

ถอดรหัส ยูนิคอร์น

ทำยังไงให้ Startup
กลายเป็นพันล้าน



DECODE UNICORNS

HOW TO TURN STARTUPS
INTO BILLION-DOLLAR COMPANIES

ผู้จัดทำ : ศักดิ์สุตา ฉันทเตยานนท์

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

ห้ามทำซ้ำ คัดลอก ดัดแปลง เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

สารบัญ

บทนำ	1
-------------------	---

ยูนิคอร์นคือใคร? ทำไมบางเจ้าไปถึง แต่บางเจ้าไม่?

Part 1: เริ่มต้นให้ถูกทาง

ปูพื้นฐานการคิดแบบ Startup: เริ่มจากปัญหา ไม่ใช่แค่ไอเดีย

1. ค้นหา “ปัญหาที่ใหญ่พอ” ก่อนสร้างสิ่งใด	5
2. วิเคราะห์ Pain Point ที่คน “พร้อมจ่าย”	11
3. MVP: ทำสินค้าต้นแบบที่ยังไม่ต้องเพอร์เฟกต์	16
4. Validate หรือ Fail Fast? วิธีทดสอบตลาดให้เร็วที่สุด	21
5. Design Thinking vs Lean Startup: ใช้อะไรเมื่อไร?	26
Case Study: Airbnb – เริ่มจากปัญหาเล็กๆที่เจ็บจริง	32

Part 2: ทีมเล็กแต่ทรงพลัง

วิธีสร้างทีมที่คิดไว เคลื่อนไหวเร็ว และรอดได้ทุกสภาพ

6. Co-founder แบบไหนอยู่รอด?	36
------------------------------------	----

7. ทีมเล็กก็ปั้นพันล้านได้ ถ้าเลือกคนถูก	41
8. วัฒนธรรมองค์กรตั้งแต่วันแรก สำคัญกว่าที่คิด	46
9. วิธีจัดทีม Dev / Product / Marketing แบบที่ Startup จริงใช้	51
Case Study: Grab – สองคน เริ่มจากรถคันเดียว	57

Part 3: ปั้นโปรดักต์ให้ติดตลาด

จากไอเดีย → สู่ผลิตภัณฑ์ที่คนรักและยอมจ่าย

10. UX/UI ที่ถูกค่าใช้แล้วติด.....	61
11. การวัดผลด้วย Metrics ที่สตาร์ทอัพระดับโลกใช้ (AARRR, NPS) ..	66
12. Growth Hacking 101 – วิธีโตไวแบบต้นทุนต่ำ	72
13. Pivot vs Persevere – จะไปต่อหรือเปลี่ยนทิศ?.....	77
14. Product-Market Fit – จุดที่ยูนิคอร์นเริ่มวิ่ง.....	82
Case Study: Shopee – UX และกลยุทธ์ติดตลาดระดับ SEA.....	88

Part 4: เงินทุนและการโตแบบก้าวกระโดด

โตไวด้วยเงินคนอื่น โดยไม่เสียบริษัทไป

15. ระดมทุนรอบแรก (Pre-Seed / Seed) ให้ผ่าน.....	90
--	----

16.การทำ Pitch Deck ที่นักลงทุนอยากฟัง	96
17.Series A–B–C: โตยังไงไม่ล้ม.....	101
18.Burn Rate กับ Runway – อยู่ได้นานแค่ไหนก่อนเงินหมด?	106
19.Venture Capital คิดยังไงก่อนให้เงิน	112
Case Study: Canva – โตจากเงินทุนรอบแรกแค่ \$6 ล้าน	117

Part 5: ระบบหลังบ้านของยูนิคอร์น

เบื้องหลังที่ทำให้ Startup โตต่อโดยไม่ล้ม

20.สร้างระบบบัญชี–การเงิน–ภาษีแบบไม่ล้ม	121
21.Data, Cybersecurity และกฎหมายที่ห้ามพลาด	126
22.การจัดการทีม Remote / Hybrid ให้ยังโตได้.....	132
23.สร้าง OKRs ให้ทุกคนไปทิศเดียวกัน	137
24.People System: ระบบคนที่โตไปพร้อมองค์กร.....	142
Case Study: Gojek – เติบโตได้แม้มีทีมกระจาย 7 ประเทศ	148

Part 6: ทางลัดและกับดักที่ต้องรู้ก่อนตาย

ถ้าไม่อยากล้มทั้งที่เกือบถึงฝัน ต้องรู้อะไร

25.Startup Fail เพราะอะไรบ้าง? (บทเรียนจากของจริง).....	153
26.วิธีขายบริษัท / Exit / IPO: เป้าหมายของ Startup ไม่ได้มีแค่การโต	158
27.Generative AI และ Web3 กับโอกาสใหม่ของ Startup	164
28.Case Study รวม: Shopee / Notion / Figma / TikTok โตเพราะอะไร?	169

บทส่งท้าย.....175

Startup ไม่ใช่สิ่งที่สร้างในคืนเดียว แต่ทุกก้าวคือต่อยอดได้

ภาคเสริม178

- Startup Toolkit: Template, เว็บไซต์, AI Tools ใช้ได้ทันที
- Key Point สรุปทุกบท: Bullet Point พร้อมใช้
- Startup Test: แบบฝึกคิดก่อนเริ่มจริง

บทนำ

ยูนิคอร์นคืออะไร? ทำไมบางเจ้าไปถึง แต่บางเจ้าไม่?

ในโลกของสตาร์ทอัพ “ยูนิคอร์น” ไม่ใช่แค่สัตว์ในเทพนิยายอีกต่อไป แต่เป็นชื่อเรียกของ **บริษัทสตาร์ทอัพที่มีมูลค่าเกิน 1 พันล้านดอลลาร์** โดยยังไม่เข้าตลาดหุ้น (ยังไม่ได้ IPO)

ชื่อที่คุณเคยได้ยินเช่น Airbnb, Grab, Shopee, Canva, Stripe ทั้งหมดนี้... คือ “ยูนิคอร์น”

และไม่ใช่เพราะพวกเขามีไอเดียสุดล้ำหรือดวงดีแบบเหนือมนุษย์

แต่เพราะพวกเขา

- เข้าใจปัญหาอย่างลึก
- วางระบบคิดแบบต่อยอดได้
- สร้างทีมที่เติบโตพร้อมกัน

- กล้าทดลอง และล้มได้เร็ว
- ขยายด้วยโมเดลที่คนอยากใช้ตัวเอง

แต่คำถามคือ:

ถ้าการเป็นยูนิคอร์นไม่ใช่เรื่องฟลุค...

ทำไมถึงมีแค่ไม่กี่เจ้าเท่านั้นที่ไปถึง?

และเราจะ “คิด” และ “ทำ” แบบพวกเขาได้อย่างไร?

หนังสือเล่มนี้คือคำตอบ

นี่ไม่ใช่หนังสือทฤษฎี

แต่คือ พิมพ์เขียวที่กลั่นจากการลงมือทำจริง, เจิงจริง, โตจริง

จากสตาร์ทอัพทั้งในไทย เอเชีย และระดับโลก

คุณจะได้เรียนรู้:

- วิธีหา “Pain ที่เจ็บพอ” จนคนพร้อมจ่าย
- การทำ MVP ที่ทดสอบตลาดได้ใน 7 วัน
- การเลือก Co-founder ที่ไม่ทำให้ทีมพัง
- กลยุทธ์เติบโตไวแต่ไม่หลุดโค้ง

- และ “จุดตาย” ที่คนเก่งก็ยังล้ม ถ้าไม่รู้

Startup ไม่ใช่แค่เปิดเพจแล้วขายของ

แต่คือระบบการแก้ปัญหา ที่เติบโตอย่างไร้ขีดจำกัด

Startup ที่ดีไม่จำเป็นต้องมีทุนเยอะ แต่ต้องเข้าใจระบบที่ถูกต้อง

กล่องสรุป: กอดรหัสยูนิคอร์น

- ยูนิคอร์น = สตาร์ทอัพมูลค่าเกิน 1 พันล้านดอลลาร์ โดยไม่ต้องเข้าตลาดหุ้น
- พวกเขาไม่ได้ชนะเพราะทุน แต่เพราะ “เข้าใจปัญหา” และ “วางระบบให้เติบโตเองได้”
- หนังสือเล่มนี้คือคู่มือแบบ Step-by-step ที่จะสอนให้คุณ “คิดและทำ” แบบยูนิคอร์น
- ทุกบทมีกลยุทธ์จริง Case Study จริง และแบบฝึกที่ใช้ได้เลย

Case Study: Canva – ยูนิคอร์นที่เริ่มจากคน ไม่รู้โค้ด

Melanie Perkins สอนนักศึกษาทำพอร์ตโฟลิโอด้วย PowerPoint เธอสังเกตเห็นว่า ทุกคนลำบากกับการออกแบบ

เธอจึงเริ่ม Canva โดยไม่รู้โค้ด ไม่ใช่ นักออกแบบมืออาชีพ แต่รู้ว่า “คนทั่วไปอยากออกแบบง่าย ๆ โดยไม่ต้องจ้างกราฟิก”

→ ผลคือ Canva กลายเป็นแพลตฟอร์มระดับโลก

→ มูลค่ากว่า 40,000 ล้านดอลลาร์

→ คนใช้กว่าร้อยล้านรายทั่วโลก

บทเรียน:

- ถ้าเริ่มจาก “ปัญหาที่คนเจ็บจริง”
- คุณไม่จำเป็นต้องเก่งทุกอย่าง
- แค่ต้องรู้ว่า “จะวางระบบให้คนใช้ แล้วโตเองได้อย่างไร”

บทที่ 1

ค้นหา “ปัญหาที่ใหญ่พอ” ก่อนสร้าง สิ่งใด

Startup ไม่ได้เกิดจาก “ไอเดียเจ๋ง”

แต่เกิดจาก “ปัญหาที่ใหญ่มากพอ” จนใครก็อยากจ่ายเพื่อให้คุณช่วยแก้

ถ้าคุณเริ่มต้นด้วยสิ่งที่คุณอยากขาย → คุณคือ “พ่อค้า”

แต่ถ้าคุณเริ่มจากสิ่งที่คนเจ็บจนต้องการให้คุณช่วย → คุณคือ “Startup Founder”

คนส่วนใหญ่พลาดตรงไหน?

เพราะหลายคนเริ่มจากคำว่า

- “ทำแอปอะไรดี?”
- “เปิดเพจขายอะไรดี?”
- “มีไอเดียใหม่ ๆ ไหม?”

แต่จริง ๆ คำถามที่สำคัญกว่าคือ:

“วันนี้มีใครเจ็บอยู่ตรงไหน แล้วยังไม่มีใครช่วยเขาแบบเวิร์กจริง?”

แนวทางหา “Pain Point ที่ใหญ่พอ”

1. สังเกตพฤติกรรมตัวเองและคนรอบตัว
 - คนบ่นอะไรซ้ำ ๆ?
 - คนใช้ชีวิตแก้แบบชั่วคราวอะไรอยู่?
 - คนพยายาม DIY อะไรทั้งที่มันควรง่ายกว่านี้?
2. ดูว่าปัญหานั้นเกิดกับคนเยอะไหม
 - ถ้ามีแค่เราที่เจอ = Hobby
 - ถ้ามีหลายคนเจอซ้ำ ๆ = โอกาส

- ถ้ามั่น “เป็นระบบ” เช่น ประเทศ ระบบการศึกษา ระบบขนส่ง = Goldmine

3. เจ็บจริงหรือแค่ไม่สะดวก?

- เจ็บจริง = คนพร้อมจ่ายให้จบ
- ไม่สะดวก = คนอาจไม่ยากเปลี่ยน

“ขนาดของปัญหา” สำคัญพอ ๆ กับ “ขนาดของตลาด”

ตัวอย่าง:

- ปัญหาคนไทย “ไม่มีคนช่วยผู้สูงวัยตอนอยู่บ้าน”
→ ถ้าคุณวางระบบบริการดูแลผู้สูงวัยรายชั่วโมงที่ปลอดภัย = นี่คือนี้อคือปัญหาใหญ่ระดับประเทศ
- ปัญหาคน “อ่านหนังสือไม่จบ”
→ คุณวางระบบที่ส่งสรุปหนังสือให้ทุกวัน + สอบสั้น ๆ วันละ 5 นาที
→ นี่คือนี้อคือตลาดคนเรียนรู้แบบ Microlearning ที่โตขึ้นทุกปี

อย่าสร้าง Product..ก่อนเข้าใจ “Pain”

อย่าเขียนโค้ด

อย่าออกแบบโลโก้

อย่าเปิดเพจ

จนกว่าคุณสามารถตอบคำถามนี้ได้ชัดเจน:

- ใครคือ “คนที่เจ็บ”?
- ปัญหาเขาคืออะไร?
- เขาใช้วิธีแก้อะไรอยู่ตอนนี้?
- ยังไม่มีใครแก้ให้เขาแบบ “เร็ว ถูก ดี” หรือยัง?

กล่องสรุป: จุดเริ่มต้นของยูนิคอร์น = ปัญหาใหญ่พอ

- Startup ที่ดี = เริ่มจากปัญหาที่ “เจ็บจริง” และ “เกิดซ้ำในคนจำนวนมาก”
- อย่าเริ่มจากไอเดีย จงเริ่มจาก Pain
- ถ้าปัญหาใหญ่พอ คนจะยอมจ่ายแม้ Solution ยังไม่สมบูรณ์
- การหา Pain ที่ใช่ จะลดเวลา-ต้นทุน-ความล้มเหลวไปได้ครึ่งหนึ่งของเส้นทาง