



Ken Colwell

ฐานันดร วงศ์กิตติธร
แปล



Starting a Business

QuickStart Guide

คู่มือก่อร่างสร้างธุรกิจ ฉบับเรียบง่าย-ใช้ได้จริง



สำหรับสถาบันการศึกษา องค์กร หรือบุคคล ที่ต้องการสั่งซื้อหนังสือ
จำนวนมากในราคาพิเศษ โปรดติดต่อ สำนักพิมพ์บุ๊คสเคป
หมายเลขโทรศัพท์ 09 2110 5501
หรือ e-mail: bookscapethailand@gmail.com

ข้อมูลทางบรรณานุกรม

โคลเวลล์, เคน.

คู่มือก่อร่างสร้างธุรกิจ ฉบับเรียบง่าย-ใช้ได้จริง. -- กรุงเทพฯ : บุ๊คสเคป, 2567.

320 หน้า.

1. การบริหารธุรกิจ. 2. การจัดการธุรกิจ. 3. การวางแผนธุรกิจ.

I. ฐานันดร วงศ์กิตติธรร, ผู้แปล. II. ชื่อเรื่อง

658

ISBN 978-616-8339-55-8

ISBN (e-book) 978-616-8339-57-2

Translated and published by Bookscape Publishing House with permission from
ClydeBank Media LLC. This translated work is based on Starting A Business
QuickStart Guide by Ken Colwell © 2019 by ClydeBank Media LLC.
All rights reserved.

ClydeBank Media LLC is not affiliated with Bookscape Publishing House or
responsible for the quality of this translated work. Translation arrangement
managed RussoRights LLC on behalf of ClydeBank Media LLC.

Thai language translation copyright © 2024 by Bookscape

All Rights Reserved.

บทนำ

หนังสือเล่มนี้เหมาะสำหรับผู้สนใจเรื่องการก่อตั้งธุรกิจ

คุณอาจมีความฝันที่ยังไม่ได้เติมเต็มและต้องการจะปลุกปั้นให้กลายเป็นอาชีพ คุณอาจเกลียดงานที่ทำอยู่และอยากหลุดพ้นจากวังวนของการทำงานในองค์กรเต็มทน คุณอาจฝันถึงอิสระทางการเงินและต้องการ “เป็นเจ้านายตัวเอง” บางทีคุณอาจเต็มใจ (หรือไม่ค่อยเต็มใจนัก) ที่จะเป็นส่วนหนึ่งของ “gig economy” หรือระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยผู้รับจ้างอิสระและต้องการเรียนรู้วิธีสร้างรายได้จากอาชีพอิสระ คุณอาจเริ่มธุรกิจไปแล้ว แต่ไม่มั่นใจนักว่าตัวเองเข้าใจธุรกิจและสิ่งที่ทำอยู่มากน้อยเพียงใด ไม่ว่าสถานการณ์ของคุณเป็นเช่นไร หนังสือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์กับคุณ

ผมคลุกคลีในแวดวงการก่อตั้งธุรกิจมากกว่า 20 ปี ทั้งในฐานะศาสตราจารย์สาขาผู้ประกอบการธุรกิจ (entrepreneurship) ที่ปรึกษา คณบดี รวมถึงผู้ก่อตั้งธุรกิจของตัวเอง ตอนที่ผมเริ่มทำงานกับเหล่าผู้ประกอบการนั้น การก่อตั้งธุรกิจยังถือเป็นเรื่องยากและมีราคาแพง ทว่าความเฟื่องฟูและการล่มสลายของฟองสบู่ดอตคอม (dot-com boom) ในช่วงปลายทศวรรษ 1990 และต้นทศวรรษ 2000 ได้ไขข้อข้องใจเกี่ยวกับกระบวนการก่อตั้งธุรกิจให้คนทั่วไปเข้าใจยิ่งขึ้น ทั้งยังทำให้เจ้าของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จหลายรายกลายเป็นดาวเด่นในวงการ เทคโนโลยีทำให้การก่อตั้งธุรกิจเป็นเรื่องง่ายขึ้นและมีค่าใช้จ่ายน้อยลง ส่วนการเป็นนายตัวเองก็กลายเป็นเส้นทางอาชีพที่หลายคนอยากจะไปตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

อย่างไรก็ตาม ผู้คนยังเข้าใจผิดมหันต์เกี่ยวกับการก่อตั้งและดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ทั้งยังถูกกระตุ้นโดยสื่อโลกสวยที่ทำให้ความสำเร็จแบบพิเศษจนผิดธรรมชาติของผู้ประกอบการดูเป็นเรื่องปกติธรรมดา เช่นเดียวกับเนื้อหาแนวไลฟ์สไตล์ในบล็อก หนังสือ หรือพอดแคสต์ ที่ต่างทำให้การก่อตั้งและดำเนินธุรกิจดูเป็นเรื่องง่ายราวกับปอกกล้วยเข้าปาก

ความตั้งใจของผมคือการสอดแทรกชุดข้อเท็จจริงลงไปในคำชวนเชื่อเหล่านี้จริงอยู่ที่การก่อตั้งธุรกิจให้ผลตอบแทนมหาศาลทั้งในด้านจิตใจและ (อาจจะ) เม็ดเงิน แต่มันก็เป็นงานหนักและจะครอบงำวิถีชีวิตของคุณแบบสมบูรณ์โดยเฉพาะในช่วงแรก คุณต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ซึ่งวิธีรับมืออุปสรรคเหล่านี้จะเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จของคุณ

หนังสือเล่มนี้นำเสนอเนื้อหาอย่างไร

หนังสือเล่มนี้เริ่มต้นจากระดับพื้นฐานที่สุดว่าด้วยทัศนคติและปัจจัยทางความคิดที่จำเป็นต่อความสำเร็จในฐานะผู้ประกอบการ เหตุผลก็มาจากการประมาณการณ์ว่า 20 ปีในแวดวงผู้ประกอบการที่ทำให้ผมเข้าใจว่าการมีทัศนคติที่เหมาะสมนั้นสำคัญต่อความสำเร็จในการก่อตั้งธุรกิจยิ่งกว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจ มาตรการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาที่ไร้ช่องโหว่ หรือการจัดทำประมาณการทางการเงินที่ยอดเยียมเสียอีก หลายต่อหลายครั้งที่ผมเห็นธุรกิจต้องพังครืนทั้งที่ทุกอย่างดูเหมือนจะเป็นไปด้วยดี และได้เห็นธุรกิจจำนวนมากไม่ถ่วงประสบความสำเร็จถึงแม้คนที่เรียกตัวเองว่า “ผู้เชี่ยวชาญ” (รวมถึงตัวผมเอง) จะเชื่อว่าไปไม่รอดก็ตาม ดูเหมือนว่าปัจจัยที่เป็นนามธรรมจะสำคัญกว่าปัจจัยที่เป็นรูปธรรมในทุกส่วนที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ และดังที่คุณจะได้เห็นต่อไป ผมมองว่าการก่อตั้งธุรกิจใหม่คือที่สุดแห่งความคิดสร้างสรรค์

เนื้อหาส่วนถัดมาว่าด้วยจิตวิทยาเชิงยุทธศาสตร์ที่คุณจะต้องเตรียมรับมือเพื่อกำหนดองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดสองอย่างในการก่อตั้งธุรกิจใหม่ ได้แก่ แผนนำเสนอคุณค่าของแบรนด์ (value proposition) และโมเดลธุรกิจ (business model) แผนนำเสนอคุณค่าของแบรนด์จะช่วยวางโครงร่างให้เห็นว่า ลูกค้าของคุณคือใคร และธุรกิจของคุณต่างจากคู่แข่งอย่างไร ส่วนโมเดลธุรกิจจะว่าด้วยวิธีดำเนินธุรกิจและวิธีมุ่งสู่เป้าหมายด้านผลกำไรที่ตั้งไว้

ในส่วนสุดท้าย ผมได้นำเสนอโครงร่างแผนธุรกิจพื้นฐานแบบดั้งเดิมพร้อมคำแนะนำวิธีการเขียนอย่างละเอียดไว้ จริงอยู่ที่หลายคนอาจไม่จำเป็นต้องเขียนแผนธุรกิจอย่างเป็นทางการจะลักษณะ แต่การดึงเอาสิ่งที่คุณคิดหรือวางแผนทั้งหมดออกมาเรียบเรียงเป็นเอกสารหรือสื่อประเภทอื่นๆ ที่กระชับและมีประโยชน์ได้ก็นับเป็นเรื่องดี ซึ่งผมจะอธิบายคุณเองว่าควรทำอย่างไร

แม้ว่าหนังสือเล่มนี้จะเขียนขึ้นสำหรับทุกคนในแวดวงผู้ประกอบการ แต่ผมมุ่งเน้นไปที่ผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งคิดเป็น 99 เปอร์เซ็นต์ของนักธุรกิจทั้งหมดในกลุ่มนี้ไม่ได้ตั้งเป้าจะระดมทุนจำนวนมหาศาลเพื่อเร่งขยายธุรกิจไปสู่การเป็นบริษัทร้อยล้าน ผมจึงจะพูดคร่าวๆ ถึงวิธีระดมทุนและนิติบุคคลร่วมลงทุน (venture capital) อย่างไรก็ตาม เรื่องนี้เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการหน้าใหม่ส่วนใหญ่ในแง่ที่ว่ามันเป็นอีกหนึ่งในเรื่องน่าสนใจเท่านั้น

หากคุณอ่านหนังสือเล่มนี้อยู่ เชื่อว่าตอนนี้คุณคงกำลังครุ่นคิดที่จะก้าวเข้าสู่โลกแห่งการเป็นผู้ประกอบการที่ทั้งซับซ้อน น่าตื่นตาตื่นใจ ขวนหงุดหงิด และสร้างผลตอบแทน ยินดีด้วยครับ! ถึงแม้จะไม่ง่าย แต่มันจะเป็นประสบการณ์ยอดเยี่ยมที่สุดของคุณเลยทีเดียว ผมรอที่จะได้ช่วยคุณก้าวเดินบนเส้นทางสายนี้แล้ว

เนื้อหาแต่ละบท

- » “บทที่ 1 ไอเดียเด็ดของคุณ” ว่าด้วยธรรมชาติของสิ่งที่เรียกว่าโอกาส เชื่อหรือไม่ว่าแต่ละไอดี้นั้นสำคัญไม่เท่ากัน ความสามารถในการจำแนกความแตกต่างระหว่าง ไอเดีย กับ โอกาสคือก้าวสำคัญก้าวแรกบนเส้นทางของการเป็นผู้ประกอบการของคุณ ในบทนี้เราจะศึกษาที่ไปที่มาของโอกาสและปัจจัยที่ทำให้โอกาสหนึ่งๆ กลายเป็นโอกาสทอง
- » ทุกคนล้วนทราบดีว่าการก่อตั้งธุรกิจใหม่มาพร้อมกับความเสี่ยงและงานหนักที่รออยู่เป็นภูเขาเลากา อุปสรรคสำคัญของผู้ประกอบการหน้าใหม่หลายคนอยู่ที่มุมมองและทัศนคติของพวกเขาเอง “บทที่ 2 คุณกลัวอะไรอยู่” จะช่วยคุณรับมือกับมายาคติบางอย่างที่ขัดขวางผู้ (อยาก) ประกอบการหลายคนไว้ จริงอยู่ที่โลกแห่งการเป็นผู้ประกอบการอาจไม่ได้เหมาะกับทุกคน แต่บ่อยครั้ง ความกลัวการล้มเหลวและความลังเลอันเนื่องมาจากเหตุผลต่างๆ นานาก็ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงเลย
- » แม้ว่า你会หาข้อมูลได้ด้วยการสืบค้นในกูเกิล แต่ “เคล็ดลับ” สู่ความสำเร็จในฐานะผู้ประกอบการนั้นมีอะไรมากกว่าที่อยู่ในรายการคุณลักษณะต่างๆ ไปอย่างความทุ่มเทและวิสัยทัศน์ ดังที่คุณจะได้เรียนรู้ใน “บทที่ 3 สิ่งที่ต้องทำให้สำเร็จในฐานะผู้ประกอบการ” มุมมองแบบนามธรรมในการริเริ่มธุรกิจมักเป็นตัวความสำเร็จในอนาคต ไม่ใช่มุมมองแบบเป็นรูปธรรม
- » ใน “บทที่ 4 บริษัทของคุณ ก้าวแรกของคุณ” เราจะเปลี่ยนหัวข้อสนทนาไปที่มุมมองในทางปฏิบัติสำหรับการก่อตั้งธุรกิจ ซึ่งรวมถึงโครงสร้างทางกฎหมายของบริษัท ส่วน “บทที่ 5 คุณขายอะไร” จะกล่าวถึงสินค้าและบริการของคุณ ตลอดจนวิธีตั้งราคาและกลยุทธ์เบื้องหลังวิธีต่างๆ ที่ใช้ในการตั้งราคาสินค้า

- » เนื้อหาสองบทถัดมาได้แก่ “บทที่ 6 ตลาดและลูกค้า” และ “บทที่ 7 อุตสาหกรรมและคู่แข่ง” จะสำรวจกลุ่มคนที่ซื้อสิ่งที่คุณเสนอขาย (ลูกค้าของคุณ) และบริษัทต่างๆ ที่พร้อมจะแข่งขันกับคุณ ซึ่งผมบอกได้เลยว่า ไม่ว่าสินค้าหรือบริการของคุณจะแปลกใหม่ แหวกแนว หรือแตกต่างเพียงใด คุณก็มีคู่แข่งเสมอ!
- » “บทที่ 8 แผนนำเสนอคุณค่าของแบรนด์” จะพูดถึงแนวคิดที่ทั้งสร้างและปิดฉากธุรกิจขนาดเล็กและสตาร์ทอัพมานักต่อนัก นั่นคือแผนนำเสนอคุณค่าของแบรนด์ที่แข็งแกร่งและวางแผนมาอย่างชัดเจนโดยใช้พื้นฐานเกี่ยวกับการวางตำแหน่งเชิงกลยุทธ์ที่ครอบคลุมในหลายกรณี แผนนำเสนอคุณค่าของแบรนด์เปรียบได้กับสัญลักษณ์ของสตาร์ทอัพนั้นๆ เลยทีเดียว แผนนำเสนอคุณค่าของแบรนด์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง
- » เนื้อหา “บทที่ 9 การดำเนินงาน” จะเจาะลึกถึงหลักขั้นพื้นฐานของการวางโครงสร้างธุรกิจโดยเน้นที่การสร้างคุณค่า สิ่งที่บริษัทควรทำเองและสิ่งที่ควรว่าจ้างคนนอก ตลอดจนวิธีค้นหาและใช้ประโยชน์จากประสิทธิภาพในห่วงโซ่คุณค่า (value chain) ของบริษัท ไม่ว่าคุณจะเริ่มทำธุรกิจประเภทใดก็ตาม
- » “บทที่ 10 การตลาด” สำรวจวิธีการต่างๆ ที่จะช่วยให้คุณเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น ในบทนี้เราจะพูดถึงส่วนประสมการส่งเสริมการขาย (promotional mix) ช่องทางจัดจำหน่าย (distribution channel) และวงจรการขาย (sales cycle) การตลาดมีบทบาทสำคัญในทุกธุรกิจไม่ว่าจะเป็นหน้าใหม่หรือผู้คร่ำหวอดในวงการ ในบทนี้คุณยังจะได้เรียนรู้วิธีใช้ส่วนประสมการส่งเสริมการขายเพื่อขยายธุรกิจอีกด้วย
- » การเป็นผู้ประกอบการหมายถึงการยอมรับความเปลี่ยนแปลง ใน “บทที่ 11 แผนสำหรับการเติบโตและความเปลี่ยนแปลง” เราจะมาดูปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการเติบโตและวิถีของสตาร์ทอัพกัน โดยเนื้อหาในบทนี้จะเป็นการปูพื้นฐานเรื่องการขยายธุรกิจและการวางแผนรับมือความเปลี่ยนแปลงที่ไม่อาจเลี่ยงได้
- » ธุรกิจนั้นดำเนินการโดยคนและตอบสนองความต้องการของคน สตาร์ทอัพของคุณเองก็ไม่ใช่ข้อยกเว้น “บทที่ 12 การจัดการ การบริหารบุคลากร และทีมผู้ก่อตั้ง”

นำเสนอข้อมูลทั้งหมดที่จำเป็นต้องรู้เกี่ยวกับบุคลากรที่จะช่วยให้ธุรกิจใหม่ของคุณดำเนินการได้

- » “บทที่ 13 เงินมาจากไหน” หยิบยกประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบการหน้าใหม่ทุกคนต้องคำนึงถึง ซึ่งก็คือการระดมทุน ถึงแม้กิจการที่ประสบความสำเร็จจะมีปัจจัยอื่นๆ อีกมากมายนอกเหนือจากเรื่องเงิน แต่กิจการย่อมไปไม่ถึงไหนหากปราศจากเงินลงทุน เนื้อหาในบทนี้จะลงลึกถึงการระดมทุนประเภทต่างๆ รวมถึงนำเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับนิติบุคคลร่วมลงทุนและการลงทุนโดยนักลงทุนใจดี (angel investment)
- » นอกเหนือจากข้อมูลเล็กๆ น้อยๆ ที่คุณได้ยินได้ฟังมาแล้ว หากต้องการเริ่มต้นธุรกิจ คุณต้องจัดทำแผนธุรกิจขึ้นมาด้วย แม้ว่า คุณจะไม่ต้องหาเงินทุนก็ตามที่ “บทที่ 14 คุณจำเป็นต้องมีแผนธุรกิจ จริงๆ หรือ” พูดถึงประโยชน์ของแผนธุรกิจ และหักล้างความเชื่อผิดๆ เรื่องความจำเป็นของแผนธุรกิจและการนำไปใช้
- » เนื้อหาส่วนที่เหลือ “บทที่ 15 เปิดตัวธุรกิจ” “บทที่ 16 แผนนำเสนอคุณค่าของแบรนด์” และ “บทที่ 17 โมเดลธุรกิจ” จะเป็นการสำรวจขั้นตอนที่ถูกต้องเมื่อคุณต้องเขียนแผนธุรกิจของตัวเอง โดยเนื้อหาแต่ละส่วนที่นำเสนออย่างเป็นขั้นเป็นตอนจะวาดด้วยสิ่งที่ควรมี สิ่งที่ควรเลี่ยง ตลอดจนวิธีรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นต่อการเขียนแผนธุรกิจที่ประสบความสำเร็จของคุณเอง

เรามาเริ่มกันเลย

ส่วนที่หนึ่ง

คิดอย่างผู้ประกอบการ

บทที่ I

ไอเดียเด็ดของคุณ

ภาพรวมในบทนี้

- » ความแตกต่างระหว่างไอเดียกับโอกาส
- » โอกาสทองเกิดจากอะไร
- » ลักษณะของความได้เปรียบด้านการแข่งขันและความสามารถเฉพาะของธุรกิจ

คุณเป็นนักธุรกิจหน้าใหม่ไฟแรงที่มีไอเดียเด็ดและความมุ่งมั่นอย่างล้นเหลือ คุณต้องการเริ่มต้นธุรกิจหลักล้าน ตั้งนานแล้ว เพราะคุณรู้ว่าไอเดียของคุณเจ๋งมาก เสียจนทำให้ลูกค้าตื่นตะลึงได้เลย ทั้งยังช่วยเติมเต็มความฝันของตัวเองไปด้วย คำถามแรกที่คุณคิดขึ้นในใจคุณตอนนี้คือ ไอเดียนี้มีมูลค่าเท่าไรกันนะ

คำตอบคือศูนย์

เพราะไอเดียนั้นมีอยู่มากมาย พวกมันจึงไม่มีค่าในตัวเอง ไม่ว่าจะเป็น ไอเดียเล็กหรือใหญ่ก็ต่างเป็นเพียงปฏิกิริยาไฟฟ้าเคมีชุดหนึ่งในสมองของคุณ เท่านั้น ไม่มีใครซื้อไอเดียหรือตีราคาเป็นเงินได้ ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าไอเดียจะไร้ซึ่งศักยภาพ เพราะมันคือก้าวแรกที่สำคัญสู่การพัฒนาไปเป็นโอกาสนั่นเอง โอกาสแตกต่างจากไอเดียตรงที่มันเปรียบได้กับคลังสินค้าและธุรกิจของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ โอกาสนั้นนำไปใช้งานได้จริงและมีศักยภาพที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าและตัวคุณเอง เส้นแบ่งระหว่างไอเดียกับโอกาสอาจไม่ชัดเจน แต่สองคำนี้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ การทำตามไอเดียที่ยังไม่กลายเป็นโอกาสอาจนำหายนะมาสู่กิจการของคุณได้ มันจะพังไม่เป็นท่าตั้งแต่ยังไม่เริ่มด้วยซ้ำ



ไอเดีย	โอกาส
แนวคิด	ปฏิบัติได้จริง
มุมมอง	ตอบสนองความต้องการ
ความรู้สึกนึกคิด	ประเมินมูลค่าทางธุรกิจได้
เมล็ดพันธุ์	ดำเนินการให้สำเร็จได้

ไอเดียกับโอกาสไม่อาจอยู่แยกกันเป็นเอกเทศได้ และทั้งสองสิ่งนี้ก็ไม่อาจคงอยู่ได้โดยปราศจากคน ทุกสิ่งที่คุณสร้างสรรค์ขึ้นล้วนเริ่มต้นมาจากไอเดีย แต่โช้วว่าทุกไอเดียจะถูกนำไปรังสรรค์ให้เกิดขึ้นจริงเสมอไป การดำเนินการให้สำเร็จได้นี้แหละคือที่มาของคุณค่าซึ่งผูกโยงไว้กับโอกาส โอกาสจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อเกิดการดำเนินการ โอกาสที่นำไปใช้งานไม่ได้ก็ไร้คุณค่าไม่ต่างจากไอเดียที่ติดอยู่แค่ในความคิดเท่านั้น



ไอเดียใหม่ไม่มีอยู่จริง และไม่มีวันเกิดขึ้นได้ เราเพียงแค่นำไอเดียมากมายที่มีอยู่ก่อนแล้วมารวมกัน และพิจารณาพวกมันด้วยสิ่งๆ เปรียบเสมือนกล่องสลับลายในสมอง มนุษย์ปรับเปลี่ยนไอเดียต่างๆ จนเกิดเป็นส่วนผสมที่แปลกใหม่และน่าสนใจ เราปรับเปลี่ยนและสร้างสรรค์ส่วนผสมใหม่ไปเรื่อยๆ แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าพวกมันคือชิ้นส่วนเก่าอันเดิมของกระจกสีที่ถูกใช้งานมายาวนานทุกยุคทุกสมัย

— มาร์ก ทเวน (Mark Twain)

มาร์ก ทเวน กล่าวได้ถูกต้องแล้ว ไอเดียใหม่ไม่มีอยู่จริง และไอเดียทางธุรกิจทั้งหมดล้วนมาจากการปรับไอเดียและเงื่อนไขที่มีอยู่ก่อนหน้า ไอเดียจะพัฒนาให้กลายเป็นโอกาสได้หรือไม่เป็นตัวบ่งชี้ว่าไอดีนั้นๆ จะเกิดขึ้นได้จริงหรือเป็นเพียงแค่ปฏิริยาไฟฟ้าเคมีในสมองอีกชุดหนึ่งเท่านั้น

โอกาสเกิดขึ้นได้อย่างไร

ความเข้าใจผิดอย่างหนึ่งที่พบบ่อยคือการเชื่อว่าโอกาสนั้น “ผุดวาบ” ขึ้นมาเองในสมองของผู้ประกอบการ นั่นอาจเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเมื่อคนเรามีไอเดีย แต่สำหรับกระบวนการค้นพบโอกาสนั้นจะซับซ้อนกว่านิดหน่อย โอกาสไม่ใช่

สิ่งที่มืออยู่ก่อนแล้วและรอให้ผู้ประกอบการใจกล้ามาค้นพบ แต่เป็นสิ่งที่ *ต่อยอด* มาจากพวกเขาเองต่างหาก

เราทุกคนคือผลผลิตจากส่วนผสมอันเป็นเอกลักษณ์ของประสบการณ์ ความสามารถ ความรู้ และมุมมองของตัวเอง องค์ประกอบเหล่านี้เมื่อรวมกันแล้ว จะเกิดเป็นคุณลักษณะซึ่งเปรียบได้กับ “ลายนิ้วมือ” ที่แต่ละคนมีไม่ซ้ำกัน เหมือนลายนิ้วมือจริงๆ ของเรา แนวคิดเรื่อง *ลายนิ้วมือทางธุรกิจ* จึงจำเป็น ต่อการทำความเข้าใจว่าโอกาสนั้นสัมพันธ์อย่างไรกับผู้ประกอบการที่ปลุกปั้น มันขึ้นมา

อันดับแรกคือการตอบคำถามว่าโอกาสมาจากไหน โอกาสเกิดขึ้นได้ หลากหลายวิธี แต่ละวิธีการก็ล้วนขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการและลายนิ้วมือทางธุรกิจ ของพวกเขาแต่ละคน

โอกาสจากการเสาะหาเชิงรุก

การแสวงหาหนทางพัฒนาไอดีให้กลายเป็นโอกาสด้วยความมุ่งมั่น มีวินัย และใช้วิธีที่มีแบบแผน ย่อมก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีกว่าการรอให้โอกาส มาถึง แทนที่จะค้นหาไอดีหรือความรู้ใหม่อย่างไร้จุดหมาย ลองเน้นไปที่ การหาทางออกให้กับปัญหาที่มีอยู่ก่อนแล้ว ยิ่งเรียบง่ายเท่าไรก็ยิ่งดี คำคม ที่ผู้ประกอบการอยากได้ยินหลังจากนำเสนอไอดีธุรกิจก็คือ “จริงด้วย ก็เห็นๆ กันอยู่นี่นา!” การใช้วิธีเรียบง่ายเพื่อแก้ปัญหาที่เห็นกันอยู่ทั่วไปนั้น อาจนำไปสู่ความสำเร็จได้มากกว่า



ทริกอ้าย

กรณีศึกษา: แจ๊สเซอร์ไซส์ (Jazzercise) คือชื่อโปรแกรมฟิตเนส ที่สืบทอดจากหุ่นฮูล่า เริ่มใช้ครั้งแรกในปี 1969 โดยจูดี เชปเพิร์ด มิสเซตต์ (Judi Sheppard Missett) ก่อนหน้านั้นจูดีเป็นครูสอนเต้น ที่สตูดิโอแห่งหนึ่งในชิคาโก เธอสังเกตเห็นว่าอัตราการลาออกของ นักเรียนพุ่งสูงขึ้น ผู้หญิงวัยรุ่นส่วนใหญ่มาสมัครเรียนเพราะต้องการ ออกกำลังกาย แต่เมื่อการเรียนการสอนดำเนินไป นักเรียนที่ไม่ได้สนใจ เป็นนักเต้นมืออาชีพก็จะทยอยลาออก จูดีต้องการให้สตูดิโอมีรายได้ อย่างต่อเนื่อง เธอจึงจัดคลาสอุ่นเครื่องร่างกายที่เน้นความสนุกสนาน และการออกกำลังกายมากกว่าเน้นสอนทักษะการเต้น หลังจากนั้น หลักสูตรดังกล่าวก็เปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “แจ๊สเซอร์ไซส์” และได้รับความนิยมจนกลายเป็นปรากฏการณ์แห่งวงการฟิตเนส

โอกาสมาจากข้อมูล

โอกาสทางธุรกิจเกิดขึ้นได้เพราะแต่ละคนเข้าถึงข้อมูลแตกต่างกัน สิ่งที่ยังเป็นเพียงไอเดียของผู้ประกอบการคนหนึ่งอาจเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการอีกคนที่มีทรัพยากรและวิธีดำเนินการให้สำเร็จ โอกาสที่ไร้ซึ่งวิธีและเครื่องมือในการดำเนินงานย่อมไม่มีคุณค่า กล่าวคือมันยังเป็นเพียงแค่อิเดียเท่านั้น

ตัวอย่าง



กรณีศึกษา: ควอลคอมม์ (Qualcomm) ชื่อนี้หลายคนอาจไม่คุ้นเคย หรือนึกไม่ออกในทันทีที่ได้ยิน แม้ว่าบริษัทนี้จะทำหน้าที่ดูแลระบบการทำงานของอุปกรณ์หลายอย่างที่เราใช้งานในชีวิตประจำวันก็ตาม ควอลคอมม์เป็นบริษัทโทรคมนาคมและผู้ผลิตชิปที่ใช้ในระบบการเชื่อมต่อ 3 จี ทั้งยังเป็นเจ้าของสิทธิบัตรเทคโนโลยีที่เพิ่มประสิทธิภาพการเชื่อมต่อระบบ 4 จี และเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีระบบ 5 จี ตอนที่เออร์วิน เจคอบส์ (Irwin Jacobs) อดีตศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ซานดิเอโก ก่อตั้งบริษัทขึ้นในปี 1985 เขายังไม่มีแผนธุรกิจหรือสินค้าที่เป็นชิ้นเป็นอันเสียด้วยซ้ำ

แต่สิ่งที่ทีมผู้ก่อตั้งบริษัทซึ่งแม้จะเป็นทีมงานชุดเล็ก มี ก๊อทกะทางวิศวกรรมอันล้นเหลือและวิสัยทัศน์ที่เชื่อว่าการเชื่อมโยงแบบไร้สายจะพลิกโฉมวงการสื่อสารโลกครั้งใหญ่ พอล เจคอบส์ (Paul Jacobs) อดีตซีโอโอของควอลคอมม์ (ลูกชายของเออร์วิน เจคอบส์ ผู้ก่อตั้ง) กล่าวถึงการก่อตั้งบริษัทเอาไว้ว่า “การมีวิสัยทัศน์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในภายภาคหน้ากระตุ้นให้คนเรามีความคิดสร้างสรรค์ และแรงผลักดันสำคัญของบริษัทนี้ก็คือวิสัยทัศน์”¹ บทเรียนที่ได้จากกรณีศึกษาบริษัทควอลคอมม์คือ การที่เจคอบส์และทีมผู้ก่อตั้งริเริ่มธุรกิจด้วยความตระหนักดีถึงสิ่งที่ต้องการจะทำและวิธีสร้างความเปลี่ยนแปลงให้โลก พวกเขาก่อตั้งธุรกิจโดยเชื่อมั่นในวิสัยทัศน์ของตนและรู้ว่าตนเองมีองค์ความรู้ด้านนี้โดยเฉพาะ

โอกาสมาจากการเปลี่ยนแปลง

การเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอกสร้างโอกาสสองรูปแบบด้วยกัน ได้แก่

- » การเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลให้ทำสิ่งที่ยังไม่เคยมีใครทำสำเร็จมาก่อนได้
- » การเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลให้ลงมือทำบางสิ่งด้วยวิธีที่มีคุณค่ามากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้เราทำสิ่งต่างๆ ด้วยวิธีที่มีคุณค่ามากขึ้นนั้น อาจเป็นตัวกระตุ้นไอดีเดียวซึ่งยังทำไม่ได้จริงให้กลายเป็นโอกาสที่อาจจะสร้างคุณค่าให้แก่ผู้คนได้

โอกาสมาจากกระบวนการตัดสินใจโดยคำนึงจากผล

การตัดสินใจโดยคำนึงจากผล (effectuation) คือข้อตรงข้ามของการตัดสินใจโดยคำนึงจากเหตุ (causation) และเป็นกระบวนการที่ใช้ค้นหาโอกาสทางธุรกิจเมื่ออนาคตเป็นสิ่งไม่แน่นอนและไม่อาจคาดคะเนได้ เรามักนึกถึงการก่อตั้งกิจการใหม่ว่าต้องเริ่มต้นด้วยการกำหนดเป้าหมาย จากนั้นจึงรวบรวมทรัพยากรที่จำเป็นต่อการบรรลุเป้าหมายนั้น ขณะที่การตัดสินใจโดยคำนึงจากผลนั้นจะเริ่มต้นจากทรัพยากรเท่าที่มีอยู่และรวบรวมเพื่อตั้งเป้าหมาย

ความแตกต่างระหว่างการตัดสินใจที่คำนึงจากเหตุกับการตัดสินใจที่คำนึงจากผลนั้นอาจไม่ชัดเจนแต่ก็สำคัญอย่างยิ่ง การทำอาหารมื้อค่ำเป็นตัวอย่างที่ดีที่จะใช้อธิบายความแตกต่างนี้ หากคุณใช้วิธีการที่ **คำนึงจากเหตุ** คุณจะค่อยๆ คิดเมนูและวางแผนอย่างละเอียด จากนั้นจึงตรวจสอบว่าในครัวมีวัตถุดิบอะไรบ้าง และออกไปร้านค้าเพื่อหาซื้อวัตถุดิบที่ยังขาด แต่หากใช้วิธีการที่ **คำนึงจากผล** คุณจะเริ่มจากการสำรวจตู้เย็นและครัวว่ามีวัตถุดิบอะไรบ้าง แล้วจึงคิดเมนูอาหารจากสิ่งที่มี



เมื่อต้องการพัฒนาไอดีให้กลายเป็นโอกาส ระหว่างการตัดสินใจโดยคำนึงจากเหตุกับการตัดสินใจโดยคำนึงจากผล แนวคิดใดคือวิธีที่ “ใช่” คำตอบคือทั้งคู่ หากต้องเตรียมมื้อค่ำในคืนวันธรรมดา คุณคงเลือกใช้แนวคิดอย่างหลัง แต่หากจะจัดปาร์ตี้อาหารค่ำ แนวคิดแรกย่อมเหมาะสมกว่า ข้อคิดที่เราได้จากเรื่องนี้คือ บางครั้งโอกาสทองก็มาจากการมองไปรอบๆ และดูว่าคุณมีทักษะหรือทรัพยากรอะไรพร้อมใช้บ้าง



การค้นหาเชิงรุก

การค้นหาโอกาสด้วยความมุ่งมั่น มีวินัย และใช้วิธีที่มีแบบแผน ย่อมก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีกว่า การรอคอยโอกาส

ข้อมูล

ผู้ประกอบการแต่ละคนเข้าถึง ข้อมูลได้แตกต่างกัน ทำให้เกิด โอกาสทางธุรกิจขึ้นมา

เปลี่ยนแปลง

การเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลให้ทำสิ่งที่ยังไม่เคยมีใครทำสำเร็จมาก่อน หรือส่งผลให้ทำบางสิ่งด้วยวิธี ที่มีคุณค่ายิ่งกว่าเดิม จะช่วยสร้าง โอกาสให้เกิดขึ้นได้

การตัดสินใจโดยคำนึงจากผล

ข้อตรงข้ามของการตั้งเป้าหมายไว้ล่วงหน้าคือกระบวนการตัดสินใจที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อสร้างหรือค้นหาโอกาส

ลายนิ้วมือทางธุรกิจบ่งบอกอะไรบ้าง

ลายนิ้วมือทางธุรกิจ (entrepreneurial thumbprint) ก็เหมือนกับลายนิ้วมือจริงๆ ของคนเรา ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มองเผินๆ แล้วลายนิ้วมืออาจดูคล้ายกันไปหมด แต่เมื่อพิจารณาให้ละเอียดเราจะพบว่าลายนิ้วมือนั้นไม่มีทางซ้ำกับใคร อย่างไรก็ตาม ลายนิ้วมือทางธุรกิจแตกต่างจากลายนิ้วมือตรงที่คนเราไม่ได้มีติดตัวมาตั้งแต่เกิด อีกทั้งมันยังสามารถพัฒนาต่อเนื่องไปตามกาลเวลา ลายนิ้วมือทางธุรกิจคือส่วนผสมที่เกิดจากทักษะ ความสามารถ เครือข่าย และประสบการณ์

เช่นเดียวกับโอกาสซึ่งไม่อาจแยกจากผู้ประกอบการได้ ลายนิ้วมือทางธุรกิจของคุณเองก็ไม่อาจแยกออกจากตัวคุณได้ เพราะความจริงแล้วคุณคือ ลายนิ้วมือทางธุรกิจของตัวเอง! และเพื่อให้เข้าใจทุกรอยคดโค้งของลายนิ้วมือทางธุรกิจของคุณ ลองตามคำถามต่อไปนี้กับตัวเอง

» สิ่งที่คุณหลงใหลคืออะไร

ประเด็นเรื่องความหลงใหลจะปรากฏให้เห็นบ่อยครั้งตลอดทั้งเล่มและอยู่ในบทสนทนาที่เกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการและการริเริ่มธุรกิจ เพราะหากคุณไม่หลงใหลในไอเดียที่มี มันก็จะเป็นได้แค่ไอเดียเท่านั้น และไม่ว่าไอเดียดังกล่าวจะดีหรือน่าสนใจเพียงใด หากคุณขาดแรงบันดาลใจที่จะทำให้ไอเดียนั้น เกิดขึ้นจริงหรือขาดความหลงใหลในการดำเนินงาน มันก็จะมีวัน

แต่ผู้มีฝันอยากสร้างธุรกิจ ผู้เบื้องานประจำและอยากหลุดพ้นจากวังวนของการทำงานในองค์กร ผู้อยากมีอิสระทางการเงินและเป็นนายตัวเอง หรือกระทั่งผู้ที่เริ่มสร้างธุรกิจไปแล้วแต่ไม่แน่ใจและคิดว่ากำลังหลงทาง

คู่มือก่อร่างสร้างธุรกิจ ฉบับเรียบง่าย-ใช้ได้จริง คือหนังสือสำหรับคุณ

ด้วยประสบการณ์กว่า 20 ปี ทั้งในฐานะศาสตราจารย์สาขาบริหารธุรกิจและที่ปรึกษาบริษัทสตาร์ทอัพนับร้อยแห่ง **ดร.เคน โคลเวลล์** สกัดกระบวนการสร้างธุรกิจออกมาเป็นคู่มือที่จะเอี้ยดล่อเจาะลึก กว่าเรียบง่ายและทำตามได้จริง พร้อมกรณีศึกษาจากบริษัททั้งขนาดเล็ก ความเสี่ยงและข้อควรระวัง กระทั่งแรงบันดาลใจให้คุณทลายกรอบคิดที่กักขังความเป็นไปได้ของตัวเอง รวมถึงตอบสารพัดคำถามแก่ผู้ (อยาก) ประกอบการ

- ทำไมผู้ประกอบการจึงต้องสร้าง “ลายนิ้วมือทางธุรกิจ”
- แผนธุรกิจแบบใดที่ดึงดูดใจแหล่งทุน
- อะไรคือปัจจัยสำคัญในการตั้งกลยุทธ์กำหนดราคาสินค้า
- คู่แข่งคุณคือใคร และคุณมีอะไรแตกต่างจากเขา
- หน้าใหม่อย่างคุณจะลงเล่นในตลาดที่ยักษ์ใหญ่ครองอยู่แล้วได้อย่างไร

“ช่วงเวลาที่ใช้” ในการก่อตั้งธุรกิจนั้นไม่มีอยู่จริง หากคุณมีฝันก็เปลี่ยนมันเป็นโอกาส ตอนนี้เลย!

425 บาท



Cover Design: Jirachaya H.

