการใหม่และธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศไทยทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม [2] (สุชาติ ไตรภพสกุล และสหทัย ชูชาติพงษ์, 2557) ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจขนาดใหญ่ และยังเป็นห่วงโซ่คุณค่า ที่มีจำนวนมหาศาลก่อให้เกิดการจ้างงาน กระตุ้นการพัฒนาไปสู่ชุมชนได้รวดเร็ว ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศและการส่งออก ผู้ประกอบการใหม่ กลุ่มนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ จึงถูกจับตาเป็นพิเศษ ที่จะได้สิทธิพิเศษเดินหน้าสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจยุคใหม่ได้ง่ายมากขึ้นในยุคนี้ [3] (ไทยรัฐออนไลน์, เข้าถึงได้โดย <http://www.thairath.co.th/content/644179>, 2560)

ผู้ประกอบการกับการใช้เครื่องมือดิจิทัล

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบในแต่ละปี โดยกิจกรรมและธุรกรรมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด อีกทั้งการระบาดของโควิด-19 เร่งผลักดันการใช้เครื่องมือดิจิทัล และอินเทอร์เน็ตในไทยทั้งการสื่อสาร การเรียนและทำงานผ่านระบบออนไลน์ และการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันแทนการเดินทางห้างสรรพสินค้า ข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของไทยในปี 2563 จากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์หรือเอ็ตด้าสะท้อนพฤติกรรม และแนวโน้มในอนาคตที่ชี้ว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2563 เฉลี่ยวันละกว่า 11.5 ชม. เพิ่มขึ้น ราว 1 ชม. จากปี 62 และเพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัวเมื่อเทียบกับปี 60 ที่ใช้งานเฉลี่ยเพียงวันละ 6.5 ชม. โดยกลุ่มคนอายุน้อยกว่า 40 ปี (Gen Y และ Gen Z) เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันมากที่สุด นอกจากนี้ พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ Media Landscape ต่างไปจากเดิมเช่นกัน โดยผู้บริโภคสนใจโซเชียลมีเดียมากกว่าสื่อหลักเพราะสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงผู้คนจำนวนมาก รวมถึงแนวโน้มการใช้แอปพลิเคชันเพื่อซื้อสินค้าออนไลน์ ทำธุรกรรมทางการเงิน ด้านสุขภาพและบันเทิงสูงขึ้นต่อเนื่อง ในเชิงเศรษฐกิจ ดิจิทัลได้กลายเป็นส่วนสำคัญของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่จะขาดไม่ได้ ภาคธุรกิจไทยจะต้องเร่งปรับตัวให้รับกับกระแสดิจิทัล [4] ดังนี้

(1) **ปรับช่องทางขายให้มีหลากหลายช่องทาง โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์** เพราะการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้กลายเป็นพฤติกรรมติดตัวผู้บริโภคและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยข้อมูลมูลค่าตลาดค้าปลีกออนไลน์ในไทยปี 2563 เติบโตขึ้นกว่า 35% และคาดว่าจะเติบโตถึง 50% ในปี 2564 (คาดการณ์โดยบริษัท Priceza) รวมถึงการสั่งฟู้ดเดลิเวอรี่ที่

จำนวนครั้งของการจัดส่งอาหารไปยังที่พักโตสูงถึง 150% ในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน และโต 17% ในช่วงครึ่งหลังของปี

(2) ขยายการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ ภาคธุรกิจต้องใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญคือ ธุรกิจต้องเข้าใจว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลแต่ละชนิดมีจุดเด่นไม่เหมือนกัน รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละแพลตฟอร์มเองก็แตกต่างกัน เช่น สื่อยูทูปเหมาะกับการทำตลาดที่เน้นเนื้อหาที่มีความยาวกว่าเฟซบุ๊ก หรือ e-Marketplace ขณะที่ e-Marketplace อาจเหมาะกับสินค้าที่ธุรกิจต้องการส่งเสริมการขายระยะสั้น เช่น โปรโมชันวันที่ 4 เดือน 4, โปรโมชันวันที่ 5 เดือน 5, โปรโมชันวันที่ 6 เดือน 6 เป็นต้น

(3) พัฒนาด้านโลจิสติกส์ในรูปแบบดิจิทัล (อีโลจิสติกส์) ตั้งแต่การจัดการคลังสินค้าไปจนถึงการขนส่งไม่ให้ล่าช้าจนเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของธุรกิจ ระบบอีโลจิสติกส์จะเป็นโครงสร้างพื้นฐานของระบบซัพพลายเชนที่ช่วยจัดการต้นทุนให้มีประสิทธิภาพ เช่น การเชื่อมโยงระบบต่าง ๆ ให้ส่งผ่านข้อมูลระหว่างกันได้สะดวกและรวดเร็ว ทั้งส่วนการผลิต คลังสินค้า การซื้อ-ขาย การเงิน และการขนส่ง เพื่อจัดส่งสินค้าถึงมือลูกค้าอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และตรวจสอบได้

นวัตกรรมของผู้ประกอบการ (Innovation for Entrepreneur)

นวัตกรรมมักเป็นส่วนประกอบสำคัญในการสร้างความสำเร็จด้านการลงทุนใหม่ ๆ นวัตกรรม เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดีขึ้นจากมุมมองของสิ่งที่มีตัวตนหรือเป็นการสร้างมูลค่าในจิตใจให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้นี้สินค้าหรือบริการนั้น ในส่วนของการวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรมนั้นเป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดผลต่อด้านทุน มีความเสี่ยงสูง และท้าทายสำหรับบริษัทที่เพิ่งจะเริ่มกิจการที่ต้องควบคุมทรัพยากรให้ใช้อย่างจำกัดซึ่งนับเป็นสิ่งที่ยากต่อการบริหารจัดการนวัตกรรม มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม นักเศรษฐศาสตร์ได้กล่าวว่า 50%-80% ของการเติบโตทางเศรษฐกิจเกิดจากนวัตกรรมและความรู้ใหม่ ความเป็นผู้ประกอบการเชื่อมโยงกับการสร้างคุณค่า มีความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ และการจ้างงาน [5]

นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในปัจจุบัน จากข้อมูลของ “Global Competitiveness Report” ซึ่งทำการสำรวจและประเมินศักยภาพรวมทั้งความได้เปรียบทางการแข่งขันของ 144 ประเทศทั่วโลก พบว่าประเทศที่มีขีดความสามารถด้านนวัตกรรมสูงกว่ามีแนวโน้มที่จะมีค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำและคุณภาพชีวิตของประชาชนที่ดีกว่าประเทศที่มีความสามารถทางนวัตกรรมที่ต่ำ นอกจากนี้ นวัตกรรมยังส่งผลทางบวกต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัท ดังเช่น Steve Jobs ได้สร้างนวัตกรรม สมาร์ทโฟน ที่เรียกว่า Apple จนกระทั่งกลายเป็นผู้นำในปัจจุบัน นวัตกรรมสามารถแบ่งออกตามระดับความใหม่และผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมได้ง่ายๆ เป็น 2 ประเภท คือ นวัตกรรมแบบค่อยเป็นค่อยไป (การพัฒนาหรือต่อยอดจากเทคโนโลยี/สินค้าปัจจุบัน) และ นวัตกรรมแบบก้าวกระโดด (นวัตกรรมที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก เช่น สมาร์ทโฟนที่เข้ามาแทนที่โทรศัพท์มือถือแบบเก่า) ผู้ประกอบการสามารถสร้างธุรกิจใหม่จากทั้งสองประเภทของนวัตกรรมดังกล่าว ในประเทศไทยมีผู้ประกอบการอยู่ 2 ประเภท คือ ผู้ประกอบการเป็นนักนวัตกรรมอย่างแนวคิดของ Christensen และ ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ตามซึ่งลอกเลียน

หรือดัดแปลงสินค้าและบริการจากธุรกิจปัจจุบัน มากกว่าการแสวงหานวัตกรรมใหม่ๆ จากข้อมูลล่าสุด โครงการวิจัย Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ของคณะกรรมการสร้างเจ้าของธุรกิจและการบริหารกิจการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (BUSEM) พบว่า มีเพียง 7.3% ของผู้ประกอบการใหม่และ 5.6% ของผู้ประกอบการปัจจุบัน ที่สามารถนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีความเป็นนวัตกรรมใหม่ระดับที่มีศักยภาพเป็นนวัตกรรมแบบก้าวกระโดด ในขณะที่จากข้อมูล GEM พบว่า 58.8% ของผู้ประกอบการไทยมีแนวโน้มที่จะเป็นนักนวัตกรรม เมื่อพิจารณาจากกราฟการเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในเอเชีย พบว่าประเทศไทยมีศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการนวัตกรรมได้ในอนาคต ซึ่งเป็นการส่งสัญญาณไปยังประชากรไทยและผู้ประกอบการหน้าใหม่ของไทยในริเริ่มไล่ตามความฝันการเป็นผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ ริเริ่มทดลองอะไรใหม่ๆ ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการประกอบธุรกิจ มีความปรารถนาปรารถนาต่อการทำธุรกิจในยุคใหม่และพร้อมเสมอต่อการขับเคลื่อนกับคู่แข่งทั่วโลก [6]

การประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม (Innovation-Driven Entrepreneurship) ต้องมีการสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่เอื้อประโยชน์ในการใช้นวัตกรรมให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ประกอบด้วยหลายแนวทาง เช่น การสร้างข้อมูลและพัฒนางานความรู้ โดยมุ่งพัฒนาผู้ประกอบการให้เป็นผู้ประกอบการอี-คอมเมิร์ซเต็มตัว, การนำนวัตกรรมมาช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ, การเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุน ผลักดันให้เอสเอ็มอีเป็น IDE, การอำนวยความสะดวกทางด้านธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่กำลังวิจัยและพัฒนานวัตกรรม และการสร้างระบบเทคโนโลยี-ดิจิทัลสำหรับธุรกิจยุคใหม่ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้สอดคล้องกับเทคโนโลยี และครอบคลุมทุกพื้นที่ รวมถึงพัฒนาระบบป้องกันความเสี่ยงและความปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยี เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

เทรนด์หลักของการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต [7]

การระบาดของโควิด-19 เร่งให้ผู้บริโภคต้องยอมรับเศรษฐกิจดิจิทัล ส่งผลให้คนรุ่นใหม่จะเลือกทำธุรกิจเองมากกว่าที่จะทำงานรับเงินเดือน โดยโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกสูงถึง 90 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ จากความไม่มั่นคงในอาชีพต่างๆ และอัตราการว่างงานที่สูงขึ้นขณะเดียวกัน โควิด-19 ก็ทำให้เกิดการพัฒนาในธุรกิจ อี-คอมเมิร์ซอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจขนาดเล็กที่หันมาใช้เทคโนโลยี และมีการทำงานที่ยืดหยุ่นมากขึ้น แนวโน้มที่เกิดขึ้นจะทำให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ มองหาความยั่งยืน และสร้างความมั่นคงและเสมอภาค ซึ่งจะช่วยให้ภาคเศรษฐกิจเข้มแข็งขึ้น และยังประโยชน์ให้แก่ทุกคน โดย 3 เทรนด์หลักของการเป็นผู้ประกอบการในอนาคตมีดังนี้

ประการแรก รูปแบบของผู้ประกอบการในโลกจะมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว อนาคตจะถูกกำหนดโดยดิจิทัล และทำธุรกิจด้วยความคล่องตัวและยืดหยุ่นมากขึ้น ซึ่งทักษะเหล่านี้จะเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่จะต้องมี นอกเหนือจากการคิดวิเคราะห์หรือการแก้ปัญหา โดยจากผลการสำรวจเรื่องงานในอนาคตของเวิลด์ อีโคโนมิคส์ฟอรัม พบว่า ความต้องการทักษะเกี่ยวกับความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ การอดทนต่อแรงกดดัน และความยืดหยุ่นมีความต้องการในทักษะเหล่านี้สูงขึ้นมา เช่นเดียวกับที่บริษัทต่างๆ มีการปรับตัวอย่างรวดเร็วในภาวะวิกฤติเช่นนี้เพื่อฉวยจังหวะได้เปรียบต่อคู่แข่ง ในปัจจุบันนี้ทุกคนสามารถทำงาน และซื้อสินค้าได้จากทุกที่ และจากการที่คนนับล้านต้องทำงานจากที่บ้าน บริษัทขนส่งที่สามารถส่งสินค้าได้รวดเร็วและมีบริการพิเศษจะได้ใจลูกค้าได้ไม่ยาก ในขณะเดียวกันความคาดหวังของลูกค้าก็เริ่มเปลี่ยนไป เพราะผู้คนจะเปิดรับเทคโนโลยีได้ง่ายกว่าเดิม ขณะเดียวกันโควิด-19 ก็เป็นตัวเร่ง

ผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล ช่วยลดการปิดกั้นของผู้ประกอบการ ทำให้พวกเขาขยายกลายมาเป็นผู้ประกอบการระดับโลก ได้ไม่ยากทั้งจากเว็บไซต์ และแพลตฟอร์มต่างๆ ที่ทำให้สินค้าหรือร้านค้าเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น มีการติดต่อระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายและพันธมิตรได้ง่าย แผนธุรกิจทางดิจิทัลที่เคยวางไว้ว่าจะเป็นรูปเป็นร่างในเวลาหลายปี ก็อาจจะสามารถทำได้ในเวลาเพียงไม่กี่วันหรือไม่ก็สัปดาห์

ประการที่สอง เมื่อโลกได้ก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ก็จะมีผู้ประกอบการผู้หญิง วัยรุ่น และเจ้าของธุรกิจส่วนตัวจากหลากหลายที่มากขึ้น เพราะทุกคนล้วนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ไม่ต่างกัน ผู้ประกอบการจากประเทศยากจนก็อาจจะสามารถเข้าสู่ตลาดเดียวกับประเทศพัฒนาแล้วได้ เมื่อกำแพงกันได้ทำลายลง เราจะมีโอกาสได้เห็นโอกาสใหม่ๆ สำหรับคนรุ่นใหม่ ซึ่งจะมีความสามารถที่แตกต่างไปรวมทั้งมุมมองใหม่ๆ ต่อเรื่องต่างๆ การให้ทุนและสนับสนุนคนรุ่นใหม่ให้เริ่มธุรกิจสตาร์ทอัพ จะช่วยให้เกิดการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในระยะยาวด้วย สำหรับทวีปเอเชียคาดว่า โซเชียลที่มีการสนับสนุนธุรกิจสตาร์ทอัพมากที่สุดของโลก โดยมีการสนับสนุนผู้ประกอบการหน้าใหม่ และสนับสนุนการลงทุน ด้วยระบบอี-คอมเมิร์ซ และการค้าขายข้ามพรมแดน อย่างไรก็ตาม กลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพก็ยังคงไม่สามารถเติบโตไปถึงระดับโลกได้ เนื่องจากยังขาดการช่วยเหลือจากผู้นำของภาคส่วนต่างๆรวมทั้งกฎระเบียบของภาครัฐที่ซับซ้อน และยังไม่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจขนาดเล็กเท่าที่ควร

ประการที่สาม โรคระบาดในครั้งนี้เปลี่ยนวิธีการทำงานของเราไปอย่างสิ้นเชิง โดยผู้ประกอบการรุ่นใหม่จะต้องสามารถทำงานจากที่ไหนก็ได้ เพราะเทคโนโลยีจะสร้างสภาพแวดล้อมให้เป็นอิสระ โทรศัพท์มือถือมาก่อน และการค้าผ่านโลกโซเชียล ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่จะประสบความสำเร็จจะเป็นบุคคลที่หาเลี้ยงชีพด้วยธุรกิจออนไลน์ ความยั่งยืนก็จะเป็นสิ่งสำคัญของผู้ประกอบการในอนาคต เทคโนโลยีสีเขียวจะผลักดันให้เกิดคลื่นลูกใหม่ของนวัตกรรมโลกจากระบบไฟฟ้าและแบตเตอรี่ รวมทั้งมีการเติบโตของธุรกิจสตาร์ทอัพ ที่ให้ความสำคัญกับสภาพอากาศ ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จคือคนที่สามารถขับเคลื่อนไปตามคลื่นแห่งนวัตกรรมใหม่ได้

จาก 4Ps สู่ 4Es ปรับตัวรับโควิด-19 [8]

การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เป็นปัจจัย “เร่ง” ให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงทำให้โลกดิจิทัลกลายเป็น New Normal ในชีวิตประจำวัน ข้อมูลจากบริษัทนิลเสน (Nielsen) ระบุว่า ช่วงสถานการณ์ไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้ผู้บริโภคคุ้นชินกับการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น ผู้บริโภคใช้โซเชียลมีเดียและแอปพลิเคชันแชทเป็นช่องทางหลักเพื่อรับข่าวสารมากขึ้น ดังนั้น แนวคิด 4Ps แบบเดิม ประกอบด้วย (1) Product หรือตัวสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (2) Place หรือช่องทางที่ลูกค้าจะสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้ (3) Price หรือราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและ (4) Promotion หรือการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งไม่ได้เจาะจงเฉพาะกิจกรรมส่งเสริมการขาย อาจไม่เพียงพอ หลายธุรกิจเริ่มต่อยอดกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้มากขึ้น จึงต้องนำแนวคิด 4Es มาปรับใช้ซึ่งประกอบด้วย

(1) **Product to Experience** หรือประสบการณ์ของผู้ซื้อ เนื่องจากการผลิตสินค้าหรือบริการต่าง ๆ สามารถทำได้ง่ายเมื่อเทียบกับในอดีต โดยในปัจจุบันมีโรงงานที่รับจ้างผลิตสินค้า ทำให้เจ้าของธุรกิจไม่จำเป็นต้องมีเงินทุนจำนวนมากเพื่อสร้างโรงงานถึงจะผลิตสินค้าได้ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการต้องสร้างความแตกต่างและ

มากกว่าการเน้นที่ตัว Product ซึ่ง E ตัวแรกในแนวคิด 4Es นี้เน้นการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคประทับใจในสินค้าและบริการ

(2) **Place to Everyplace** ที่ผ่านมาช่องทางที่ลูกค้าเข้าถึงสินค้าและบริการได้มีเพียงหน้าร้าน (offline) แต่ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทมากขึ้น และกลายเป็น New normal ในชีวิตประจำวัน ธุรกิจจำเป็นต้องเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายทั้ง online และ offline ไม่ว่าจะเป็นการสร้างหน้าเว็บไซต์ จัดจำหน่ายผ่าน online marketplace เช่น Lazada หรือ Shopee นอกจากนี้สิ่งที่สำคัญไม่แพ้กันคือ ทางเลือกในการชำระเงินที่จะต้องสร้างความสะดวกให้กับลูกค้า เช่น ชำระเงินด้วยเงินสด ชำระผ่านบัตรเครดิต ระบบพร้อมเพย์หรือเก็บเงินปลายทาง เป็นต้น

(3) **Price to Exchange** จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้ราคาของสินค้าและบริการไม่ได้เป็นตัวกำหนดว่าผู้ประกอบการจะสามารถขายสินค้าและบริการได้เสมอไป แต่การทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความ “คุ้มค่า” ที่จะซื้อสินค้าและบริการ รู้สึกว่าสินค้ามีคุณภาพเหมาะสมกับราคาที่จ่ายไปเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการทำธุรกิจในยุคนี้

(4) **Promotion to Evangelism** การสื่อสารการตลาดที่เน้นตัวสินค้ามากเกินไปอาจไม่เหมาะสมกับบริบทปัจจุบัน แต่การสื่อสารที่เน้นให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมีประสบการณ์ร่วม รู้สึกชื่นชอบและอยากเข้ามาทดลองหรือใช้บริการ และกลายเป็นการบอกปากต่อปาก ชักชวนเพื่อนมาใช้ด้วยกันจะมีประสิทธิภาพในโลกยุคใหม่ เช่น ธุรกิจท่องเที่ยวและที่พัก สามารถสร้างความรู้สึกร่วมจากการตกแต่งห้องพัก เส้นทางท่องเที่ยวที่ไม่ควรพลาด สร้างแรงบันดาลใจให้อยากไปพัก โดยการตั้งราคาห้องพักที่จูงใจเป็นเพียงปัจจัยร่วมเท่านั้น

ทักษะการคิดพื้นฐานสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ [9]

(1) **Think Big, Act Small** หลักแนวคิด Think Big, Act Small นั้น ดร. เอ็ดเวิร์ด รูเบซ ผู้อำนวยการหลักสูตรศูนย์ผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม หรือ IDE Center โดยมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย หรือ IDE Center (Innovation-Driven Entrepreneurship Center) กล่าวว่า สิ่งที่ถูกเรียกว่า Think Big คือ การมองภาพที่เราต้องการในอนาคต แล้วไปให้ถึงสิ่งนั้นด้วยหลัก 3i ได้แก่ Innovation / Impact / International และสำหรับ Act Small ประกอบด้วย 3E ได้แก่ การเสาะหา (Explore) และทดสอบ (Experiment) ก่อนที่จะปล่อยของ (Execute)

(2) **มองหานวัตกรรมใหม่อยู่เสมอ** Innovation หรือ นวัตกรรม คือ กระบวนการสร้างมูลค่าด้วยการตอบโจทย์ความต้องการของตลาดจากวิธีการใหม่ๆ เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลง ความสร้างสรรค์ และมูลค่าที่สามารถผลักดันการเติบโต ผู้ประกอบการที่อยากชนะในการทำธุรกิจ ต้องหานวัตกรรมและไอเดียใหม่ๆ อยู่เสมอ และควรคอยมองหาวิธีใหม่ๆ ที่จะช่วยพัฒนาธุรกิจและสินค้าที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงด้วย

(3) **เปิดใจรับการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง** ผู้ประกอบการต้องรู้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างมีความคิดสร้างสรรค์ คุปปัญหาในมุมมองที่กว้างขึ้นด้วยความคิดสร้างสรรค์ที่มากขึ้น

(4) **กระตือรือร้น ไม่กลัวการแข่งขัน** ผู้ประกอบการควรจะมีคามกระตือรือร้นสูงและมีพลังงาน พร้อมทั้งจะลุกไปแก้ปัญหาอยู่เสมอ ต้องมีสมาธิ มีความกระตือรือร้นและละเอียดรอบคอบ

(5) **ยอมรับคำวิจารณ์และคำแนะนำ** การยอมรับคำวิจารณ์และคำแนะนำ คือ จุดเริ่มต้นที่ทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ เพราะนั่นคือโอกาสที่ผู้ประกอบการสามารถนำมาพัฒนาธุรกิจได้ และสามารถรับคำวิจารณ์ได้ ย่อมช่วยให้พัฒนาตัวเองได้เร็วขึ้น

(6) **ลงมือทำ เป้าหมายชัดเจน** ไม่ละความพยายาม ตั้งเป้าหมายชัดเจน ไม่หวั่นแม้อุปสรรคหรือปัญหาใดๆ และที่ขาดไม่ได้เลย คือ “ผู้ประกอบการต้องมีเลือนั่น” หากขาดจุดนี้สิ่งที่รอคุณอยู่คือความล้มเหลว

(7) **ผู้ประกอบการ คือ ผู้บริหารความเสี่ยง** ธุรกิจและความเสี่ยงเป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ การบริหารความเสี่ยง คือ การที่ผู้ประกอบการรับรู้ถึง ข้อดี-ข้อเสียของการตัดสินใจ และสามารถหาตัวเลือกที่ส่งผลดีมากกว่าผลเสียให้กับธุรกิจได้ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ คือ คนที่สามารถบริหารความเสี่ยงได้ดีที่สุด

(8) **เป็นผู้นำที่ดี มีจรรยาบรรณ** เพราะผู้ประกอบการที่เป็นผู้นำที่ดี มีจริยธรรมทางธุรกิจ คือ จริยธรรมที่เกี่ยวกับนโยบายการบริหารและวิธีปฏิบัติงาน โดยเฉพาะเรื่องละเอียดอ่อน เช่น แรงงานขั้นต่ำ การตัดสินใจ การตัดสินใจทางโอกาส และความรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากกำไรและยอดขายแล้ว ธุรกิจยังต้องอยู่ในบรรทัดฐานของกฎหมายและจริยธรรมที่ดีด้วย

(9) **การดูแลสุขภาพของตัวเอง** การดูแลสุขภาพของตัวเอง เพราะคุณคือเสาหลักของธุรกิจ สิ่งที่ต้องใส่ใจ คือ การควบคุมคุณภาพอาหารที่รับประทาน ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอและรักษาสุขภาพจิต

(10) **สนุกกับทุกงานอย่างมีแรงผลักดัน** ผู้ประกอบการต้องเป็นผู้ที่มีแรงผลักดันที่จะก้าวผ่านปัญหาอยู่เสมอ ผู้ประกอบการควรตั้งเป้าหมายและความมุ่งมั่นที่จะทำให้เป้าหมายนั้นเป็นจริง ไม่มีอะไรมาเป็นอุปสรรคหากมีความสนุกกับงานที่ทำ “ทำงานเหมือนไม่ได้ทำ ทำให้เป็นส่วนหนึ่งของชีวิต”

การจัดการศึกษาเพื่อสร้างผู้ประกอบการ [10]

การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ(Entrepreneurship Education) เป็นหนึ่งในทักษะสำคัญแห่งศตวรรษที่ 21 ที่ได้รับความสนใจและมีการดำเนินการเพิ่มมากขึ้น ในการกำหนดเป็นกรอบแนวคิดและยุทธศาสตร์สำคัญต่อการจัดการเรียนรู้ในเนื้อหาเชิงสหวิทยาการ (Interdisciplinary) สำหรับศตวรรษที่ 21 โดยการส่งเสริมความเข้าใจในเนื้อหาวิชาแกนหลัก และสอดแทรกทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ในเรื่องความรู้เกี่ยวกับการเงิน เศรษฐศาสตร์ ธุรกิจ และการเป็นผู้ประกอบการ(Financial, Economics, Business and Entrepreneurial Literacy) ซึ่งหมายรวมถึง (1) รู้วิธีการที่เหมาะสมสำหรับการสร้างตัวเลือกเชิงเศรษฐศาสตร์/เศรษฐกิจ (2) เข้าใจบทบาทในเชิงเศรษฐศาสตร์ที่มีต่อสังคม และ (3) ใช้ทักษะการเป็นผู้ประกอบการในการยกระดับและเพิ่มประสิทธิภาพด้านอาชีพ เข้าไปในการจัดการเรียนการสอนในทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถาบันการศึกษา

ในขณะเดียวกัน นโยบายของรัฐบาล พ.ศ. 2559 ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศเพื่อให้ประเทศไทยก้าวพ้นกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง ที่เรียกว่า “โมเดลประเทศไทย 4.0” ขึ้นเพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศให้ก้าวไปสู่ยุคใหม่และให้ความสำคัญในการสร้างผู้ประกอบการ ขับเคลื่อนความมั่งคั่งของประเทศไทย เพื่อพัฒนาประเทศให้ปรับเปลี่ยนจากประเทศรายได้ปานกลาง เป็นประเทศรายได้สูงปรับเปลี่ยนจากเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพ เป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศภายใต้ “โมเดลประเทศ

ไทย 4.0” จะต้องเปลี่ยนจากความสามารถได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบเป็นความสามารถได้เปรียบในเชิงแข่งขันเพื่อเปลี่ยนจากโครงสร้างเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเพิ่มมูลค่า ไปสู่โครงสร้างเศรษฐกิจอุตสาหกรรมสร้างมูลค่า ทั้งนี้ หัวใจสำคัญของ “โมเดลประเทศไทย 4.0” คือการสร้าง “คนไทย 4.0”

คนไทย 4.0 ที่จะต้องมีการเรียนรู้ใน 4 เรื่องสำคัญ คือ 1) การเรียนรู้เพื่อสร้างเสริมแรงบันดาลใจให้มีชีวิตอยู่อย่างมีความหมาย (Purposeful Learning) 2) การเรียนรู้เพื่อบ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์ และความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ (Generative Learning) 3) การเรียนรู้เพื่อปลูกฝังจิตสาธารณะ ยึดประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง (Mindful Learning) และ 4) การเรียนเพื่อมุ่งการทำงานให้เกิดผลสัมฤทธิ์ (Result –Based Learning) ดังนั้น การสร้างความเป็นผู้ประกอบการ จึงเป็นหนึ่งในแนวทางการพัฒนาคนไทย 4.0 ที่สอดคล้องกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศตามยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 เพื่อสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนในศตวรรษที่ 21 และหลุดพ้นจากกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง โดยเน้นการพัฒนาที่สมดุลบนฐานความคิดของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านการปฏิรูปประเทศด้านโครงสร้างเศรษฐกิจ การวิจัยและพัฒนา และระบบการศึกษาควบคู่กันไป ตามนโยบายรัฐบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นโยบายในส่วนของการสนับสนุนวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) หรือสตาร์ทอัพ ที่สร้างการเปลี่ยนแปลงด้วยแนวคิดที่แตกต่างและใช้กระบวนการและนวัตกรรมที่ไม่เหมือนใคร ที่มีจุดเด่นคือความสามารถทำซ้ำ ขยายตลาดได้อย่างไม่มีขีดจำกัดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเติบโตอย่างก้าวกระโดด ด้วยการส่งผ่านคุณค่าและสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ ผ่านกระบวนการบ่มเพาะและพัฒนาอย่างเป็นระบบการบ่มเพาะและการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องผ่านกระบวนการที่มีกลไกที่ชัดเจน และระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่เอื้อต่อการพัฒนา อาทิ กฎ ระเบียบและกฎหมายที่เอื้อต่อการเริ่มต้นธุรกิจและสนองตอบความต้องการของนักลงทุน การจัดหาแหล่งทุนสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ และการศึกษาที่บ่มเพาะทักษะของความเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้น

แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่จากผู้เรียนอาชีวศึกษา [11]

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ได้กำหนดให้สถานศึกษามีการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาขึ้นในปี พ.ศ. 2556 โดยอยู่ภายใต้ การดำเนินโครงการส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระในกลุ่มผู้เรียนอาชีวศึกษา ซึ่งอยู่ในแผนงานบูรณาการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มุ่งให้องค์ความรู้ด้านธุรกิจแก่นักศึกษาอาชีวศึกษาและส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการแก่นักเรียนนักศึกษาผ่านกระบวนการจัดการเรียนการสอน

จากการศึกษาสภาพการดำเนินงานศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาสู่การเป็นผู้ประกอบการใหม่ สถานศึกษาการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะอาชีวศึกษาในสถานศึกษา มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ พัฒนาศักยภาพผู้บริหารครูในการเป็นที่ปรึกษาธุรกิจ มีการสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการแก่นักศึกษาอาชีวศึกษาและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้แก่ประชาชนที่สนใจ ส่งผลให้ผู้เรียนและประชาชนสามารถเป็นผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนปัญหาและอุปสรรค พบว่า สถานศึกษาบางแห่งไม่ได้ดำเนินการตามนโยบายการพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียน ไม่มีการบูรณาการในการกำกับ ส่งเสริม สนับสนุน ติดตาม การดำเนินงานของศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษา ใช้

งบประมาณผิดพลาดประสงค์ ขาดความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานศูนย์บ่มเพาะอาชีวศึกษา ไม่มีแนวปฏิบัติ หรือการบริหารศูนย์บ่มเพาะที่เป็นระบบชัดเจน จากการศึกษาดังกล่าว

ทั้งนี้ผลการวิจัยแนวทางการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษา สู่การสร้างผู้ประกอบการใหม่ ซึ่งมีข้อเสนอแนะในการเคลื่อนการดำเนินงานของศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดสู่การสร้างผู้ประกอบการใหม่ ดังนี้

1) กำหนดและขับเคลื่อนการดำเนินงานของศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษา ให้สอดคล้องกับนโยบาย อย่างเป็นรูปธรรม

2) จัดให้มีการประชุมชี้แจงการขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติของผู้บริหารสถานศึกษาและหัวหน้าศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาทุกภาคโดยชี้แจงเป็นรายภาค

3) กำหนดให้ศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างการบริหารงานของสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

4) บุคลากรหลักที่มีหน้าที่ในการขับเคลื่อนให้ศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา หัวหน้าศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษา และ ครูที่ปรึกษาธุรกิจ

5) มีการขับเคลื่อนให้สถานศึกษาได้สนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้เรียนที่มีความสนใจ และมีศักยภาพได้เข้ารับการบ่มเพาะเพื่อเป็นผู้ประกอบการอาชีวศึกษาโดยการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการและการสร้างแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการให้กับผู้เรียนอาชีวศึกษาทุกระดับชั้น

6) ด้านครุภัณฑ์และกฎระเบียบมีการขับเคลื่อนให้สถานศึกษาได้จัดหาสื่อหรือนวัตกรรมในการพัฒนาศักยภาพผู้เรียนอาชีวศึกษา หรือพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาเพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ และมีทักษะการสร้างผู้ประกอบการ และมีแนวทางในการบริหารศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาที่ชัดเจน

7) ด้านงบประมาณสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษามีการจัดสรรงบประมาณให้กับสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาทุกแห่ง สำหรับการบริหารจัดการศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษา และพัฒนาศักยภาพผู้เรียนที่มีความสนใจได้เข้ารับการบ่มเพาะการเป็นผู้ประกอบการอย่างเหมาะสม

8) ด้านการบริหารศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาสู่การสร้างผู้ประกอบการใหม่ควรมีการบริหารดังนี้

8.1) มีคู่มือในการบริหารศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาเพื่อเป็นแนวทางให้กับสถานศึกษา นำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม

8.2) มีหลักสูตรในการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษา

8.3) มีหลักสูตรในการพัฒนาศักยภาพผู้เรียนอาชีวศึกษาให้มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการ

สรุป

จากวิสัยทัศน์เชิงนโยบายประเทศไทย 4.0 ที่เป็น โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ เป็นโดยที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รุนแรงในศตวรรษที่ 21 ได้ อีกทั้งการระบาดของโควิด-19 เร่งให้ผู้บริโภคต้องยอมรับเศรษฐกิจดิจิทัล ส่งผลให้คนรุ่นใหม่จะเลือกทำธุรกิจเองมากกว่าที่จะทำงานรับเงินเดือน ในขณะเดียวกัน โควิด-19 ก็ทำให้เกิดการพัฒนาในธุรกิจ อี-คอมเมิร์ซอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจขนาดเล็กที่หันมาใช้เทคโนโลยีมากขึ้น ประเทศไทยจำเป็นต้องเร่งพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน เน้นการสร้างสรรค์ นวัตกรรม สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีความแตกต่าง โดนใจลูกค้า สร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าด้วยการออกแบบและนำนวัตกรรมมาใช้ เพื่อก้าวให้ทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการผลักดันส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใหม่ด้านนวัตกรรม ในเชิงเศรษฐกิจ ดิจิทัล ได้กลายเป็นส่วนสำคัญของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่จะขาดไม่ได้ ภาคธุรกิจไทยจะต้องเร่งปรับตัวให้รับกับกระแสดิจิทัล

การประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม (Innovation-Driven Entrepreneurship) หรือใช้นวัตกรรม สร้างสรรค์ธุรกิจรูปแบบใหม่ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยเริ่มจากการมีความคิดหรือไอเดียในการผลิตสินค้า หรือบริการที่ ผู้บริโภคต้องการอย่างแท้จริง จากนั้นก็ต้องหาแหล่งเงินทุนเพื่อสนับสนุนเงินทุนให้ผลิตสินค้าหรือบริการนั้น ๆ รวมถึงมีผู้เชี่ยวชาญคอยช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เพื่อช่วยพัฒนาสินค้าก่อนนำเข้าสู่ตลาดผู้บริโภค ผู้ประกอบการกับการใช้เครื่องมือดิจิทัล

การพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneurs) จากผู้เรียนอาชีวศึกษาที่จะเข้ามาช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยผ่านการศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษา ส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระในกลุ่มผู้เรียนอาชีวศึกษาที่ มุ่งให้องค์ความรู้ด้านธุรกิจและส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการแก่นักเรียนนักศึกษาผ่านกระบวนการจัดการเรียนการสอน และกิจกรรม เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนให้มีประสบการณ์การทำธุรกิจทั้งในและนอกสถานศึกษานำความรู้และ ประสบการณ์ต่อยอดไปเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งจะเป็แนวทางในการสร้างอาชีพและสร้างรายได้ต่อไปในอนาคต

การเป็นผู้ประกอบการนวัตกรรมในโลกยุคปกติใหม่ ที่สร้างธุรกิจด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดเป็นสินค้าและบริการบนพื้นฐานของการสร้างสรรค์นวัตกรรมผสมผสานเข้ากับการทำธุรกิจ ทั้งยังเป็นการส่งเสริมธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ เป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นผู้ทำให้ปัจจัยการผลิตอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นที่ดิน แรงงาน และทุนมารวมกัน เพื่อสร้างสินค้าและบริการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจด้วยกัน

เอกสารอ้างอิง

- [1] สมใจ ศรีเนตร. “แนวโน้มการเป็นผู้ประกอบการใหม่ในธุรกิจอาเซียน” วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต, ปีที่13 (ฉบับที่ 1), 113-122, 2560.
- [2] สุชาติ ไตรภพสกุล และสัทยา ชูชาติพงษ์. “แบบจำลองการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมในประเทศไทย” วารสารนักบริหาร, ปีที่34 (ฉบับที่ 2), 26-36, 2557.
- [3] ไทยรัฐออนไลน์, “SME ไทยแลนด์ 4.0 ติดอาวุธไร้เทียมทาน ” [Online]. Available: <http://www.thairath.co.th/content/644179> [Accessed: 1 เมษายน 2564].
- [4] ธนันธร มหาพรประจักษ์, “โควิดเร่งธุรกิจปรับเข้าสู่ดิจิทัล ” [Online]. Available: https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_24Apr2021.aspx [Accessed: 19 เมษายน 2564].
- [5] อาศิรา ราชเวียง. “อนาคตผู้ประกอบการในยุค 4.0” วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ปีที่ 12 (ฉบับที่ 2), 79-88, 2560.
- [6] David Achtzehn, “นวัตกรรม...อาวุธเด็ดของผู้ประกอบการ ” [Online]. Available: <https://forbesthailand.com/news/> [Accessed: 19 มกราคม 2564].
- [7] อัจฉมาโอปอล ไทยรัฐออนไลน์, “โควิด เร่งผู้ประกอบการสู่ดิจิทัล ยุคสีเขียว และความหลากหลาย ” [Online]. Available: <https://www.thairath.co.th/news/foreign/2064273> [Accessed: 19 เมษายน 2564].
- [8] ธนันธร มหาพรประจักษ์, “ปรับธุรกิจให้อยู่รอดในยุค New Normal” [Online]. Available: https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_19Oct2020.aspx [Accessed: 19 เมษายน 2564].
- [9] มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, “10 ความคิดพื้นฐานที่ผู้ประกอบการต้องมี” [Online]. Available: <https://www.utcc.ac.th/> [Accessed: 10 มีนาคม 2564].
- [10] สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Education). พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พริกหวานกราฟฟิค จำกัด, 2561.
- [11] สมพร ปานดำ. เอกสารวิจัยส่วนบุคคล แนวทางการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการอาชีวศึกษาสู่การสร้างผู้ประกอบการใหม่. กรุงเทพฯ :วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 62, 2562.