

การเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับธุรกิจผ่านซีรีส์เรื่อง Start-Up



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

STORYTELLING FOR BUSINESS INTELLIGENCE SHARING IN KOREAN SERIES: START-UP



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) in Communication Arts

FACULTY OF COMMUNICATION ARTS

Chulalongkorn University

Academic Year 2021

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์	การเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับธุรกิจผ่านซีรีส์เรื่อง Start-Up
โดย	น.ส.ไปรยา สุระชัย
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปอรรช์มัย ยอดเนตร

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ การศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปอรรช์มัย ยอดเนตร)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจษฎา ศาลาทอง)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ไปรยา สุระชัย : การเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับธุรกิจผ่านซีรีส์เรื่อง Start-Up. (STORYTELLING FOR BUSINESS INTELLIGENCE SHARING IN KOREAN SERIES: START-UP) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร. ปอรัชฌ์ ยอดเนตร

เกาหลีได้มีความพยายามในการผลักดันระบบเศรษฐกิจใหม่ โดยให้ความสำคัญกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งนอกจากจะสร้างนโยบายออกมาเพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจใหม่แล้ว ยังส่งเสริมและผลักดันผ่านสื่อบันเทิงในรูปแบบของซีรีส์อีกด้วย การวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจผ่านซีรีส์เรื่อง Start-Up และเพื่อวิเคราะห์การตระหนักรู้ต่อการถ่ายทอดความรู้ที่เกิดขึ้นในซีรีส์ โดยงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์หาค่าและการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ชมและผู้เชี่ยวชาญ

ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้ของซีรีส์เรื่องนี้จะประกอบไปด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ โครงเรื่องที่แบ่งออกเป็น 2 เส้นเรื่อง คือ เส้นเรื่องหลักจะนำเสนอเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ และเส้นเรื่องความสัมพันธ์ นำเสนอเรื่องราวความสัมพันธ์ในครอบครัวและความรักสามเส้าของตัวละคร โดยมีปมความขัดแย้งเป็นพาหนะในการขับเคลื่อนเรื่องราวเพื่อให้เกิดการถ่ายทอดเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ และในส่วนของตัวละครหลักในเรื่องจะมีลักษณะแบบพลวัต มีพัฒนาการในการเรียนรู้และเปลี่ยนแปลงตัวเองอย่างชัดเจน ซึ่งช่วยทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเชื่อในเนื้อหาความรู้ที่ผู้สร้างสอดแทรกเอาไว้ในเรื่อง

ในส่วนของการตระหนักรู้ด้านการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ พบว่าซีรีส์เรื่องนี้เปรียบเสมือนเป็นบันไดขั้นแรกที่ทำให้ผู้ชมได้เข้าใจระบบนิเวศน์และการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยกลุ่มผู้ชมทั่วไปจะมีความตระหนักและได้รับความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับธุรกิจมากกว่ากลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ เนื่องจากข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพที่ปรากฏในซีรีส์เรื่องนี้เป็นข้อมูลระดับพื้นฐานของการทำธุรกิจที่ตัวผู้เชี่ยวชาญต่างทราบอยู่ก่อนแล้ว ในขณะที่เดียวกันแม้ว่าซีรีส์เรื่องนี้จะมีกลวิธีการเล่าเรื่องที่ใช้เส้นเรื่องความสัมพันธ์เข้ามาดึงดูดความสนใจของผู้ชม แต่กลุ่มผู้ชมกลับรู้สึกว่าเส้นเรื่องความสัมพันธ์กลับเป็นส่วนที่รู้สึกว่าถูกยึดเยียดเข้ามา จนความเข้มข้นของเนื้อหาการทำธุรกิจขาดหายไป และแม้ว่าซีรีส์เรื่องนี้จะมีการถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงอยู่บ้าง เนื่องจากซีรีส์เป็นสื่อละครเพื่อความบันเทิง จึงไม่สามารถสอดแทรกความรู้ลงไปได้ทั้งหมด แต่ในภาพรวมซีรีส์เรื่องนี้ก็สามารถทำให้ผู้ชมเกิดตระหนักและมีความเข้าใจเกี่ยวกับความรู้ทางธุรกิจสตาร์ทอัพได้ดียิ่งขึ้น

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์
ปีการศึกษา 2564

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6380040628 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORD: NARRATIVE, STARTUP, PERCEPTION, KOREAN SERIES, BUSINESS INTELLIGENCE

Priya Surachai : STORYTELLING FOR BUSINESS INTELLIGENCE SHARING IN KOREAN SERIES: START-UP. Advisor:
Asst. Prof. Paonrach Yodhane, Ph.D.

South Korea had planned to improve creative economy by supporting their small and medium-sized enterprise (SME) and startup. Not only they announce the transformation act from government, but also initiate the move via their local media platform such as movie and TV series. This research aims to study “Start-up” Korean series in order to extract the business intelligence imparting storytelling in their narrative structure and analyze the perception of that intelligence sharing raised from this TV series. This research is qualitative research that conducted by textual analysis and in-depth interview with audiences and expert audiences.

In summary, the result shown that this TV series’ narrative structure that support their intelligence imparting storytelling contains three main structures. Firstly, the storyline that consist of two main storylines; Action line which present the end-to-end process of founding startup and its challenge and Relationship line which introduce family life and love triangle of main characters. Following with conflict that is the main driving source for startup intelligence sharing in the series. Lastly, the dynamic characters that improved and changed along the story. All of these help the audience believe in the truthfulness of intelligence that they received while watching the series.

On the side of perception of intelligence sharing, the interview indicated that this series act as the beginning step for their audience to understand startup ecosystem. Moreover, it seems that audience had more recognition about the business intelligence imparting in this series than the expert since the latter had already known that basic intelligence well. In addition, the relationship storyline that used in this series to catch attention from the fans had been labeled as “too intentional” from many of our interviewees and too much of it cause the intensiveness of business storyline decreased. Lastly, even if some parts of the business intelligence shared in the series had been labeled as too simplistic and slightly mislead by the experts, but as an entertainment media, it would be very difficult to include full intelligence as it is on the textbook. Overall, this series have done a great job to raise the perception and understanding of business intelligence and startup ecosystem.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

Field of Study: Communication Arts

Student's Signature

Academic Year: 2021

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำสารนิพนธ์เล่มนี้จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้เลย หากปราศจากความช่วยเหลือของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปอรรชัม ยอดเณร ผู้ซึ่งเป็นที่ปรึกษาหลักของผู้วิจัย และเปรียบเสมือนเป็นเมนเทอร์ในชีวิตจริงที่คอยช่วยให้คำแนะนำ บ่มเพาะ และขัดเกลาจนสารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จออกมาได้อย่างสมบูรณ์ อีกทั้งอาจารย์ปอรรชัมยังเป็นหนึ่งบุคคลสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยมีแรงลุกขึ้นสู้และพยายามจนสามารถเรียนจบได้ หากไม่ได้กำลังใจจากอาจารย์ในวันนั้น ผู้วิจัยคงไม่สามารถเป็นมหาบัณฑิตได้ในวันนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ปอรรชัมเป็นอย่างยิ่งที่ไม่ย่อท้อต่อนิสิตคนนี้ค่ะ

ขอขอบคุณประธานกรรมการและกรรมการในการสอบสารนิพนธ์ ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจษฎา ศาลาทอง ที่ให้ความเมตตาและช่วยชี้แนะแนวทางในการทำสารนิพนธ์นับตั้งแต่การสอบเปิดเล่มจนถึงการสอบปิดเล่มสารนิพนธ์ เพื่อให้สารนิพนธ์เล่มนี้มีการศึกษาที่ตรงประเด็นและสมบูรณ์มากที่สุด

ขอขอบคุณ ป้า แม่ และน้องสาว ครอบครัวที่เป็นเสมือนดวงใจของผู้วิจัย ขอขอบคุณที่คอยให้การสนับสนุนผู้วิจัยในทุกๆ ด้าน พร้อมที่จะโอบกอดและปลอบประโลมในวันที่ผู้วิจัยต้องเผชิญกับความท้อแท้และหมดศรัทธาในตนเอง ขอขอบคุณญาติๆ ครอบครัวสุระชัย ที่คอยเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยตลอดการทำเล่มสารนิพนธ์ ขอขอบคุณคุณหญิงดอกไม้ แมวสุดที่รักที่เข้าเรียนออนไลน์กับผู้วิจัยเกือบทุกคลาส คอยอยู่เคียงข้างผู้วิจัยในยามดึกที่ต้องนั่งทำเล่มสารนิพนธ์ ทำให้ผู้วิจัยสามารถผ่านพ้นความเหนื่อยล้าในแต่ละค่าคืนมาได้ ขอขอบคุณศิ เพื่อนที่สนิทที่สุดคนเดียวในชีวิตของผู้วิจัย ที่แม้ว่าเพื่อนจะไม่เคยดูซีรีส์เรื่องนี้มาก่อน แต่เพื่อนก็พยายามให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยในเรื่องที่ตนเองพอจะสามารถช่วยได้อย่างเต็มที่

ขอขอบคุณพี่เป็ก อีกหนึ่งบุคคลสำคัญที่อยู่เคียงข้างผู้วิจัยและคอยให้ความช่วยเหลือเรื่องการเรียนของผู้วิจัยตลอดมา ผู้ซึ่งไม่เคยหมดความเชื่อมั่นในตัวผู้วิจัยเลยสักครั้ง อีกทั้งไม่เคยถือโทษในยามที่ผู้วิจัยเหนื่อยล้าและเผลอทำตัวไม่ดีใส่ แต่กลับให้กำลังใจและเชื่อว่าผู้วิจัยจะสามารถผ่านพ้นไปได้

ขอขอบคุณมิตรภาพที่แสนงดงามจากเพื่อนๆ พี่ๆ ที่ร่วมฝ่าฟันปริญญาโทด้วยกัน ขอขอบคุณที่คอยอยู่เคียงข้างและให้กำลังใจกันเสมอมา ทั้งพี่น้อง พี่ดา พี่เอย พี่เป็รียว เกมส์ พี่ติง โม และคนอื่นๆ ที่ผู้วิจัยอาจจะไม่ได้กล่าวถึงทั้งหมด แต่อยากให้ทุกคนได้รับรู้ว่า ผู้วิจัยรู้สึกยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้มารู้จักและเป็นเพื่อนกับทุกคน

ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ พิจิตรา ศุภสวัสดิ์กุล ที่ให้โอกาสผู้วิจัยได้ทำหน้าที่เป็น TA ของอาจารย์ มีโอกาสได้เรียนรู้และพัฒนาตนเอง ตลอดจนได้สร้างเครือข่ายในการทำงานอันมีประโยชน์ต่อตัวผู้วิจัยเป็นอย่างยิ่ง ขอขอบคุณที่กระแ่งและเจ้าหน้าที่คณะทุกๆ ท่าน ที่คอยให้ความช่วยเหลือทั้งเรื่องเรียนและเรื่องงาน และสุดท้ายขอขอบคุณตัวเอง ที่อดทนเพียรพยายามจนสามารถข้ามผ่านอุปสรรคและช่วงเวลาแสนเหน็ดเหนื่อยมาได้จนมาถึงวันที่ประสบผลสำเร็จ

ไปรยา สุระชัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญรูปภาพ.....	ฌ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
1.3 คำถามนำวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตงานวิจัย.....	4
1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
1. แนวคิดการเล่าเรื่อง.....	6
2. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ.....	15
3. สถานการณ์ของธุรกิจสตาร์ทอัพในเกาหลีใต้และประเทศไทย.....	21
4. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้.....	28
5. แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร.....	30
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	34

3.1 แหล่งข้อมูล	34
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	36
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	37
3.4 การนำเสนอผลการวิจัย.....	38
บทที่ 4 การวิเคราะห์การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up.....	39
4.1 การวิเคราะห์การเล่าเรื่องของซีรีส์เรื่อง Start-Up.....	39
4.2 การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ	53
4.3 ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทละครโทรทัศน์.....	78
4.4 การวิเคราะห์ด้านการรับรู้ของผู้ชมที่มีต่อการเล่าเรื่องของซีรีส์เรื่อง Start-Up	82
4.4.1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ชมที่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำธุรกิจ.....	82
4.4.2 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ชมทั่วไปที่มีการเปิดรับสื่อซีรีส์เรื่อง Start-Up	85
บทที่ 5 สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	90
5.1 สรุปผลวิจัย	90
5.1.1 สรุปการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up.....	90
5.1.2 การรับรู้ของผู้ชมที่มีต่อการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจของ ซีรีส์เรื่อง Start-Up.....	95
5.2 อภิปรายผลวิจัย	97
5.4 ข้อจำกัดงานวิจัย.....	102
5.5 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการสำหรับงานวิจัยในอนาคต.....	102
บรรณานุกรม.....	104
ประวัติผู้เขียน.....	110

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 ตารางแสดงคำศัพท์ทางเทคนิคเกี่ยวกับการทำธุรกิจที่ปรากฏในซีรีส์เรื่อง Start-Up..... 72



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 ภาพเปิดเรื่องภายในงานแซนด์บ็อกซ์.....	39
ภาพที่ 2 ภาพตอนที่ซอดัลมีและวอนอินแจได้กลับมาเจอกันอีกครั้ง.....	39
ภาพที่ 3 ภาพตอนที่ซอดัลมีพูดคุยกับย่า เพราะไม่ต้องการพ่ายแพ้ให้กับพี่สาว	40
ภาพที่ 4 ภาพตอนที่ฮันจีพยองขอให้นมโดซานช่วยไปร่วมงานเน็ตเวิร์คกิ้งปาร์ตี้กับซอดัลมี.....	40
ภาพที่ 5 ภาพตอนที่นมโดซานมาร่วมงานเน็ตเวิร์คกิ้งปาร์ตี้เพื่อทำหน้าที่ซอดัลมี.....	40
ภาพที่ 6 ภาพตอนที่ซอดัลมี วอนอินแจ และนมโดซาน เข้าร่วมการแข่งขันแซนด์บ็อกซ์.....	41
ภาพที่ 7 ภาพตอนที่ซอดัลมีและนมโดซานร่วมแข่งขันเป็นทีมเดียวกัน โดยใช้ชื่อว่า “ซัมซานเทค” 41	
ภาพที่ 8 ภาพตอนที่ซอดัลมีรู้ความจริงว่าฮันจีพยองคือนมโดซาน เพื่อนทางจดหมายตัวจริง	41
ภาพที่ 9 ภาพตอนที่บริษัทซัมซานเทคโดนนักลงทุนซื้อกิจการไปทำให้บริษัทต้องปิดตัวลง.....	42
ภาพที่ 10 ภาพตอนที่ซอดัลมีขอยุติความสัมพันธ์ เพื่อไม่ให้ตัวเองเป็นตัวถ่วงในชีวิตของนมโดซาน 42	
ภาพที่ 11 ภาพตอนที่นมโดซานและซอดัลมีทดสอบระบบเทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ.....	42
ภาพที่ 12 ภาพตอนจบของเรื่อง ทั้ง 4 คน ต่างประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจและการทำตาม ความฝัน.....	42
ภาพที่ 13 ภาพตัวละครซอดัลมี.....	44
ภาพที่ 14 ภาพตัวละครนมโดซาน.....	46
ภาพที่ 15 ภาพตัวละครฮันจีพยอง.....	48
ภาพที่ 16 ภาพตัวละครวอนอินแจ.....	50
ภาพที่ 17 ภาพพื้นที่ภายในแซนด์บ็อกซ์ที่ใช้สำหรับการแข่งขันและนำเสนอผลงาน	51
ภาพที่ 18 ภาพพื้นที่ส่วนกลางของแซนด์บ็อกซ์.....	51
ภาพที่ 19 ภาพห้องทำงานในแซนด์บ็อกซ์.....	52
ภาพที่ 20 ภาพเวทีที่ใช้ในการแข่งขันตลอดทั้งเรื่อง.....	52

ภาพที่ 21	ภาพประธานยุทธศาสตร์ให้คำแนะนำแก่เหล่าสตาร์ทอัพหน้าใหม่	54
ภาพที่ 22	ภาพประธานยุทธศาสตร์ให้คำแนะนำด้านการทำธุรกิจแก่พ่อซอด้ลมี	54
ภาพที่ 23	ภาพนมโศซานที่กำลังรู้สึกหมดยกำลังใจเพราะของฮันจียอง	55
ภาพที่ 24	ภาพแม่ซอด้ลมีที่กำลังพูดเตือนสติแก่ซอด้ลมี	55
ภาพที่ 25	ภาพซอด้ลมีขณะยืนรอลิฟต์และใคร่ครวญเกี่ยวกับความก้าวหน้าในชีวิต	56
ภาพที่ 26	ภาพนมโศซานและเพื่อนๆ กำลังอธิบายเทคโนโลยีของตนเองแก่นักลงทุน	56
ภาพที่ 27	ภาพฮันจียองให้คำแนะนำแก่นมโศซานก่อนเข้าแข่งขันแซนด์บ็อกซ์	57
ภาพที่ 28	ภาพนมโศซานกำลังหารีอกับเพื่อนๆ เพื่อหาประธานบริษัท	58
ภาพที่ 29	ภาพซอด้ลมี นมโศซาน และเพื่อนร่วมทีมกำลังระดมความคิดเพื่อหาทางออกของปัญหา	59
ภาพที่ 30	ภาพซอด้ลมีกำลังพิชชิงผลงานในรอบการแข่งขันแฮกกาธอน	59
ภาพที่ 31	ภาพตอนที่บริษัทของซอด้ลมีและวอนอินแจกำลังประชุมเพื่อแบ่งเปอร์เซ็นต์ผู้ถือหุ้น	60
ภาพที่ 32	ภาพนมโศซานกำลังทดสอบสินค้าต้นแบบของนมซอนโฮ	61
ภาพที่ 33	ภาพวอนอินแจเข้าไปทำความรู้จักกับนายทุนเพื่อสร้างคอนเนกชั่น	62
ภาพที่ 34	ภาพซอด้ลมีกำลังพูดคุยกับนมโศซานเรื่องการของเงินทุนเพื่อนำมาต่อยอดบริษัท	62
ภาพที่ 35	ภาพซอด้ลมีกำลังโน้มน้าวใจฮันจียอง	63
ภาพที่ 36	ภาพซอด้ลมีกำลังโน้มน้าวใจนายทุนที่ทำการกิจการเพื่อสังคม	64
ภาพที่ 37	ภาพพัคซอนโฮ อินฟลูเอนเซอร์ชื่อดังของเกาหลีกำลังพูดถึงบริการของซัมซานเทค	64
ภาพที่ 38	ภาพฮันจียองให้คำแนะนำแก่ซอด้ลมีในการรับมือกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ	65
ภาพที่ 39	ภาพผู้ประท้วงที่ไม่พอใจกับเทคโนโลยีของวอนอินแจ	66
ภาพที่ 40	ภาพฮันจียองให้คำแนะนำแก่ผู้เข้าแข่งขันก่อนการแข่งขันในรอบเดโม่เดย์	66
ภาพที่ 41	ภาพพ่อของนมโศซานกำลังพูดเพื่อต่อสู้ให้คนรุ่นเก่าที่ตามเทคโนโลยีไม่ทัน	67
ภาพที่ 42	ภาพฮันจียองให้คำแนะนำในการทำธุรกิจแก่คิมยงซาน	68
ภาพที่ 43	ภาพฮันจียองร่วมลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพที่ทำเพื่อสังคม	68

ภาพที่ 44 ภาพซอด้ลมีกำลังหารือกับเพื่อนร่วมทีมเพือทำการขยายธุรกิจ..... 69

ภาพที่ 45 ภาพซอด้ลมีใช้ทักษะการเป็นผู้นำเพือแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า 70

ภาพที่ 46 ภาพซอด้ลมีใช้ทักษะการเป็นผู้นำเพือนำเสนอผลงาน..... 71

ภาพที่ 47 ภาพฮันจียองให้คำแนะนำแก่ซอด้ลมีเรื่องการเป็นผู้นำที่ดี 71



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาและต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมผ่านความรู้และความสร้างสรรค์ของมนุษย์ คือ หัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ท่ามกลางยุคศตวรรษที่ 21 โดยการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญอย่าง “อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์” (Creative Industry) อันเป็นภาคส่วนทางเศรษฐกิจที่มีพลวัตการขับเคลื่อนและการเปลี่ยนแปลงที่ทรงพลังที่สุดในปัจจุบันและอนาคต (สมบัติ กุสุมาวาลี, 2010) โดยอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ถูกนิยามว่าเป็นกลุ่มกิจกรรมที่มีรากฐานมาจากทักษะ ความรู้ความสามารถหรือภูมิปัญญาในแต่ละสังคมวัฒนธรรม เป็นวงจรของการสร้าง การผลิต สินค้าและบริการที่ใช้ทุนทางปัญญาเป็นพื้นฐานหลัก (UNCTAD, 2008) ซึ่งปัจจุบันกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้กลายเป็นทางเลือกเชิงกลยุทธ์สำหรับกลุ่มประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ เพราะเชื่อว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นำมาซึ่งความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอันส่งผลให้เกิดความก้าวหน้าในประเทศ อีกทั้งยังก่อให้เกิดการสร้างงานและสร้างความเข้มแข็งทางสังคม (สมบัติ กุสุมาวาลี, 2010)

เกาหลีใต้เป็นหนึ่งในประเทศที่แสดงให้เห็นเป็นประจักษ์ในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ ดังจะสังเกตได้จากความสำเร็จของ “คลื่นวัฒนธรรมเกาหลี หรือ ฮันรยู” ที่ก่อให้เกิดกระแสความนิยมในอาหารเกาหลี เค-ป๊อป (K-Pop) หรือซีรีส์เกาหลีใต้ (คิวดี สุขเสวต, 2559) โดยคลื่นวัฒนธรรมเกาหลี (ต่อไปผู้วิจัยจะขอเรียกว่า “ฮันรยู”) แบ่งออกเป็น 4 ระดับ (ไพบุลย์ ปีตะเสน, 2563) ได้แก่

ฮันรยู 1.0 เริ่มต้นขึ้นในช่วงปลายทศวรรษ 90 จากการส่งออกละครโทรทัศน์ (K-drama) เรื่อง What is Love All About (1997) และ เรื่อง Stars in My Heart (1997) เข้าไปตีตลาดประเทศจีน และต่อมาก็ได้รับความนิยมไปทั่วเอเชีย

ฮันรยู 2.0 หรือ Neo-Hallyu เกิดขึ้นจากความต้องการที่จะส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ให้เป็นที่รู้จักไปทั่วทั้งเอเชีย โดยนัยสำคัญของฮันรยู 2.0 มีอยู่ 2 ประการ คือ 1. การขยายขอบเขต

จากวัฒนธรรมเค-ป๊อป (K-pop) ร่วมสมัยไปสู่วัฒนธรรมแบบดั้งเดิม เช่น อาหารเกาหลี ชุดฮันบก หรือบ้านเรือนสไตล์เกาหลี เป็นต้น และ 2. การทำลายขนบแนวงานแบบดั้งเดิม (Genre Kill) เพื่อเบิกทางให้แนวงานใหม่ๆ จากศิลปิน ไอดอลเกาหลีได้ เข้าถึงตลาดตะวันออกกลาง ยุโรป อเมริกาเหนือ-ใต้ และแอฟริกา

ฮันรยู 3.0 มีเป้าประสงค์ที่ต้องการจะแผ่ขยายขอบเขตของวัฒนธรรมเกาหลีได้แบบดั้งเดิม (K-Culture) ไปทั่วโลก นับตั้งแต่ปี 2010 เป็นต้นไป โดยฮันรยูไม่ได้จำกัดอยู่แค่เพียงละครโทรทัศน์หรือดนตรีเค-ป๊อป อีกต่อไป หากแต่มีการขยายและแทรกซึมลงไปในทุกแขนงของวัฒนธรรมเกาหลี

ฮันรยู 4.0 เป็นยุคของการหลอมรวมและพัฒนาไปสู่ความเป็นเกาหลีสมัยใหม่ (K-style) โดยเน้นการสร้างนิเวศทางวัฒนธรรมให้แผ่ขยายไปทั่วโลก มีการนำเอาอัตลักษณ์ความเป็นเกาหลีไปสร้างเป็นภาพลักษณ์ให้แก่ศิลปิน ไอดอล และนำเอาอัตลักษณ์ไปใช้ในเชิงพาณิชย์

โดยความสำเร็จของ “คลื่นวัฒนธรรมเกาหลี” หรือ “ฮันรยู” นี้ เกิดขึ้นได้ภายใต้การสนับสนุนอย่างจริงจังของรัฐบาลเกาหลีใต้ที่ทำหน้าที่ส่งเสริมและก่อตั้งสถาบัน “The Korea Creative Content Agency” (KOCCA) ขึ้นมาอย่างเป็นทางการ เพื่อบริหารจัดการและพัฒนาธุรกิจด้านอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมเกาหลี ทั้งด้านเทคโนโลยีอันทันสมัยและพัฒนาบุคลากรเพื่อต่อยอดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (ชงคума กมลเวชช, 2551) และทำการส่งเสริมเนื้อหาสาระความเป็นเกาหลีให้ถูกสอดแทรกลงไปนในสื่อบันเทิงต่างๆ (Urban Creature, 2563)

และนอกเหนือจากจะผลักดันอุตสาหกรรมบันเทิงแล้ว เกาหลีใต้ยังให้ความสำคัญและผลักดันระบบเศรษฐกิจใหม่ด้วย โดยให้ความสำคัญกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และธุรกิจสตาร์ทอัพ มีการส่งเสริมให้เกิดตลาดแรงงานแบบยืดหยุ่น และผลักดันให้ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจแทนรูปแบบการบริหารองค์กรแบบเดิม ตลอดจนมีการเปิดให้บริษัทเงินร่วมลงทุน (Venture Capital) ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการให้การสนับสนุนด้านการเงินแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งนับเป็นอีกหนึ่งหนทางในการให้การสนับสนุนนอกเหนือจากการสนับสนุนจากภาครัฐและสถาบันการเงินแบบเดิม (จักรกริช สังขมณี, 2563) โดยปัจจุบันเกาหลีใต้เป็นประเทศที่ให้เงินสนับสนุนด้านวิจัยและพัฒนา (R&D) เป็นอันดับ 5 ของโลก และในปี 2018 นิตยสาร Forbes ก็ได้

ชี้ว่ารัฐบาลเกาหลีใต้เป็นรัฐบาลที่ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมสตาร์ทอัพมากที่สุดในโลก (Karoonp. Chetpayark, 2563)

ในปี 2020 ที่ผ่านมามีเกาหลีใต้ต่อยอดความพยายามในการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และระบบเศรษฐกิจใหม่ของประเทศผ่านซีรีส์เรื่อง “Start-Up” บอกเล่าเรื่องราวการทำตามความฝันของคนรุ่นใหม่พร้อมแฝงแนวคิดการทำธุรกิจยุคใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีขับเคลื่อนหรือที่เรียกกันว่า “สตาร์ทอัพ” ซึ่งเนื้อหาของซีรีส์มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจ 5 ปี (2017-2022) ของประธานาธิบดีมุนแจ-อิน ที่มีแผนในการสร้างเกาหลีใต้ให้เป็นประเทศสตาร์ทอัพและสร้างระบบนิเวศของประเทศให้เอื้อต่อการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ (The Government of the Republic of Korea, 2017)

ซึ่งภายหลังจากที่ซีรีส์เรื่อง Start-Up ถูกเผยแพร่ลงในบริการสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์ ซีรีส์เรื่องนี้ก็ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งจากผู้ชมชาวเอเชียและชาวยุโรป และส่งผลให้เกิดกระแสการรับรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจและการลงทุนในกลุ่มคนหนุ่มสาว และเกิดความนิยมของงานประเภทนักลงทุนในสตาร์ทอัพ (Venture Capitalist) เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมากจากการรับชมซีรีส์เรื่อง Start-Up (*How similar to real life of startup is K-Drama Startup*, 2021) นอกจากนี้ยังพบอีกว่า 1 ใน 5 ของกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงวัยกำลังหางานทำมีมุมมองเชิงบวกต่อธุรกิจสตาร์ทอัพมากขึ้น (ณัฐกานต์ อมาตกุล, 2563)

ในขณะเดียวกัน ซีรีส์เรื่อง Start-Up ก็สร้างผลกระทบเชิงบวกต่อประเทศไทยด้วยเช่นกัน โดยพบว่ากระแสของซีรีส์ Start-Up ไม่เพียงสร้างความสนใจให้แก่กลุ่มผู้ชมที่ชื่นชอบซีรีส์เกาหลีได้เพียงอย่างเดียว แต่ยังส่งผลกระทบต่อหน่วยงานภาครัฐ สถาบันวัฒนธรรม สถาบันการศึกษา อุตสาหกรรมสื่อ และหน่วยงานภาคเอกชน ต่างให้ความสนใจกับซีรีส์เรื่องนี้เป็นอย่างมาก จนส่งผลให้ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ชี้แนะแก่หน่วยงานภาครัฐว่า ซีรีส์เรื่อง Start-Up เป็นซีรีส์ที่ควรค่าแก่การรับชมเป็นอย่างยิ่ง เพราะช่วยทำให้เกิดไอเดียใหม่ๆ และสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดเพื่อผลักดันสตาร์ทอัพไทยให้ก้าวไกลได้ในอนาคต (กรุงเทพธุรกิจ, 2563)

ด้วยเหตุนี้ จึงนำมาสู่หัวข้อวิจัย “การเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับธุรกิจผ่านซีรีส์เรื่อง Start-Up” ซึ่งนับเป็นหนึ่งในความน่าสนใจในการศึกษาความสำเร็จของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เกาหลีใต้ ผ่านการประกอบสร้างละครโทรทัศน์หรือซีรีส์ เพื่อศึกษาการสร้างสรรคเนื้อหาที่มีการสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ จนนำมาสู่ความเพลิดเพลินในการรับชมที่ไม่เพียงสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ แต่ยังสร้างพลังในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเกาหลีได้อีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up
2. เพื่อวิเคราะห์การรับรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up ของกลุ่มผู้ชม

1.3 คำถามนำวิจัย

1. การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up มีลักษณะเป็นอย่างไร
2. การรับรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up ของกลุ่มผู้ชมมีลักษณะเป็นอย่างไร

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาในโครงการวิชาชีพ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งจะทำการเก็บข้อมูลจากการรับชมซีรีส์เกาหลีใต้เรื่อง Start-Up จำนวน 16 ตอน เพื่อทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) เกี่ยวกับกลวิธีการเล่าเรื่อง และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อศึกษาการรับรู้ด้านการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up

1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. ธุรกิจสตาร์ทอัพ หมายถึง ธุรกิจที่เริ่มต้นจากการแก้ปัญหาจุดเล็กๆ และมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยมีการออกแบบให้ธุรกิจสามารถทำซ้ำง่ายและขยายตัวได้เร็ว มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยทำให้มีต้นทุนต่ำ ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพมีศักยภาพมากเพียงพอจะแข่งขันกับธุรกิจในอุตสาหกรรมใหญ่แบบเดิมได้

2. กลวิธีการเล่าเรื่อง หมายถึง การนำเสนอบันเทิงคดี ซึ่งประกอบด้วยเหตุการณ์หรือเนื้อเรื่องที่เรียงเรียงเป็นชุด และเล่าผ่านกระบวนการเล่าเรื่อง โดยเหตุการณ์ได้ถูกเลือกและเรียงเรียงเป็นลำดับเฉพาะ ประกอบกันเป็นโครงเรื่องขึ้นมา ซึ่งกลวิธีการเล่าเรื่องของงานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการศึกษากระบวนการเล่าเรื่องผ่านองค์ประกอบการเล่าเรื่อง เพื่อศึกษากลวิธีการสอดแทรกเนื้อหาเรื่องธุรกิจสตาร์ทอัพในสื่อละครโทรทัศน์ของเกาหลีใต้

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ขยายฐานความรู้ทางนิเทศศาสตร์ และเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ทางวิชาการด้านการศึกษาศิลปะสร้างสรรค์และนำเสนอเนื้อหาซีรีส์หรือละครโทรทัศน์ในแง่มุมมองของการสื่อสารเชิงสุนทรียศาสตร์ ตลอดจนใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสร้างสรรค์เนื้อหาละครโทรทัศน์ไทยที่มีคุณภาพต่อไปในอนาคต

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับธุรกิจผ่านซีรีส์เรื่อง Start-Up” ผู้วิจัยได้เลือกกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์การเล่าเรื่อง รวมไปถึงแนวคิดด้านการรับรู้ โดยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่จะศึกษา มีดังนี้

1. แนวคิดการเล่าเรื่อง
2. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ
3. สถานการณ์ของธุรกิจสตาร์ทอัพในเกาหลีใต้และประเทศไทย
4. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
5. แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการเล่าเรื่อง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CHULALONGKORN UNIVERSITY

อุบลวรรณ เปรมศรรัตน์ (2558) กล่าวถึงความสำคัญและหน้าที่ของการเล่าเรื่องเอาไว้ว่า การเล่าเรื่องมีจุดมุ่งหมายในการถ่ายทอดเรื่องราว ให้ความบันเทิงและความจรรโลงใจแก่ผู้ชม อีกทั้งยังสอดแทรกข้อคิด คติสอนใจ เพื่อให้ผู้ชมสามารถนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ รวมถึงในบางครั้ง การเล่าเรื่องยังมีการสอดแทรกประเด็น หรือเหตุการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในยุคนั้นๆ เช่น การสะท้อนปัญหาสังคม การเรียนรู้วัฒนธรรมต่างๆ เป็นต้น

องค์ประกอบของเรื่องเล่า (Component of Narrative)

1. โครงเรื่อง (Plot)

หมายถึง การร้อยเรียงเชื่อมโยงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาต่างๆ ด้วยตรรกะและเหตุผล ซึ่งจะสร้างความหมายใหม่จากการเชื่อมโยง โครงเรื่องจึงเปรียบเสมือนกระดูกสันหลังของเรื่องเล่า (กาญจนา แก้วเทพ, 2552)

โดยการลำดับเหตุการณ์ในการเล่าเรื่องแทบทุกชนิด จะมีลักษณะ 5 ขั้นตอน ดังนี้ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ, 2542)

1.1 การเริ่มเรื่อง (Exposition) เป็นการสร้างความสนใจให้ผู้ชมอยากติดตามเรื่องราว และเป็นการแนะนำผู้ชมเบื้องต้นเกี่ยวกับเรื่องที่จะเกิดขึ้น อาทิ ข้อมูลตัวละคร ฉาก สถานที่ บางครั้งอาจมีการเปิดเผยปมขัดแย้งหรือประเด็นปัญหาบางอย่างเพื่อชวนให้เกิดความน่าสนใจ การเริ่มเรื่องจึงเปรียบเสมือนการบอกผู้ชมว่าเรื่องราวที่น่าเสนอเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับอะไร เกี่ยวกับใคร และจะนำพาผู้ชมต่อไปในทางใด

1.2 การพัฒนาเหตุการณ์ (Rising Action) เป็นขั้นตอนของการพัฒนาเรื่องราวให้มีการดำเนินต่อไปมากขึ้นนับจากจุดเริ่มต้น โดยในช่วงนี้ความขัดแย้งหรือปมปัญหาจะเริ่มมีความเข้มข้นและทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ที่ชักนำไปตัวละครเข้าสู่สถานการณ์ที่มีความยุ่งยากมากขึ้น

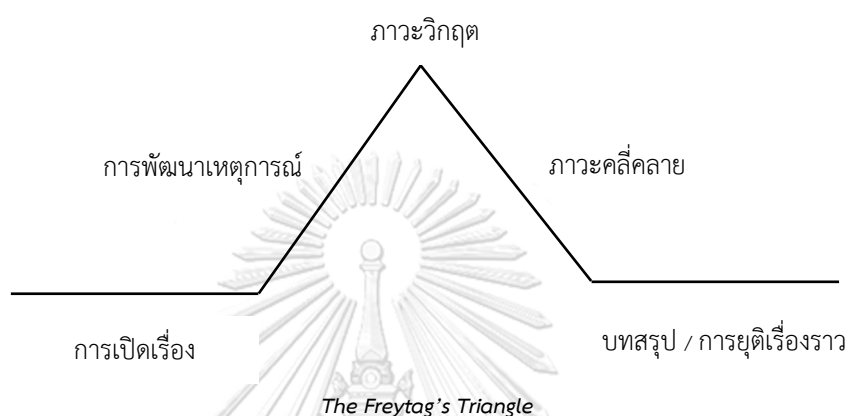
1.3 ชั้นภาวะวิกฤติ (Climax) เป็นขั้นตอนที่ปมปัญหาหรือปมขัดแย้งทวีความรุนแรงขึ้นจนถึงจุดสูงสุดจนก่อให้เกิดจุดแตกหัก ตัวละครตกอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องเลือกหรือหาทางออกด้วยวิธีการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของเนื้อเรื่องหรืออารมณ์ของตัวละครอย่างชัดเจน

1.4 ชั้นภาวะคลี่คลาย (Falling Action) เป็นขั้นตอนหลังจากที่เรื่องราวดำเนินผ่านชั้นภาวะวิกฤติมาแล้ว ปมปัญหาหรือความขัดแย้งได้รับการแก้ไขจนเสร็จสิ้นและคลี่คลายไปได้ด้วยดี

1.5 ขั้นตอนยุติเรื่องราว (Ending / Resolution) เป็นขั้นตอนที่ทุกสิ่งทุกอย่างและทุกเรื่องราวที่เกิดขึ้นตั้งแต่เริ่มเรื่องได้ดำเนินมาถึงจุดจบ ซึ่งการจบเรื่องราวนั้นสามารถจบได้

หลากหลายรูปแบบ อาทิ จบแบบมีความสุข จบด้วยการสูญเสียหรือจบแบบทิ้งปมปัญหาให้ผู้ชมได้เกิดการคิดต่อ

Freytag (1863 อ้างถึงใน จุฑามาศ สาคร, 2561) ได้นำเสนอโครงสร้างของการเล่าเรื่องบนเทียงคี่ในรูปแบบสามเหลี่ยม (The Freytag's Triangle) ไว้ตามภาพ ดังนี้



โดยจากแผนภาพนี้ เป็นการอธิบายถึงรูปแบบโครงสร้างการเล่าเรื่อง โดยเริ่มจากการเปิดเรื่องเป็นจุดเริ่มต้นและพัฒนาเหตุการณ์ในลำดับต่อมา ซึ่งในขั้นตอนนี้จะมีเหตุการณ์ต่างๆ เกิดขึ้นประสานกับความคิด ความรู้สึก และอารมณ์ของตัวละครที่เข้มข้นขึ้น เพื่อให้การดำเนินเรื่องรุดหน้าขึ้นเรื่อยๆ จนเข้าสู่ขั้นภาวะวิกฤตที่เปรียบเสมือนเป็นจุดชนวนระเบิด หรือจุดสุดยอดของเรื่องราวที่จะส่งผลให้เกิดการพลิกผันหรือเปลี่ยนแปลงเรื่องราวได้ เมื่อปมปัญหาถึงจุดแตกหัก ก็จะเข้าสู่ขั้นตอนภาวะคลี่คลาย ปมปัญหา หรือข้อขัดแย้งได้รับการแก้ไขจนเสร็จสิ้น และนำมาสู่ขั้นของบทสรุปหรือการยุติเรื่องราวที่ทุกอย่างตั้งแต่เริ่มได้เสร็จสิ้นลงแล้ว

2. แก่นเรื่อง (Theme)

J.S.R. Goodland (1971, อ้างถึงใน อุมภาพร มะโรณี, 2551) ได้แบ่งประเภทของแก่นเรื่องออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่

2.1 Love Theme แก่นเรื่องเกี่ยวกับความรัก ทั้งความรักของคนหนุ่มสาวหรือคู่สมรส รวมไปถึงความรักของคนในครอบครัวด้วย โดยจะเน้นไปที่จุดเริ่มต้นของความสัมพันธ์ว่าเริ่มต้น

ได้อย่างไร มีอุปสรรคอะไรบ้างที่เข้ามาข้องเกี่ยวกับความสัมพันธ์ และสุดท้ายความสัมพันธ์นี้จะจบลงอย่างไร

2.2 Morality Theme แก่นเรื่องเกี่ยวกับศีลธรรมจรรยา โดยเนื้อเรื่องจะเกี่ยวข้องกับหลักศีลธรรมอันดีของสังคม เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของการทำความดี อันเป็นสิ่งที่คนในสังคมยอมรับร่วมกันและปรารถนาที่จะพบเห็น รวมถึงเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงผลที่ตามมาของการทำดีหรือทำชั่วของตัวละคร

2.3 Idealism Theme แก่นเรื่องที่จะแสดงให้เห็นถึงตัวละครที่มีความมานะอุตสาหะที่จะกระทำการบางอย่างให้สำเร็จลุล่วงตามที่ตนปรารถนา โดยตัวละครประเภทนี้มักจะเป็นนักปฏิวัติ ที่มีอุดมการณ์ชาตินิยม เสรีนิยม นักบวช หรือศิลปิน นำเสนออารมณ์ที่รุนแรงหรือเป็นปฏิปักษ์ต่อสิ่งที่สังคมเป็นอยู่ ซึ่งเป็นบุคลิกที่แตกต่างจากบุคคลทั่วไปในสังคมอย่างชัดเจน

2.4 Power Theme แก่นเรื่องเกี่ยวข้องกับอำนาจ นำเสนอภาพของความขัดแย้งกันระหว่างบุคคลหรือกลุ่มคน ที่มีความคาดหวังและปรารถนาในสิ่งเดียวกัน เช่น อำนาจหน้าที่ อาณาเขต ความขัดแย้งระหว่างบุคคล หรือความขัดแย้งระหว่างชนชั้น รวมไปถึงการต่อสู้กับอุปสรรคต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและได้มาซึ่งอำนาจ

2.5 Career Theme แก่นเรื่องจะสะท้อนให้เห็นถึงบุคคลที่เพียรพยายามทำงานอย่างหนักเพื่อให้ตนเองประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน โดยมีเป้าหมายหลัก คือ เพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จส่วนตัว ซึ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของสังคม สถาบัน หรือประเทศชาติแต่อย่างใด ตัวละครมีความจำเป็นที่จะต้องฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ เพื่อให้ตนเองบรรลุเป้าหมายที่ตั้งใจไว้

2.6 Outcast Theme แก่นเรื่องเกี่ยวข้องกับคนในสังคมที่มีวิถีชีวิตที่แตกต่างจากคนทั่วไปในสังคมหรือเป็นบุคคลที่สังคมไม่ยอมรับ อาทิ คนพิการ นักโทษ โสเภณี หรือเด็กกำพร้า เป็นต้น โดยการดำเนินเรื่องจะสะท้อนให้เห็นถึงสิ่งที่บุคคลเหล่านี้ต้องเผชิญและสิ่งที่ผู้คนในสังคมปฏิบัติต่อพวกเขา

3. ความขัดแย้ง (Conflict)

G.Muller & J.Williams (1985 อ้างถึงใน ขจิตขวัณ กิจวิสาละ, 2564) นิยามเอาไว้ว่า เรื่องเล่าคือผสานเรื่องราวบนความขัดแย้ง โดยที่โครงเรื่องจะทำหน้าที่ลำดับเหตุการณ์ พฤติกรรม หรือการกระทำของตัวละคร ซึ่งเหตุการณ์หรือพฤติกรรมนั้นจะมีการพัฒนาขึ้นมาจากความขัดแย้งนี้เอง

นอกจากนี้ ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในเรื่องเล่า มักจะเป็นความขัดแย้งระหว่างตัวละครที่มีความปรารถนาที่ตรงข้ามกัน เกิดความไม่ลงรอยกันทางความทัศนคติ พฤติกรรม การแสดงออก หรือความต้องการ ซึ่งความขัดแย้งสามารถแบ่งได้ 3 ประเภท ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2552)

3.1 ความขัดแย้งภายในจิตใจ เป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของตัวละคร อันเป็นผลทำให้ตัวละครเกิดความสับสนและลำบากใจในการตัดสินใจหรือดำเนินชีวิตต่อไป

3.2 ความขัดแย้งระหว่างคนกับคน หรืออีกนัยหนึ่งคือความขัดแย้งระหว่างกลุ่มบุคคล เป็นรูปแบบความขัดแย้งหลักของเรื่องเล่าทั่วไป ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความไม่ลงรอยกันระหว่างตัวละคร 2 ตัว เช่น ตัวละครพระเอกกับตัวลอร์ดร้าย หรือความไม่ลงรอยกันระหว่างกลุ่มคน 2 กลุ่ม เช่น กลุ่มอนุรักษ์นิยมกับกลุ่มเสรีนิยม อันเป็นผลมาจากความคิดเห็นหรือจุดยืนที่แตกต่างกัน

3.3 ความขัดแย้งระหว่างคนกับสังคม ความขัดแย้งประเภทนี้จะเป็นความขัดแย้งระหว่างบุคคลกับกฎระเบียบหรือโครงสร้างของสังคม เช่น การต่อสู้กับความเชื่อของคนในสังคม โครงสร้างของระบบเศรษฐกิจและการเมืองหรือความเชื่อทางศาสนา เป็นต้น โดยคู่ขัดแย้งตรงข้ามมักจะมีอำนาจมากกว่าคู่ขัดแย้งที่เป็นบุคคลด้วยกันเอง

3.4 ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับพลังภายนอก ในที่นี้หมายถึง ความขัดแย้งด้านสภาพแวดล้อมหรือพลังเหนือธรรมชาติ ซึ่งสามารถพบความขัดแย้งประเภทนี้ได้ในเรื่องเล่าบางประเภท (Genre) เช่น หนังสื หนังสืหายณะภัยพิบัติ หรือหนังสืแนววิทยาศาสตร์ (Sci-Fi) เป็นต้น

4. ตัวละคร (Character)

ตัวละคร หมายถึง ผู้กระทำและผู้ที่ได้รับผลจากการกระทำ โดยตัวละครที่ดีจะต้องมีพัฒนาการ คือ มีการเปลี่ยนแปลงความคิด อุปนิสัย ตลอดจนทัศนคติและการกระทำ โดยที่การ

เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะต้องไม่ขัดกับหลักของเหตุผลและความเป็นจริง (อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์, 2558) โดยประเภทของตัวละคร สามารถจำแนกออกได้เป็นหลายรูปแบบ ดังนี้

4.1 จำแนกตัวละครตามลักษณะนิสัย ตามแนวคิดของ E.M.Foster (อ้างถึงใน จุฑามาศ สาคร, 2561) สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

- **ตัวละครมิติเดียว (Flat Character)** เป็นตัวละครที่ไม่มีความซับซ้อน มีลักษณะนิสัยประจำตัวเพียงด้านเดียว เช่น เป็นคนดี หรือคนเลว เพียงอย่างเดียว ซึ่งผู้ชมจะสามารถรับรู้และเจาะจงได้อย่างชัดเจนว่าเป็นตัวละครดีหรือร้าย

- **ตัวละครหลายมิติ (Round Character)** เป็นตัวละครที่มีความซับซ้อน มีลักษณะนิสัยหลากหลายในตัวคนเดียว ซึ่งคล้ายกับลักษณะของคนในชีวิตจริงที่มีหลากหลายความรู้สึก มีความนึกคิดเหมือนปุถุชนทั่วไป เป็นลักษณะของตัวละครที่สามารถพบเจอได้ในชีวิตจริง

4.2 จำแนกตามบุคลิกภาพและพฤติกรรมของตัวละคร โดยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

- **ตัวละครประเภทคงที่ (Static Character)** เป็นตัวละครที่มีพฤติกรรมและบุคลิกภาพไม่เปลี่ยนแปลง คงที่และคงเดิมตั้งแต่ต้นจนจบเรื่อง ไม่ว่าจะในสถานการณ์หรือเหตุการณ์ จะเปลี่ยนแปลงไปก็ตาม

- **ตัวละครประเภทพลวัต (Dynamic Character)** เป็นตัวละครที่มีพฤติกรรมและบุคลิกภาพเปลี่ยนแปลงไปตามเหตุการณ์ สถานการณ์ สภาพแวดล้อม หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้น ตัวละครจะมีความสมจริงคล้ายคลึงกับมนุษย์มากกว่าประเภทแรก

5. ฉาก (Setting)

ฉาก หมายถึง สถานที่ที่เกิดเหตุการณ์ในเรื่อง อันหมายรวมถึง เวลาและสภาพสิ่งแวดล้อมด้วย ซึ่งฉากจะทำให้ทราบว่าเหตุการณ์หรือเรื่องราวเกิดขึ้นที่ไหนและเมื่อไหร่ ฉากจึงนับว่าเป็นหนึ่งองค์ประกอบสำคัญของเรื่องเล่า เนื่องจากมีความสัมพันธ์ในการกำหนดบุคลิกของตัวละคร

บทสนทนา และบรรยากาศภายในเรื่อง โดยฉากในการเล่าเรื่องประกอบด้วย 3 ส่วน (รักศานต์ วิวัฒน์ สีนอุดม, 2558) ได้แก่

5.1 ยุคสมัย (Period) เป็นการกำหนดว่าเรื่องเล่านั้นอยู่ในโลกหรือยุคสมัยใด เช่น ยุคปัจจุบัน อดีต อนาคต หรือในโลกของจินตนาการที่ไม่สามารถบ่งบอกได้ว่าสถานที่นั้นอยู่ในยุคสมัยใด

5.2 เวลาหรือช่วงเวลา (Time of Duration) เวลาที่มีความหมายเช่นเดียวกันกับ ช่วงเวลา โดยหมายถึง ช่วงเวลาที่เกิดเรื่องราวนั้นมีระยะเวลาเท่าใด หรือเริ่มต้นขึ้นตั้งแต่เวลาใดและ สิ้นสุดเหตุการณ์ ณ เวลาไหน โดยอาจจะใช้ระยะเวลายาวนานเป็นศตวรรษ ปี เดือน วัน ชั่วโมง หรือ เทียบเท่ากับเวลาจริงที่เกิดขึ้น (Real Time)

5.3 สถานที่ (Location) หมายถึง สถานที่ที่เกิดเรื่องราว ซึ่งต้องมีความชัดเจนทาง ภูมิศาสตร์ เช่น ในห้องของอาคาร ในบ้าน ในเมือง บนถนน บนเครื่องบิน หรือบนยานอวกาศ เป็นต้น

ัญญา สังขพันธานนท์ (1996, อ้างถึงใน อุมพร มะโรณี, 2551) ได้สรุปประเภทของฉาก ในเรื่องเล่าเอาไว้ 5 ประเภท ดังนี้

- ฉากที่เป็นธรรมชาติ ได้แก่ สภาพแวดล้อมที่อยู่รอบตัวละคร เช่น ป่าไม้ ทุ่งหญ้า ลำธาร เป็นต้น
- ฉากที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ ได้แก่ อาคารบ้านเรือน เครื่องใช้ในครัว หรือสิ่งประดิษฐ์ที่ใช้อำนวยความสะดวกต่างๆ
- ฉากที่เป็นช่วงเวลาหรือยุคสมัย ได้แก่ ช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ตามท้องเรื่อง
- ฉากที่เป็นการดำเนินชีวิตของตัวละคร หมายถึง สภาพวิถีการดำเนินชีวิต หรือกิจวัตรประจำวันของตัวละคร ท้องถิ่น หรือของชุมชนที่ตัวละครอาศัยอยู่ภายในเรื่อง
- ฉากที่เป็นสภาพแวดล้อมเชิงนามธรรม หมายถึง สภาพแวดล้อมที่ไม่สามารถจับต้องได้ โดยเป็นสภาพแวดล้อมที่มีลักษณะของความเชื่อ หรือความคิดของคน เช่น ค่านิยม ธรรมเนียม ประเพณี เป็นต้น

6. บทสนทนา (Dialogue)

บทสนทนา หมายถึง คำพูดที่ตัวละครใช้ในการสื่อสารหรือตอบโต้กัน ซึ่งบทสนทนาจะมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการกำหนดบุคลิกของตัวละคร ในขณะที่เดียวกันลักษณะคำพูดที่ใช้ในการสนทนายังเป็นตัวช่วยในการบอกช่วงเวลาหรือยุคสมัยของเรื่องเล่าได้อีกด้วย

นิตาชล เตไชยกุล (2547) ได้อธิบายถึงหน้าที่ของบทสนทนาไว้ดังนี้

1. บทสนทนาจะเป็นตัวช่วยสื่อสารข้อมูลระหว่างตัวละครต่างๆ ในเรื่องเล่า ซึ่งจะช่วยให้เรื่องดำเนินต่อไปได้
2. บทสนทนาจะเป็นตัวบอกสภาวะอารมณ์ของตัวละคร เป็นการแสดงให้เห็นว่าขณะนั้นตัวละครอยู่ในสภาวะอารมณ์ที่ปกติหรือไม่ปกติ เช่น ตัวละครอยู่ในอารมณ์เศร้า โกรธ ดีใจ หรือเสียใจ ฯลฯ
3. บทสนทนาจะช่วยสะท้อนบุคลิกลักษณะของตัวละครที่ผู้เขียนบทได้มีการออกแบบไว้ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น
4. บทสนทนาจะช่วยเปิดเผยปมความขัดแย้งของเรื่องเล่าหรือตัวละคร
5. บทสนทนาจะช่วยทำให้บรรยากาศของเรื่องเล่ามีความตึงเครียดได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

7. มุมมองในการเล่าเรื่อง (Point of View)

ฉลองรัตน์ ทิพย์พิมาน (1996, อ้างถึงใน อุมาพร มะโรณี, 2551) อธิบายถึงมุมมองการเล่าเรื่องไว้ว่า “การเล่าเรื่อง” หรือจุดยืนในการเล่าเรื่อง คือการมองเหตุการณ์และเข้าใจพฤติกรรมของตัวละครในเรื่องผ่านสายตาของตัวละครหรือผู้เล่าเรื่อง ซึ่งจุดยืนในการเล่าเรื่องจะมีความสำคัญต่อการเล่าเรื่องเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นตัวแทนของผู้ชม สามารถชักจูงให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมและเป็นส่วนหนึ่งไปกับเรื่องเล่าได้

มุมมองการเล่าเรื่องแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้ (Louise Ginannetti, 1988 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2552)

1. ผู้เล่าเรื่องเป็นบุรุษที่หนึ่ง (The First-Person Narrator) เป็นวิธีการเล่าเรื่องที่ตัวละครเอกของเรื่องเป็นผู้เล่าเอง โดยจุดเด่นของการที่ตัวละครเอกเป็นผู้เล่าเรื่องก็คือ ทำให้ข้อมูลที่นำเสนอมีความใกล้ชิดกับเหตุการณ์ สามารถบอกเล่าความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ของตัวละครเอกได้อย่างชัดเจน แต่ข้อจำกัดคือ อาจจะมีอคติของผู้เล่าปนอยู่เพราะมองจากมุมมองเดียวเท่านั้น

2. ผู้เล่าเรื่องบุรุษที่สาม (The Third-Person Narrator) เป็นการเล่าเรื่องผ่านมุมมองจากตัวละครอื่นๆ ที่ไม่ใช่ตัวละครเอกมาเล่าถึงเหตุการณ์ที่ได้ประสบและมีโอกาสได้เข้าไปเกี่ยวข้อง จุดเด่นของการเล่าเรื่องแบบบุรุษที่สาม คือ ความอคติที่มีต่อเรื่องเล่าลดน้อยลง แต่ก็จะมีข้อจำกัดในเรื่องของการที่ผู้เล่าไม่สามารถล่วงรู้ความรู้สึกนึกคิดหรืออารมณ์ของตัวละครเอกได้ เนื่องจากมีฐานะเป็นเพียงพยานที่พบเห็นเหตุการณ์หรือเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์เท่านั้น

3. การเล่าเรื่องจากมุมมองที่เป็นกลาง (The Objective Narrator) เป็นมุมมองการเล่าเรื่องจาก “บุคคลนอก” โดยมีหน้าที่ในการสังเกตและรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยความเป็นกลาง ไม่มีการชี้นำหรือชักจูงความคิดเห็นแต่อย่างใด เป็นการปล่อยให้ผู้ชมได้มีโอกาสที่จะตัดสินเหตุการณ์ด้วยตนเอง ซึ่งจะแตกต่างจากมุมมองการเล่าเรื่องแบบบุรุษที่สาม ที่จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ และมักเล่าเรื่องผ่านชุดความคิดเห็นของตน จุดเด่นคือมีความเป็นกลางสูง แต่ข้อจำกัดคือ ผู้ชมจะไม่สามารถเข้าใจอารมณ์ความรู้สึก ความคิดในจิตใจของตัวละครได้อย่างลึกซึ้ง

4. การเล่าเรื่องแบบผู้รอบรู้ (The Omniscient) เป็นการเล่าเรื่องที่มีจุดรวมทั้ง 3 แบบข้างต้นที่กล่าวมา คือ อาจจะเป็นบุรุษที่หนึ่ง บุรุษที่สาม หรือมุมมองที่เป็นกลาง โดยในการเล่าเรื่องแบบผู้รอบรู้จะมีลักษณะพิเศษคือ ผู้เล่าจะมีลักษณะของการหยั่งรู้ไปหมดทุกอย่าง ทั้งความคิด ความรู้สึก หรือจิตใจของตัวละคร กระทั่งหยั่งรู้ไปถึงกาลข้างหน้าหรือเหตุการณ์ในอดีต โดยจุดเด่นคือทำให้ผู้ชมเข้าใจเรื่องราวได้มากกว่าหรือเร็วกว่าตัวละครในเรื่อง

8. สัญลักษณ์พิเศษ (Special Symbol) เป็นการใช้สัญลักษณ์ในการสื่อความหมายทั้งในรูปแบบของคำพูดและภาพ โดยสัญลักษณ์พิเศษที่พบในละครแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. สัญลักษณ์ทางภาพ คือ องค์ประกอบของเรื่องที่ถูกนำเสนอซ้ำๆ โดยที่สัญลักษณ์ทางภาพเป็นได้ทั้งภาพเดี่ยวหรือภาพกลุ่ม

2. สัญลักษณ์ทางเสียง คือ เสียงต่างๆ ที่ถูกใช้เพื่อสื่อถึงความหมายอื่นๆ อาจเพื่อต่อย้ำจากภาพหรือเปรียบเทียบกับภาพเพื่อให้ได้ความหมายที่ต่างไป

จากแนวคิดการเล่าเรื่องในข้างต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงประโยชน์ในการนำมาใช้วิเคราะห์การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up ได้ โดยอาศัยองค์ประกอบการเล่าเรื่องเป็นหลักในการศึกษา เพื่อให้เห็นถึงรายละเอียดและสร้างความเข้าใจองค์ประกอบต่างๆ ของเรื่องเล่าในซีรีส์ได้มากยิ่งขึ้น

2. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ

ธุรกิจวิสาหกิจเริ่มต้น หรือ “ธุรกิจสตาร์ทอัพ” เป็นรูปแบบธุรกิจเกิดใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในแวดวงธุรกิจ จนกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยในบทนี้ผู้วิจัยจะอธิบายถึงลักษณะทั่วไปธุรกิจสตาร์ทอัพ และตัวอย่างของธุรกิจสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จอย่างพอสั่งเขบ

2.1 นิยามของธุรกิจสตาร์ทอัพ

Steve Blank (Innovative Startup, 2560) บิดาแห่งสตาร์ทอัพ นิยามเอาไว้ว่า “ธุรกิจสตาร์ทอัพ” คือ กิจการที่ตั้งขึ้นเพื่อค้นหาโมเดลธุรกิจ (business model) ที่ทำซ้ำได้ (repeatable) และขยายตัวได้ (scalable) (*a startup is an organization formed to search for a repeatable and scalable business model*)

ศุจิมาลย์ สุวรรณโรจน์ และคณะฯ (2017, อ้างถึงใน อายุส ยวรี, 2560) กล่าวไว้ว่า “ธุรกิจสตาร์ทอัพ” มีแนวคิดเริ่มต้นจากศูนย์กลางเทคโนโลยีอย่างซิลิคอนแวลลีย์ ที่เริ่มต้นจากการสร้างนวัตกรรมในโรงรถยนต์ จากนั้นก็มีการเติบโตอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด (Exponential) มิใช่การเติบโตแบบเส้นตรง (Linear) แบบทั่วไป เนื่องด้วยเงินลงทุนจากกลุ่มธุรกิจที่ร่วมลงทุนด้วย (Venture Capital) กลุ่มธุรกิจที่ได้ชื่อว่าเป็นตำนานแห่งซิลิคอนแวลลีย์ ซึ่งเหล่านี้ล้วนเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความ

เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีหรือไอที และให้บริการด้านเทคโนโลยีขนาดใหญ่ที่ทั่วโลกรู้จักกันเป็นอย่างดี อาทิ บริษัทที่ให้บริการด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่าง Facebook, Twitter, Instagram ฯลฯ โดยรูปแบบของการดำเนินธุรกิจทั้งหมดนี้เรียกว่า “Startup” หรือ “Tech Startup”

2.2 ระดับขั้นการลงทุนของธุรกิจสตาร์ทอัพ

แหล่งเงินทุน (Startup Funding) คือ ตัวชี้วัดสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพเติบโตและไปต่อได้ โดยวงจรการเติบโตของธุรกิจสตาร์ทอัพมี (Startup Funding Lifecycle) หลายขั้นบันได (Stage) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. ระยะเริ่มต้น (Seed Round)

ในระยณะนี้ กลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพที่เหล่านักลงทุนให้ความสนใจ คือ กลุ่มที่กำลังริเริ่มจัดตั้งบริษัท (Basic & Early Stage) และมีการระดมไอดีเพื่อคิดค้นสินค้าหรือบริการที่อยากจะพัฒนาเข้าสู่ตลาด เม็ดเงินในการลงทุนจึงเป็นจำเป็นมากในระยณะนี้ เนื่องจากต้องใช้เงินทุนจำนวนมากไปกับการทำวิจัยตลาด (Market Research) การจ้างผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในช่วงต้น (Early Product Development) โดยแหล่งเงินทุนในระยณะ Seed Round จะมาจากหลายแหล่งช่องทาง อาทิ เพื่อนและครอบครัว การระดมทุนจากมวลชน (Crowdfunding) นักลงทุนเทวดา (Angel Investor) หรือสถาบันเงินร่วมลงทุน (Venture Capital) จำนวนเงินที่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพในระยณะนี้จะได้รับจะอยู่ที่ประมาณ 1-60 ล้านบาท โดยผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพต้องสร้างความน่าเชื่อถือแก่เหล่านักลงทุน มีแผนงานชี้แจงว่าจะนำเงินทุนที่ได้รับไปใช้เพื่อพัฒนา คิดค้น และดำเนินการอย่างไร เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักลงทุน ว่าเงินทุนที่ได้ลงทุนไปจะมีโอกาสเติบโตคู่ไปกับธุรกิจ

เนื่องจากในระยณะ Seed Round จะประกอบไปด้วยกลุ่มบริษัทสตาร์ทอัพที่มีมูลค่าแตกต่างกัน จึงมีการแบ่งย่อยกลุ่มธุรกิจในระยณะ Seed Round ออกเป็น 3 กลุ่มย่อย ดังนี้

1.1 Pre-Seed Funding เป็นขั้นที่เริ่มต้นจากไอเดียในการทำธุรกิจ (Business Idea) โดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพจะเข้าไปเสนอแผนธุรกิจแก่นักลงทุน ถือเป็นระยะที่มีการคิดหาทางออก (Solutions) ที่จะมาแก้ไขปัญหา (Pain Point) บางอย่างของกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ

1.2 Seed Funding ในขั้นนี้จะขั้นที่มีการเริ่มลงมือสร้างธุรกิจสินค้าหรือบริการไปบ้างแล้ว โดยสินค้าและบริการในขั้นนี้จะอยู่ในช่วงทดลองกับตลาดกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อนำมาวิจัยและปรับปรุงสินค้าและบริการ เพื่อพัฒนาให้สินค้าและบริการตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

1.3 Pre-A Funding เป็นขั้นตอนที่ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพจัดเตรียมแผนการตลาด เพื่อต่อยอดและยกระดับกิจการ จึงนับว่าเป็นขั้นที่สำคัญที่สุดที่นักลงทุนจะตัดสินใจเข้าร่วมลงทุนและถือหุ้นในธุรกิจสตาร์ทอัพนั้นๆ เพื่อช่วยให้ธุรกิจสตาร์ทอัพเข้าสู่ตลาดในวงกว้าง มีการสร้างรายได้และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาใช้สินค้าและบริการ

2. ระยะเติบโต (Series A, B, C)

2.1 Series A Funding ถือเป็นระยะเติบโตที่ผู้ประกอบการมีความจำเป็นต้องหาเงินทุนในการพัฒนาเพิ่ม ต้องแสดงให้เห็นแล้วว่า Business Model ของบริษัทได้มีการนำไปใช้จริงและมีศักยภาพเพียงพอที่จะลงทุนต่อ หรือต้องสร้างผลิตภัณฑ์ตัวอย่างขั้นน้อยที่สุด (Minimum Viable Product = สินค้าเกรดต่ำที่สุดที่ลูกค้ายังคงเต็มใจจ่ายเงินซื้อ) โดยแหล่งเงินทุนสนับสนุนส่วนใหญ่มักมาจากกลุ่มสถาบันเงินร่วมลงทุน (Venture Capital: VC) หรือนักลงทุนเทวดา (Angel Investor) ซึ่งเงินทุนในขั้นนี้จะเป็นการให้เพื่อใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าหรือบริการให้กลายเป็นเวอร์ชันที่สมบูรณ์ที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่มากขึ้น พร้อมทั้งขยายกลุ่มเป้าหมายทางการใหม่ในอนาคต

2.2 Series B Funding หลังจากธุรกิจสตาร์ทอัพได้รับเงินทุนจากกลุ่มสถาบันเงินร่วมลงทุนแล้ว ก็จะนำเงินทุนที่ได้ไปพัฒนาและปรับขยายธุรกิจหรือฐานกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดให้ใหญ่ขึ้น ซึ่งโดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในขั้นนี้จะนำเงินลงทุนไปซื้อธุรกิจที่มีการดำเนินกิจการคล้ายคลึงกัน (Buying-out Business) เพื่อให้เกิดการต่อยอดธุรกิจอย่างรวดเร็ว

2.3 Series C ธุรกิจสตาร์ทอัพในขั้นนี้ จะเป็นขั้นของการขยายฐานทางการตลาด และขนาดของธุรกิจในระดับนานาชาติ ในบางกรณีอาจมีการเสนอขายหุ้นให้กับประชาชนในภูมิภาค นั้นๆ หรือผลักดันบริษัทให้เข้าตลาดหลักทรัพย์ (IPO) ซึ่งการที่ธุรกิจสตาร์ทอัพในขั้น Series C จะต้องมีการแข่งขันการนำเสนอบริษัท (Startup Pitching) เพื่อให้ได้รับการระดมทุนสนับสนุน (Startup Funding) จากกลุ่มสถาบันเงินร่วมลงทุนขนาดใหญ่

2.1.3 รูปแบบแหล่งเงินทุนของธุรกิจสตาร์ทอัพ

Baehr, E. and E. Loomis (2560) ได้กล่าวไว้ว่า ทุกช่วงระยะเวลาการเติบโตของธุรกิจสตาร์ทอัพ การระดมทุนมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาสินค้าหรือบริการให้มีศักยภาพมากที่สุด รวมไปถึงถึงการขยายฐานทางการตลาดไปสู่ระดับนานาชาติ ซึ่งในแต่ละระยะจะมีความต้องการและรูปแบบของแหล่งเงินทุนที่แตกต่างกัน ได้แก่ โครงการบ่มเพาะสตาร์ทอัพ (Accelerator) การระดมทุนจากมวลชน (Crowdfunding) นักลงทุนเวทาดา (Angel Investor) กลุ่มสถาบันเงินร่วมลงทุน (Venture Capital)

1. โครงการบ่มเพาะสตาร์ทอัพ (Accelerator)

โครงการบ่มเพาะสตาร์ทอัพ คือ โครงการที่ช่วยบ่มเพาะ ชัดเกล้าแนวคิดหรือไอเดีย ผ่านการให้คำแนะนำและช่วยเหลือจากนักพัฒนาผู้เชี่ยวชาญ เปรียบเสมือนเป็นพื้นที่ปรึกษาทางธุรกิจ ในด้านต่างๆ ทั้งด้านการตลาด การเงิน และกฎหมายต่างๆ อีกทั้งโครงการบ่มเพาะสตาร์ทอัพยังทำให้กลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพเข้าถึงนักลงทุน ผู้จำหน่าย ผู้จัดหา และบุคคลที่อาจกลายมาเป็นผู้ร่วมก่อตั้ง โดยที่บริษัทมักต้องแบ่งหุ้นส่วนเพื่อแลกเปลี่ยนกับเครือข่ายสายสัมพันธ์ที่โครงการมอบให้ เหมาะกับธุรกิจสตาร์ทอัพช่วงเริ่มต้นหา และมองหาแหล่งทุนและบุคลากรในการก่อตั้งบริษัท

ข้อดีของโครงการบ่มเพาะสตาร์ทอัพ คือ การเข้าร่วมโครงการจะช่วยฝึกฝนและเพิ่มพูนทักษะด้านธุรกิจ เพิ่มโอกาสและความเป็นไปได้ในการลงทุน

ข้อเสีย คือ อาจจะไม่ได้รับเงินทุนเลยในทันที มีราคาที่ต้องจ่ายสูง เนื่องจากโครงการหลายที่ธุรกิจสตาร์ทอัพจะต้องให้หุ้นจำนวนเปอร์เซ็นต์สูง เพื่อแลกกับเงินลงทุนจำนวนน้อย

2. การระดมทุนจากมวลชน (Crowdfunding)

การระดมทุนจากมวลชน คือ การระดมทุนจากบุคคลทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นครอบครัวหรือเพื่อนฝูง เป็นรูปแบบการระดมทุนที่เหมาะสมกับธุรกิจสตาร์ทอัพขนาดเล็กหรือธุรกิจสตาร์ทอัพที่กำลังเริ่มต้นแต่ยังขาดเงินทุนในการพัฒนา ซึ่งแหล่งเงินทุนรูปแบบการระดมทุนจากมวลชนนี้ ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหาให้กับธุรกิจสตาร์ทอัพขนาดเล็กที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนขนาดใหญ่ได้เหมาะสมสำหรับกลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพในช่วงเริ่มต้นและกำลังหาเงินทุนในการตั้งตัว ซึ่งการระดมทุนจากมวลชนจะมีด้วยกัน 4 รูปแบบ (AIS The StartUp, 2563) ได้แก่

- Reward-based Crowdfunding หากผู้สนับสนุนช่วยกันระดมทุนจนโครงการหรือธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ หรือถึงเป้าหมายตามที่กำหนด ผู้สนับสนุนก็จะได้รับสิทธิประโยชน์ตอบแทนกลับไป เช่น ได้รับสินค้าหรือได้ทดลองใช้บริการของโครงการที่สนับสนุนเป็นกลุ่มแรก เป็นต้น

- Donation-based Crowdfunding การระดมทุนในรูปแบบของการรับบริจาค เพื่อนำเงินทุนที่ได้ไปใช้พัฒนาสินค้าหรือบริการตามวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยที่ผู้บริจาคจะไม่ได้รับสิ่งตอบแทนใดๆ กลับไปเลย

- Equity-based Crowdfunding การระดมทุนด้วยการเข้าหุ้น โดยผู้สนับสนุนจะได้กรรมสิทธิ์ในการถือครองหุ้นในโครงการหรือธุรกิจสตาร์ทอัพนั้นๆ ตามสัดส่วนที่กำหนด อีกทั้งยังได้รับโอกาสที่จะได้รับผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอีกด้วย

- Lending-based Crowdfunding หรือ Peer-to-Peer Lending เป็นการระดมทุนผ่านการกู้ยืมจากผู้สนับสนุน โดยมีการกำหนดระยะเวลาในการชำระเงินคืนและจ่ายดอกเบี้ยให้แก่ผู้สนับสนุน

ข้อดีของการระดมทุนจากมวลชน คือ เป็นวิธีการหาเงินทุนที่ง่ายที่สุดและได้เงินทุนรวดเร็ว

ข้อเสีย คือ อาจได้รับเงินทุนไม่มากนัก อีกทั้งการลงทุนที่ไม่เป็นระบบระเบียบทำให้นักลงทุนบางคนไม่ยอมรับร่วมลงทุนด้วย อาจส่งผลเสียต่อการลงทุนรอบต่อไปในอนาคต และในบาง

กรณีความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนหรือครอบครัวอาจถูกทำลายจากข้อตกลงในการลงทุนหรือกู้ยืมที่ไม่เป็นธรรมหรือผิดพลาด

3. นักลงทุนเทวดา (Angel Investor)

นักลงทุนเทวดา คือ เหล่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มีตำแหน่งเป็นผู้นำบริษัทหรือนักธุรกิจมืออาชีพ และมักใช้เงินส่วนตัวลงทุนให้กับบริษัทสตาร์ทอัพต่างๆ ในช่วงเริ่มต้นการลงทุนของนักลงทุนเทวดาจึงมักเป็นไปด้วยความรวดเร็วและมีส่วนร่วมตัวมากกว่าการลงทุนโดยบริษัทลงทุน (Baehr, E. and E. Loomis, 2560)

ข้อดีของการลงทุนโดยนักลงทุนเทวดา คือ นักลงทุนเทวดามักลงทุนในอุตสาหกรรมที่ตนเองมีความเข้าใจและชำนาญ ซึ่งธุรกิจสตาร์ทอัพที่ได้ นักลงทุนเทวดาที่มีความชำนาญมาร่วมลงทุน ก็จะทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพง่ายต่อการพัฒนา และทำให้นักลงทุนคนอื่นๆ อยากเข้ามาร่วมลงทุนตาม

ข้อเสีย คือ นักลงทุนเทวดาเพียงคนเดียวอาจไม่เพียงพอให้ธุรกิจสตาร์ทอัพเติบโตและก้าวไปต่อ จึงจำเป็นต้องมีนักลงทุนเทวดาจำนวนมาก เพื่อระดมเงินทุนให้ได้เพียงพอต่อความต้องการของธุรกิจ ซึ่งบางครั้งอาจทำให้ควบคุมกลุ่มนักลงทุนเทวดาได้ยาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

4. กลุ่มสถาบันเงินร่วมลงทุน (Venture Capital)

คือ กลุ่มสถาบันที่นำเงินลงทุนเข้าไปร่วมถือหุ้นในธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งเจ้าของเงินทุนจะได้รับผลตอบแทนเป็นเปอร์เซ็นต์หุ้นส่วนในธุรกิจสตาร์ทอัพนั้นด้วย และเมื่อถึงเวลาที่ธุรกิจสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จและเริ่มมีรายได้ ก็จะมีการแบ่งกำไรตามสัดส่วนของผู้ถือหุ้น และเมื่อถึงเวลาที่จะทำการถอนหุ้นออกจากธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยความคาดหวังของกลุ่มสถาบันเงินร่วมลงทุน คือ ต้องการให้ธุรกิจที่เข้าไปร่วมลงทุนจดทะเบียนเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ เพื่อที่เมื่อทำการขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์แล้วจะทำให้ได้รับผลตอบแทนที่ค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับการลงทุนในสินทรัพย์การลงทุนอื่นๆ (นิภาพันธุ์ พูนเสถียรทรัพย์, 2565)

ข้อดีของการลงทุนโดยกลุ่มสถาบันเงินร่วมลงทุน คือ ได้เงินลงทุนจำนวนมาก สามารถขยายธุรกิจและฐานการตลาดได้รวดเร็ว อีกทั้งการได้รับการลงทุนจากกลุ่มสถาบันเงินร่วมลงทุน จะทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือธุรกิจมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

ข้อเสีย คือ สูญเสียอำนาจการควบคุม เนื่องจากกลุ่มบริษัทร่วมลงทุนมักจะมีอำนาจต่อรองมากกว่า

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up ที่มีลักษณะจำเพาะของข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ซึ่งผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญ และเชื่อว่าข้อมูลความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ ที่กล่าวไปในข้างต้น จะมีประโยชน์แก่ผู้วิจัยในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาการทำธุรกิจที่ปรากฏอยู่ในซีรีส์เรื่อง Start-Up

3. สถานการณ์ของธุรกิจสตาร์ทอัพในเกาหลีใต้และประเทศไทย

เกาหลีใต้

หลังจากเกาหลีใต้ประสบวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ เมื่อปี ค.ศ. 1997 ส่งผลให้เกาหลีใต้มองหาความมั่นคงทางเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ เพื่อเป็นทางเลือกในการฟื้นตัวจากการวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ เช่น การแสวงหาตลาดอุตสาหกรรมใหม่ๆ อย่างเช่น อุตสาหกรรมคอนเทนต์และวัฒนธรรม การให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม การส่งเสริมให้เกิดแรงงานแบบยืดหยุ่น หรือการเปิดให้บริษัทเงินร่วมลงทุน (Venture Capital) ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนด้านเงินทุนกับผู้ประกอบการใหม่ นอกเหนือจากการสนับสนุนจากรัฐบาล

จากรายงานของ World Bank: Ease of Doing Business 2020 (จักรกริช สังขมณี, 2563) ระบุว่า เกาหลีใต้จัดอยู่ในอันดับที่ 5 ของโลก ของการเป็นประเทศที่มีสภาวะโดยรวมเกื้อหนุนต่อการประกอบธุรกิจมากที่สุด โดยพิจารณาจากระบบนิเวศ (Ecosystem) ของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการจ้างงาน การขอใบอนุญาต การเข้าถึงสาธารณูปโภค การได้รับการสนับสนุนด้านสินเชื่อและเงินลงทุน รวมไปถึงมาตรการ กฎระเบียบและขั้นตอนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับรัฐบาล

3.1 นโยบายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสตาร์ทอัพในเกาหลีใต้

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพของเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จเช่นทุกวันนี้ นอกจากปัจจัยทางด้านศักยภาพของธุรกิจสตาร์ทอัพเองแล้ว การสนับสนุนจากภาครัฐก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยเกื้อหนุนและสนับสนุนธุรกิจสตาร์ทอัพของเกาหลีใต้ให้ประสบความสำเร็จด้วยเช่นกัน (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล)

โดยในปี ค.ศ. 1986 เกาหลีใต้มีการออกรัฐบัญญัติว่าด้วยการสนับสนุนการจัดตั้งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ถัดมาอีกสิบปี ในปี ค.ศ. 1996 รัฐบาลเกาหลีใต้ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานหลักด้านการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของเกาหลีใต้ (The Small and Medium Business Administration: SMBA) เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการนโยบายด้านธุรกิจ SMEs และมีการเปิดสำนักงานระดับภูมิภาคเพื่อผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการจากทั่วประเทศ และในปี ค.ศ. 2017 ภายใต้รัฐบาลของประธานาธิบดีมุนแจอิน ที่มีนโยบายหลักสำคัญ คือ “Growth on Innovation” ให้ความสำคัญกับการพัฒนาประเทศผ่านนวัตกรรม ก็ได้มีการยกระดับหน่วยงาน SMBA ขึ้นเป็นกระทรวงธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและสตาร์ทอัพ (Ministry of SMEs and Startups: MSS) (จักรกริช สังขมณี, 2563) ซึ่งทำหน้าที่ออกนโยบายและสนับสนุนระบบนิเวศของสตาร์ทอัพ โดยมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมนวัตกรรมและเทคโนโลยีให้มีศักยภาพทัดเทียมกับนานาชาติ มีการดำเนินงานภายใต้แผนที่จะสร้างเกาหลีใต้ให้เป็นประเทศสตาร์ทอัพ มีการสร้างบรรยากาศ พัฒนาโครงสร้าง และสร้างระบบนิเวศของประเทศให้เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยมีการดำเนินมาตรการต่างๆ ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล)

1. การเปิดตลาดหลักทรัพย์ KONEX (Korea New Exchange) ให้บริการแลกเปลี่ยนหลักทรัพย์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ร่วมทุนในการระดมทุนหรือรวบรวมเงินทุนก่อนที่จะเข้าจดทะเบียนใน KOSDAQ
2. ออกนโยบายส่งเสริมที่ช่วยให้กลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพเข้าถึงบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านไอทีมาร่วมงาน โดยเสนอให้ผู้ชายเกาหลีใต้สามารถทำงานเป็นนักพัฒนา (Developer) ในธุรกิจสตาร์ทอัพแทนการเข้ากรมตามที่กฎหมายกำหนด

3. ออกมาตรการเพิ่มเติมเพื่อช่วยผลักดันและสนับสนุนธุรกิจสตาร์ทอัพ เช่น จัดตั้งโปรแกรมสนับสนุนการจัดตั้งออฟฟิศ เนื่องจากค่าเช่าที่ในเกาหลีใต้มีราคาค่อนข้างสูง ภาครัฐจึงต้องยื่นมือเข้ามาช่วย โดยให้การสนับสนุนด้านค่าเช่า หรือการจัดตั้งโปรแกรมลดภาษีนิติบุคคลของธุรกิจสตาร์ทอัพและผ่อนคลायข้อกำหนดให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในการดำเนินธุรกิจ

ความสำเร็จและโอกาสในการพัฒนาธุรกิจสตาร์ทอัพของเกาหลีใต้ นอกเหนือจากการสนับสนุนด้านนโยบายแล้ว รัฐบาลเกาหลีใต้ยังให้การสนับสนุนทางด้านเงินทุนอย่างเต็มที่ เช่น โครงการ Technology Incubation Program (TIPS) ที่ให้เงินทุนสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) กับกลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพประมาณ 24 ล้านบาทต่อแห่ง โดยมีการคาดการณ์ว่า ภายในปี 2025 ยอดเงินทุนในการสนับสนุนธุรกิจสตาร์ทอัพของเกาหลีใต้จะสูงถึง 2.5 แสนล้านบาท อันเป็นงบประมาณส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและนวัตกรรมของเกาหลีใต้ นอกจากนี้รัฐบาลเกาหลีใต้ยังมีระบบที่เรียกว่า “Fund of Funds” เพื่อเงินทุนกับบริษัทร่วมลงทุน (Venture Capital) และโครงการบ่มเพาะสตาร์ทอัพ (Accelerator) กว่า 200 แห่ง เพื่อให้เกิดนักลงทุนรายใหม่ๆ ที่พร้อมจะลงทุนกับธุรกิจสตาร์ทอัพภายในประเทศ (Techsauce, 2562)

โดยมีหน่วยงานและองค์กรของรัฐบาลเกาหลีใต้อยู่หลายองค์กรที่ให้การสนับสนุนธุรกิจสตาร์ทอัพทั้งในด้านการหาเงินทุน พื้นที่ในการทำออฟฟิศ ผู้ร่วมลงทุน ที่ปรึกษาทางการตลาด กฎหมาย และการขยายธุรกิจสู่สากล (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ, 2563) เช่น

Korea Creative Content Agency (KOCCA) คือ หน่วยงานที่ให้องค์ความรู้ด้านการสร้างคอนเทนต์ และเป็นที่ปรึกษาให้แก่กลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพเกี่ยวกับการทำคอนเทนต์ในระยะเริ่มต้น โดย KOCCA จะให้การสนับสนุนประเภทสื่อบันเทิง เช่น เกม การ์ตูน ละคร ภาพยนตร์ และเพลง เป็นต้น

Small and Medium Business Corporation (SBC) คือ หน่วยงานที่นำนโยบายการส่งเสริมและกิจกรรมของภาครัฐ มาปรับใช้เพื่อการพัฒนาของ SME เกาหลีใต้ ให้การสนับสนุนธุรกิจสตาร์ทอัพในด้านการออกแบบธุรกิจ ให้คำแนะนำด้านการดำเนินงาน การกำหนดขนาดตลาดเพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน และเป็นแหล่งเงินทุนสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพระยะเริ่มต้น

K-Startup คือ หน่วยงานที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสตาร์ทอัพ จัดกิจกรรม K-Startup Grand Challenge ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขยายฐานผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพในเอเชีย และให้ส่งเสริมให้เกาหลีใต้กลายเป็นศูนย์กลางของธุรกิจสตาร์ทอัพ

Pangyo Techno Valley คือ หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนสตาร์ทอัพเกาหลีใต้ให้ไปสู่ระดับนานาชาติ เปรียบเสมือนซิลิคอนแวลลีย์ของเอเชีย เพราะเป็นที่ตั้งของบริษัทเทคโนโลยีชั้นนำของเกาหลีใต้กว่า 1,200 แห่ง เช่น NCSOFT Copr., Kakao, Nexon เป็นต้น

นอกเหนือจากความพยายามในการผลักดันสตาร์ทอัพผ่านนโยบายของภาครัฐและภาคเอกชนแล้ว เกาหลีใต้ยังเป็นประเทศที่ผลักดัน Soft power เพื่อขับเคลื่อนประเทศอย่างจริงจัง ด้วยการปลูกฝังค่านิยมผ่านอุตสาหกรรมบันเทิงของเกาหลี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสื่อประเภทละครโทรทัศน์ ที่มักจะมีการสอดแทรกความรู้ แนวคิด นโยบายการพัฒนาประเทศของภาครัฐ เพื่อกระตุ้นการตระหนักแก่ผู้ชมอยู่เสมอ โดยเกาหลีใต้มีความพยายามในการส่งเสริมการทำธุรกิจและสตาร์ทอัพผ่านสื่อละครโทรทัศน์หลายเรื่อง (AD ADDICT, 2564) เช่น Itawon Class (2020), Eccentric! Chef Moon (2020) หรือ Search WWW (2019) เป็นต้น ซึ่งนอกเหนือจากซีรีส์ที่กล่าวมา ยังมีซีรีส์เรื่อง “Start-Up (2020)” ที่นำเสนอเนื้อหาเจาะลึกเกี่ยวกับการทำธุรกิจเทคโนโลยี สตาร์ทอัพ โดยจุดมุ่งหมายของการสร้างสรรค์ซีรีส์ที่ถ่ายทอดเรื่องราวของการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ เพื่อต้องการที่จะปลดล็อกปัจจัยจุดรั้งที่ทำให้สตาร์ทอัพของเกาหลีใต้อยู่อยู่กับที่ และเปลี่ยนทัศนคติของคนรุ่นใหม่ที่ยังเชื่อว่าการทำงานในองค์กรใหญ่จะมีความมั่นคงในชีวิตมากกว่า รวมถึงไม่กล้าเสี่ยงที่จะลงมือทำธุรกิจของตัวเอง เพราะกลัวที่จะต้องเผชิญความล้มเหลว ซึ่งซีรีส์เรื่อง Start-Up ทำให้คนเข้าใจการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ และสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนรุ่นใหม่ให้หันมาทำสตาร์ทอัพกันมากขึ้น (Techsauce, 2563)

ประเทศไทย

จากสถิติของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2562) พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีสตาร์ทอัพมากกว่า 1,700 ราย และมีแนวโน้มจะส่งผลกระทบต่อการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศให้เติบโตขึ้นเรื่อยๆ เหล่านี้ลงทุนต่างชาติต่างจับตามองและให้ความสนใจในสตาร์ทอัพไทย รวมทั้งการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชนที่เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้สร้างสรรค์เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อพัฒนาบริการของตนเองผ่านโครงการบ่มเพาะสตาร์ทอัพ เพื่อยกระดับเศรษฐกิจและแก้ไขปัญหาความเป็นอยู่ของคนในประเทศให้ก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

จากรายงานการพัฒนาระบบนิเวศวิสาหกิจเริ่มต้นประเทศไทย ประจำปี 2564 โดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) พบว่า อุปสรรคสำคัญในการดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพไทยประกอบด้วย 4 ปัจจัย (Techsauce, 2564) ดังนี้

1. ความพร้อมของกำลังคน (Manpower Readiness) ผู้ก่อตั้งสตาร์ทอัพมักขาดทักษะด้านการบริหารจัดการองค์กร รวมไปถึงขาดแรงงานที่มีทักษะด้านเทคโนโลยี
2. แหล่งเงินทุน (Source of Funding) ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพไม่มีแผนการเงินและแผนการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน โดยเฉพาะแผนการประเมินมูลค่าธุรกิจในระยะยาว อีกทั้งนักลงทุนส่วนใหญ่ยังให้ความสนใจที่จะลงทุนเฉพาะในบางธุรกิจเท่านั้น ทำให้ธุรกิจสตาร์ทอัพที่ไม่ได้รับความนิยมนั้นจะหาทุนในการสนับสนุนยากขึ้นไปอีก อีกทั้งสตาร์ทอัพในระยะเริ่มต้นยังไม่ได้รับการส่งเสริมที่มากพอ จึงทำให้ไม่สามารถเข้าถึงวงเงินกู้ของธนาคาร เพื่อนำมาต่อยอดการทำธุรกิจได้
3. การหากลุ่มลูกค้าและการขยายธุรกิจ (Growth & Scalability) สตาร์ทอัพไทยยังขาดประสบการณ์ด้านการติดต่อกับกลุ่มลูกค้าระดับองค์กรขนาดกลางและขนาดใหญ่ ขาดความรู้เกี่ยวกับการทำการตลาดและการทำธุรกิจในต่างประเทศ ขาดทักษะด้านการวางแผนการเงินเพื่อหมุนเวียนหรือขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ
4. การสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Support from Government & Partners) ภาครัฐขาดนโยบายอย่างจริงจัง ในการผลักดันให้สตาร์ทอัพไทยให้สามารถเป็นผู้ประกอบการในระดับภูมิภาคได้ อีกทั้งภาครัฐควรสนับสนุนด้านเงินทุน การสร้างฐานความรู้ด้านวิจัย

และการส่งเสริมการพัฒนาเขตพื้นที่นำร่องย่านนวัตกรรม พร้อมผลักดันให้ประเทศไทยก้าวเข้าสู่รัฐดิจิทัล (Digital Government) และพัฒนาหลักเกณฑ์หรือระเบียบทางราชการให้มีความคล่องตัว โดยอาศัยการเข้าถึงบริการจากภาครัฐด้วยเทคโนโลยี (Gov Tech) เป็นตัวเชื่อมโยงและอำนวยความสะดวกในการทำงานแทนที่การติดต่อและเข้าถึงภาครัฐแบบเดิม ควบคู่ไปพร้อมกับเทคโนโลยีพลเมือง (Civic Tech) นำเทคโนโลยีมาเชื่อมความสัมพันธ์กับภาครัฐ ให้พลเมืองมีส่วนร่วมในการตัดสินใจนโยบายของรัฐบาลหรือปรับปรุงกระบวนการต่างๆ ให้เข้าถึงผลประโยชน์ของประชาชนได้

นอกจากนี้ คณะกรรมการวิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ ยังได้เสนอแนะแนวทางในด้านการใช้ความสามารถในการประกอบธุรกิจและแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมระบบนิเวศของสตาร์ทอัพไทย โดยแบ่งออกเป็น 4 แนวทาง คือ

1. สร้างความตระหนักรู้ (Build up awareness) การสร้างการรับรู้ เพื่อส่งเสริมให้สตาร์ทอัพไทยให้เติบโตขึ้น โดยสร้างศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนสื่อสารณะให้รับรู้และเข้าใจระบบนิเวศของธุรกิจสตาร์ทอัพมากยิ่งขึ้น

2. สร้างความง่ายต่อการทำธุรกิจ (Ease of doing business) ส่งเสริมและพัฒนาโครงการพื้นฐานสำหรับสตาร์ทอัพ ทั้งปรับปรุงแก้ไขข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพทั้งระยะเริ่มต้นและระยะยาว อีกทั้งการพัฒนาย่านนวัตกรรมเพื่อรองรับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ

3. สร้างความแข็งแกร่งให้กับระบบนิเวศ (Strengthen Ecosystem) ส่งเสริมการบ่มเพาะธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยเริ่มตั้งแต่การปฏิรูปการศึกษา เพื่อสนับสนุนการสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพในคนรุ่นใหม่ การวางแผนทางเพื่อส่งเสริมการพัฒนางานวิจัยเทคโนโลยีสำหรับอนาคต ไปจนถึงการสร้างสถาบันสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ

4. สร้างสิ่งกระตุ้นและการสนับสนุน (Incentives & Supports) ออกมาตรการสนับสนุนโดยภาครัฐ ในด้านการสนับสนุนการเงินและการคลังแก่เหล่าสตาร์ทอัพไทย การปรับปรุงกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับตลาดทุนให้เหมาะสมกับการพัฒนาและการเติบโตของสตาร์ทอัพ

ในปัจจุบันประเทศไทยมีทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุนและความช่วยเหลือต่างๆ และส่งเสริมระบบนิเวศให้กับสตาร์ทอัพไทยได้เติบโตขึ้นไปอีกขั้น (Disrupt) เช่น

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) คือ หน่วยงานที่ก่อตั้งโครงการ Open Innovation เพื่อให้การสนับสนุนด้านเงินลงทุนต่อยอดธุรกิจ และความรู้ต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมทักษะให้กับผู้ประกอบการ

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) คือ หน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มต้นทำธุรกิจสตาร์ทอัพรายใหม่ ช่วยลดภาระและอัตราเสี่ยงในด้านการลงทุนทางธุรกิจ เพื่อให้สตาร์ทอัพสามารถดำเนินกิจการบนพื้นฐานขององค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เศรษฐกิจดิจิทัล (depa) คือ หน่วยงานที่ให้เงินทุนสนับสนุน และจัดตั้งกองทุน Digital Startup Fund เพื่อรองรับและช่วยสนับสนุนสตาร์ทอัพโดยเฉพาะ

CU Innovation Hub คือ หน่วยงานสำหรับนักศึกษาที่สนใจเรียนรู้และพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ โดยระบบนิเวศ (Ecosystem) ของ CU Innovation Hub นั้น ประกอบด้วย 1) การวิจัยและการพัฒนา 2) การบ่มเพาะและการเร่งรัดนวัตกรรม 3) การอุทิศเพื่อสังคมและดำเนินการเชิงพาณิชย์

500 TukTuks คือ กองทุนเพื่อสตาร์ทอัพที่เน้นลงทุนในสตาร์ทอัพตั้งแต่ระดับ Seed stage จนถึงระดับ Series A ครอบคลุมตั้งแต่ประเทศไทยไปถึงระดับภูมิภาค CLMV ซึ่งได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม สิงคโปร์ อินโดนีเซีย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

โดยตลอดเวลาที่ผ่านมาประเทศก็มีความพยายามที่จะผลักดันธุรกิจสตาร์ทอัพให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ในปี 2561 มีภาพยนตร์เรื่อง “App War” จากค่าย T Moment ที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) บอกเล่าเรื่องราวคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และหวังจะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจเทคโนโลยี สตาร์ทอัพ โดยเป็นภาพยนตร์ไทยเรื่องแรกที่กำลังจะนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งในเวลานั้นการทำธุรกิจ “สตาร์ทอัพ” (Startup) ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักและนิยมในประเทศไทยเท่าในปัจจุบัน ถึงแม้ว่าภาพยนตร์จะไม่ได้ถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพออกมาได้อย่างสมบูรณ์ แต่ก็ถือว่าเป็นความแปลกใหม่ของอุตสาหกรรมบันเทิงไทยที่กำลังจะนำเสนอเนื้อหาใหม่ๆ ที่ต่างไปจากเดิม (Techsauce, 2561)

และในปีเดียวกัน Line TV ก็ร่วมมือกับ TV Thunder และ RISE (สถาบันเร่งสปีดนวัตกรรมองค์กรและสตาร์ทอัพ) สร้างสรรค์รายการเรียลลิตี้แนว Edutainment ในชื่อรายการ “Startup Star (ดาราร 4.0)” ซึ่งเป็นรายการที่ตีแผ่การทำธุรกิจ ผ่านการติดตามศิลปินหรือดาราไทยในการสร้างสรรค์ไอเดียธุรกิจ การเข้าอบรมเพื่อขัดเกลาแนวคิดในการทำธุรกิจ และการฟังข้อคิดเห็นจากเมนเทอร์ (Mentor) ชี้แนะในสายงานธุรกิจสตาร์ทอัพ จัดได้ว่าเป็นรูปแบบคอนเทนต์แนวใหม่ของไทย ที่เน้นให้ความบันเทิงพร้อมสอดแทรกแนวคิดในการทำธุรกิจไปในตัว (Techsauce, 2560)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดในข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าทั้งเกาหลีใต้และประเทศไทยต่างก็เล็งเห็นถึงความสำคัญของสตาร์ทอัพในการเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ โดยมีการสร้างนโยบายสนับสนุนธุรกิจสตาร์ทอัพทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อสร้างระบบนิเวศให้มีความพร้อมในการรองรับสตาร์ทอัพหน้าใหม่ที่จะเกิดขึ้น และในขณะเดียวกัน ก็มีการผลักดันสตาร์ทอัพผ่านสื่อบันเทิง ในรูปแบบของการเป็นสื่อ Edutainment ที่นอกเหนือจากให้ความบันเทิงแล้วยังให้ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการทำธุรกิจสตาร์ทอัพแก่ผู้ชมอีกด้วย

4. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

ตามหลักทฤษฎีการรับรู้สมัยใหม่ (อ้างถึงใน ธรรมจักร พรหมพ่าย, 2549) ได้อธิบายถึงทฤษฎีการรับรู้ไว้ว่า ผู้รับสารจะอยู่ในฐานะของผู้กระทำ (Active audience) มากกว่าที่จะเป็นผู้รับสารที่อยู่เฉย (Passive audience) ที่มีหน้าที่ในการซึมซับความหมายจากตัวสารเพียงอย่างเดียว กล่าวคือ ผู้รับสารย่อมมีปฏิริยาตอบโต้กับตัวสารโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการคิด การสร้างความหมาย (Meanings) การตีความ (Interpretations) และการประเมิน (Evaluation) ดังนั้นตัวสารที่ผู้ส่งสารคิดว่าได้มีการสร้างสรรค์ไว้อย่างดีแล้ว และสามารถโน้มน้าวให้ผู้รับสารตีความหมายได้ตามที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อ นั้น ในท้ายที่สุดแล้วผู้รับสารอาจจะไม่สามารถตีความสารได้ทั้งหมด เพราะทัศนคติและประสบการณ์การณ์ส่วนบุคคล รวมไปถึงปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ย่อมทำให้กระบวนการรับรู้ของมนุษย์มีความแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

บรรยงค์ โตจินดา (2543 อ้างถึงใน นิติพงศ์ มานะพงศ์, 2561) แสดงความคิดเห็นเอาไว้ว่า การรับรู้ หมายถึง การที่บุคคลสามารถตอบสนองต่อสิ่งที่เกิดขึ้น โดยแบ่งการรับรู้ออกเป็น 2 กิจกรรม คือ การรับรู้ในตัวสาร และความสามารถในการตีความหมายของสารตามความเข้าใจ

ภารดี เทพคายน อธิบายว่า การรับรู้ (Perception) หมายถึง ความสามารถในการตีความหมายจากประสาทสัมผัสของบุคคลนั้นๆ โดยการตีความจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การเรียนรู้ ทักษะ และค่านิยม ซึ่งการรับรู้จะส่งผลต่อพฤติกรรมในการแสดงของบุคคลนั้นๆ ด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539 อ้างถึงใน สุชญญา วัฒนะศักดิ์ประภา, 2563) ได้แบ่งองค์ประกอบ การรับรู้ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. การเลือก (Select) คือ การเลือกรับรู้ในบางสิ่งบางอย่างจากสิ่งเร้าที่อยู่รอบๆ ตัว โดยผู้รับสารจะกระทำการเลือกรับสารตามความต้องการและทัศนคติของตนเอง สามารถแบ่งเป็นย่อยๆ ได้ 4 ประเภท คือ

1.1 การเลือกเปิดรับข้อมูล คือ ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสารจากผู้ส่งสารที่ตนเองรู้สึกพึงพอใจ และเสาะแสวงหาแหล่งข่าวสารจากสื่ออื่นๆ เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมและสนับสนุนความคิดเห็นของตนเอง

1.2 การเลือกตามความสนใจ คือ ผู้รับสารจะเลือกรับสารที่ตรงกับความสนใจและทัศนคติของตนเอง ส่งผลให้ผู้ส่งสารมีความจำเป็นที่จะต้องใช้กลยุทธ์อื่นๆ เพิ่มเติมในการสร้างสรรค์สาร เพื่อส่งเสริมความตั้งใจของผู้รับสาร

1.3 การเลือกที่จะรับรู้และตีความหมาย คือ ผู้รับสารจะมีการเลือกที่จะรับรู้และตีความหมายจากสารที่ได้รับแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งจะขึ้นอยู่กับทัศนคติและประสบการณ์ส่วนบุคคล

1.4 การเลือกจดจำ คือ ผู้รับสารจะมีการเลือกจดจำสารที่มีความสอดคล้องกับทัศนคติของตนเอง เพื่อสร้างประสบการณ์และความทรงจำ

2. การรวบรวมข้อมูล คือ การที่ผู้รับสารสามารถรับรู้สิ่งเร้าได้จากหลายๆ แหล่ง จึงจำเป็นต้องมีการกำหนดกรอบของข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจในสิ่งที่สนใจ

3. การตั้งข้อสรุปด้วยตนเอง คือ การเชื่อมโยงเนื้อหาของสาร โดยพิจารณาจากองค์ประกอบด้านต่างๆ ของละครโทรทัศน์ และตั้งข้อสรุปจากประสบการณ์ของตนเอง หรือการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดกับบุคคลอื่นๆ

กล่าวโดยสรุป แนวคิดทฤษฎีการรับรู้ สามารถนิยามได้อย่างสังเขปว่า ถึงแม้ว่าผู้รับสารจะได้รับสารประเภทเดียวกัน ตัวสารเหมือนกัน แต่ความสามารถในการตีความสารนั้นสามารถเกิดขึ้นได้หลายทิศทางแตกต่างกันออก ดังนั้นผู้รับสารคนหนึ่งๆ ย่อมมีการรับรู้และตีความเนื้อหาของสารอย่างเดียวกันได้ไม่เหมือนกัน

5. แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร

ในกระบวนการสื่อสาร ผู้รับสารนับว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดว่า การสื่อสารนั้นจะประสบความสำเร็จหรือไม่ โดยผู้รับสารจะมีคุณลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล เช่น อายุ เพศ บุคลิกภาพ สติปัญญา หรือทักษะความสามารถ เป็นต้น (ปรมะ สตะเวทิน, 2540 อ้างถึงใน ดิสนีย์ อธิธิรัญวงศ์, 2553) ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการกระบวนการสื่อสารด้วย

ปรมะ สตะเวทิน (2546 อ้างถึงใน อาสกา รัตนมุงเมฆา, 2558) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติเฉพาะตนที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลจะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในกระบวนการสื่อสาร โดยวิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสาร คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มๆ ตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics) ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคม ระดับการศึกษา ศาสนา เป็นต้น

1. อายุ เป็นคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์อีกลักษณะหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่หรือเป็นไปตามช่วงวัยของตัวละคร โดยอายุจะแสดงถึงวัยวุฒิของบุคคล และเป็นเครื่องบ่งชี้ความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาและการรับรู้ต่างๆ ได้

2. เพศ เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่บุคคลได้รับมาตั้งแต่กำเนิด โดยเพศจะเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคลตลอดจนพัฒนาการต่างๆ ในแต่ละช่วงวัย ซึ่งความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกันไปด้วย

3. การศึกษา เป็นคุณลักษณะที่บุคคลได้รับมาจากสถาบันการศึกษา และที่ได้รับจากประสบการณ์ชีวิต โดยการศึกษาจะบ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับสารของบุคคล ซึ่งระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิดตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ อย่างกว้างขวางและลึกซึ้งแตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ การศึกษานอกจากจะทำให้บุคคลมีศักยภาพที่เพิ่มมากขึ้นแล้ว แต่ยังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมความคิดอีกด้วย

4. ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงประเด็นที่กลุ่มเลือกที่จะสนใจรับรู้ โดยบุคคลจะมีสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกันออกไป จะขึ้นอยู่กับการประกอบอาชีพ รายได้ ศาสนา รวมไปถึงสถานภาพสมรสย่อมส่งผลต่อการรับสารที่แตกต่างกันไปด้วย ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงจะมีโอกาสในการแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการดูแลตนเอง ในขณะที่ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำจะมีการระดับการศึกษาที่น้อย ส่งผลให้มีข้อจำกัดในการเรียนรู้ ตลอดจนแสวงหาประสบการณ์ต่างๆ ให้แก่ตนเอง

ในการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งกลุ่มผู้ชมออกเป็น 2 กลุ่ม ตามคุณลักษณะแตกต่างกันไปแต่มีจุดร่วมเดียวกัน คือ มีการเปิดรับสื่อซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up โดยในแนวคิดข้างต้นที่ผู้วิจัยได้กล่าวมา จะนำมาใช้เพื่อศึกษาว่าผู้ชมเกิดการรับรู้ในเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจที่ถูกถ่ายทอดผ่านซีรีส์เรื่อง Start-Up เหมือนหรือต่างกันอย่างไร

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.1 ฐนยศ โลพัฒนานนท์ (2562) ศึกษาหัวข้อ “สรรค์สร้างเรื่องเล่าสู่สากล ละคร ซีรีส์ ทีวี ดราม่า” ได้ทำการศึกษากลวิธีการสร้างสรรค์การเล่าเรื่องในงานบันเทิงยอดนิยมทุกรูปแบบ เช่น ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ การ์ตูน เป็นต้น โดยเป็นการศึกษาเปรียบเทียบการสร้างสรรค์สื่อบันเทิงของไทย และต่างประเทศ อันประกอบด้วยสหรัฐอเมริกาและเกาหลีใต้ เพื่อให้เห็นว่าการสร้างสรรค์

งานบันเทิงประเภทต่างๆ ผู้สร้างของแต่ละประเทศมีกลวิธีในการออกแบบการเล่าเรื่องอย่างไร โดยผลการศึกษาพบว่า สหรัฐอเมริการักจะมีแก่นในการสร้างสรรค์การเล่าเรื่องเพื่อเน้นความบันเทิงหรือความอัศจรรย์ (Magical) ของเรื่องราว ส่วนเกาหลีใต้จะมีแก่นในการสร้างสรรค์การเล่าเรื่องเพื่อขบเน้นพลังของมนุษย์ (Human Power) รวมไปถึงการนำเสนอความซับซ้อนของมนุษย์ ในขณะที่ประเทศมีความพยายามที่จะสร้างสรรค์การเล่าเรื่องให้ได้อย่างของสหรัฐอเมริกาและเกาหลีใต้ แต่ด้วยปัจจัยและข้อจำกัดต่างๆ ทำให้ประเทศไทยยังไม่สามารถสร้างสรรค์การเล่าเรื่องที่ประสบความสำเร็จได้อย่างสหรัฐอเมริกาและเกาหลีใต้

1.2 อรุษา อิงศรีวงศ์ (2555) ศึกษาหัวข้อ “การสร้างตัวละครและการเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์ญี่ปุ่นที่ใช้อาชีพเป็นแก่นเรื่อง” โดยทำการศึกษาละครโทรทัศน์ญี่ปุ่นจำนวน 9 เรื่อง และวิเคราะห์การเล่าเรื่อง ผ่านโครงสร้างการเล่าเรื่อง ได้แก่ โครงเรื่อง แก่นความคิด ความขัดแย้ง คุณสมบัติของตัวละคร และฉาก รวมไปถึงศึกษาการเล่าเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาชีพของตัวละครร่วมด้วย โดยพบว่า แก่นเรื่องส่วนใหญ่เป็นเรื่องของความรัก (Love Theme) และสอดแทรกด้วยแก่นเรื่องรองที่เป็นเรื่องของอาชีพ (Career Theme) และมีลักษณะการดำเนินเรื่องแบบควบคู่กันไป อีกทั้งมีการนำเสนอความรู้เกี่ยวกับอาชีพนั้นๆ โดยมีความขัดแย้งส่วนใหญ่เป็นเรื่องของปัญหาในแต่ละอาชีพ ส่วนในด้านของการสร้างสรรค์ตัวละคร พบว่าอาชีพของตัวละครมีผลต่อรายละเอียดของตัวละคร เช่น บุคลิก ลักษณะนิสัย การแต่งกาย เป็นต้น

1.3 จุฑามาศ สาคร (2561) ศึกษาหัวข้อ “การสร้างสรรค์ตัวละครที่มีลักษณะเฉพาะ และการเล่าเรื่องของละครโทรทัศน์ชุดโปรเจกส์ เอส เดอะซีรีส์ ตอน Side by Side และ SOS Skate ซิมซ่าส์” พบว่า มีการวิเคราะห์การเล่าเรื่องผ่านโครงสร้างการเล่าเรื่อง 6 ประการ ได้แก่ โครงเรื่อง แก่นเรื่อง ตัวละคร ความขัดแย้ง ฉาก และมุมมองการเล่าเรื่อง รวมไปถึงการวิเคราะห์การสร้างตัวละครที่มีลักษณะเฉพาะ โดยพบว่า โครงสร้างการเล่าเรื่องของละครโทรทัศน์ชุดโปรเจกส์ เอส เดอะซีรีส์ มีความใกล้เคียงกับการเล่าเรื่องของละครโทรทัศน์ทั่วไป ในส่วนของการสร้างตัวละครพบว่า มี 2 ประเภท คือ การสร้างตัวละครจากบุคคลต้นแบบ และการสร้างตัวละครจากการพัฒนาขึ้นของทีมผู้สร้าง

1.4 ณัฐพล หล้ามณี (2561) ศึกษาหัวข้อ “การเล่าเรื่องวิถีวัฒนธรรมญี่ปุ่นในละครซีรีส์เรื่อง อามะจัง สาวน้อยแห่งท้องทะเล” มีการใช้องค์ประกอบการเล่าเรื่องในการวิเคราะห์การเล่าเรื่อง และ

พบว่าซีรีส์เรื่องนี้มีการแบ่งโครงเรื่องออกเป็นโครงเรื่องหลักและโครงเรื่องย่อย เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม โดยในโครงเรื่องหลักจะนำเสนอเนื้อเรื่องเกี่ยวกับการต่อสู้กับอุปสรรคที่ตัวละครต้องเผชิญ และในโครงเรื่องย่อยจะนำเสนอวิถีชีวิตของคนเมือง และชีวิตความเป็นอยู่ของไอตอลในโตเกียว โดยมีแก่นเรื่องหลักที่มุ่งนำเสนอความสำนึกกรในบ้านเกิดหรือถิ่นฐานของตนเอง ความขัดแย้งส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบของความขัดแย้งระหว่างบุคคล โดยมีนางเอกผู้เล่าเรื่อง ส่วนรูปแบบการสื่อสารวัฒนธรรมญี่ปุ่น อันประกอบด้วย วิถีวัฒนธรรมท้องถิ่นญี่ปุ่น วัฒนธรรมไอตอล และการผสมผสานกันระหว่างสองวัฒนธรรม โดยจะมีการสอดแทรกวัฒนธรรมเหล่านี้อยู่ในแต่ละตอนของเรื่อง

ในภาพรวมของการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเล่าเรื่องของซีรีส์/ละครโทรทัศน์ ยังสามารถพบเห็นได้บ้าง แต่สำหรับการถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ผู้วิจัยยังไม่พบเห็นงานวิจัยใดที่มีการศึกษาอย่างชัดเจน ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่อยากจะศึกษาค้นคว้าการเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up เพื่อให้ทราบกลวิธีการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up และเพื่อวิเคราะห์การรับรู้ด้านเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจที่ปรากฏในซีรีส์เรื่อง Start-Up ของกลุ่มผู้ชม โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังที่จะกล่าวในบทถัดไป

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับธุรกิจผ่านซีรีส์เรื่อง Start-Up” เป็นงานวิจัยที่ใช้แนวทางเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษากลวิธีการเล่าเรื่อง และการรับรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up ซึ่งผู้วิจัยจะใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวบท (Text) ของซีรีส์เกาหลีใต้เรื่อง Start-Up และทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดที่เก็บรวบรวมนำมาวิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลในแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Descriptive) โดยมีรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

3.1 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูลประเภททีวีซีรีส์เป็นหลัก ประกอบกับการใช้แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. แหล่งข้อมูลประเภททีวีซีรีส์ (TV Series)

- ซีรีส์เกาหลีใต้เรื่อง “Start-Up” ออกอากาศทางบริการสตรีมมิ่งเน็ตฟลิกซ์ (Netflix) มีความยาวตอนละ 72-85 นาที จำนวน 16 ตอน

2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

- กลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการทำธุรกิจ โดยแบ่งออกเป็นผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้บริหารธุรกิจสตาร์ทอัพ จำนวน 1 ท่าน อาจารย์ที่สอนด้านธุรกิจสื่อบันเทิงและธุรกิจสตาร์ทอัพ จำนวน 1 ท่าน และนักธุรกิจที่มีประสบการณ์ด้านการทำธุรกิจ จำนวน 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ จำนวน 1 ท่าน ดังนี้

1. รศ.ดร.วรัญญู พูลเจริญ (ผู้บริหารธุรกิจสตาร์ทอัพ)

- Co-founder และ Chief Technology Officer (CTO) บริษัท ไบยา ไฟโตฟาร์ม จำกัด บริษัทสตาร์ทอัพเพื่อวิจัย และพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตสารชีววัตถุด้วยพืช
- อาจารย์ประจำภาควิชาเภสัชเวชและเภสัชพฤกษศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. อาจารย์ ดร.วิศวัส ปัญญาวงศ์สถาพร (ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนการทำธุรกิจ)

- ปัจจุบันเป็นวิทยากรด้านการสื่อสารและพัฒนาศักยภาพมนุษย์/ที่ปรึกษาและจัดฝึกอบรมสถาบัน The Bridge Training ให้ความรู้ตามมหาวิทยาลัยและบริษัทต่างๆ สาขาที่เชี่ยวชาญ คือ Digital Marketing, Digital Content และ Content Creation และดำรงตำแหน่งเป็นอาจารย์ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยเปิดสอนรายวิชาที่เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจสื่อให้แก่ นิสิตปริญญาตรีและปริญญาโท

3. คุณอานันท์ เอื้อสุขตระกูล (ผู้เชี่ยวชาญด้านการทำธุรกิจ)

- เข้าร่วมเป็นเมนเทอร์การแข่งขัน Thai-Japan Friendship Hackathon 2019
- อดีต Lead Data Scientist ของบริษัท Toyota Tsusho Mobility Informatics
- ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็นผู้จัดการด้านการวิจัยและพัฒนา และเป็นตัวแทนผู้บริหารบริษัท T.C.N. 2008 จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอะไหล่ช่วงล่างรถยนต์ระดับประเทศ

4. ผศ.ดร.ณฐกรณ์ รัตนชัยวงศ์ (ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทภาพยนตร์และละครโทรทัศน์)

- นักเขียนบทละคร (โทรทัศน์ ซีรีส์ ภาพยนตร์ ละครเวที) โทรทัศน์ ผลงานที่ผ่านมา ได้แก่ ภาพยนตร์ 20 ใหม่ ยูเทิร์นวัย หัวใจรีเทิร์น (2559), ซีรีส์เค็ง (Original Netflix) (2562), ละครอ้อมฟ้าโอบดิน (2565) และอีกมากมาย

- ดำรงตำแหน่งเป็นอาจารย์ภาควิชาสาขาวิชาศิลปะการแสดง คณะศิลปกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

- กลุ่มผู้ชมทั่วไปที่มีการเปิดรับสื่อซีรีส์เรื่อง Start-Up จำนวน 7 ท่าน
 1. คุณณัฐพร จันทราสินธุ์ (อายุ 29 ปี, อาชีพพนักงานอิสระ)
 2. คุณนภสวรรณ สิ้นธุรัตน์พันธุ์ (อายุ 31 ปี, อาชีพพนักงานบริษัท)
 3. คุณปรีชญา ธนยุวัฒน์ (อายุ 28 ปี, อาชีพพนักงานบริษัท)
 4. คุณเกวลิน กัญจนะกาญจน์ (อายุ 27 ปี, อาชีพพนักงานบริษัท)
 5. คุณกานต์พิชชา แยกปัญญา (อายุ 28 ปี, อาชีพพนักงานบริษัท)
 6. คุณธนพล โลหะขุนสิริ (อายุ 28 ปี, อาชีพพนักงานบริษัท)
 7. คุณกมลชนก คล้ายนง (อายุ 28 ปี, อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว)

3. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

- แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บทความที่กล่าวถึงซีรีส์เกาหลีใต้เรื่อง Start-Up นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์อื่นๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับซีรีส์เรื่อง Start-Up

4. แหล่งข้อมูลประเภทเว็บไซต์

- เว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับซีรีส์เรื่อง Start-Up ผ่าน Search engine ของ www.google.com และ www.facebook.com

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภททีวีซีรีส์

ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแหล่งข้อมูลประเภททีวีซีรีส์จากการรับชมซีรีส์เรื่อง Start-Up จำนวน 16 ตอน ผ่านช่องทางบริการสตรีมมิ่ง

เน็ตฟลิกซ์ (Netflix) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบในการเล่าเรื่อง และข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพที่ปรากฏในซีรีส์เกาหลีใต้เรื่อง Start-Up

2. การเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ชมที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มผู้ชมทั่วไปที่มีการเปิดรับสื่อซีรีส์เรื่อง Start-Up จากนั้นจะทำการถอดเทปสัมภาษณ์เป็นลายลักษณ์อักษร

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเอกสารจากฐานข้อมูลของห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ฐานข้อมูลออนไลน์ของนิตยสารและบทความออนไลน์ต่างๆ โดยจะนำข้อมูลที่ได้มาประกอบใช้กับข้อมูลประเภททีวีซีรีส์ที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยทดตั้งที่กล่าวมาในข้างต้น

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทเว็บไซต์

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตและมีการคัดลอกเนื้อหาของหน้าเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับงานวิจัยมาวิเคราะห์ข้อมูลประกอบกับข้อมูลประเภททีวีซีรีส์และข้อมูลเอกสาร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับธุรกิจผ่านซีรีส์เรื่อง Start-Up” ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีในบทที่ 2 ของงานวิจัยมาประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยทั้ง 2 ข้อ โดยใช้แนวคิดในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. วิเคราะห์กลวิธีในการเล่าเรื่องในซีรีส์เกาหลีใต้เรื่อง Start-Up โดยอาศัยองค์ประกอบ การเล่าเรื่อง (Component of Narrative) มาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพ และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทละคร

โทรทัศน์ เพื่อนำมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลประเภททีวีซีรีส์

2. วิเคราะห์การรับรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจของผู้ชมซีรีส์เรื่อง Start-Up โดยอาศัยแนวคิดการรับรู้ ในการวิเคราะห์การรับรู้และความสามารถในการตีความของผู้ชมที่มีต่อการเล่าเรื่อง เพื่อถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจของซีรีส์เรื่อง Start-Up

3.4 การนำเสนอผลการวิจัย

ผู้วิจัยจะใช้การนำเสนอข้อมูลในลักษณะของการบรรยาย หรือการพรรณานาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) โดยการเขียนบรรยายข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์จากขั้นตอนต่างๆ ที่ได้จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ดังที่กล่าวไว้ในข้อมูลข้างต้นโดยละเอียด โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 2 ประการ ดังนี้

บทที่ 4 นำเสนอข้อมูลและผลการวิจัยในส่วนของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up โดยวิเคราะห์ตามองค์ประกอบของการเล่าเรื่อง(Component of Narrative) โดยนำเสนอข้อมูลต่างๆ ด้วยรูป และตาราง และวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up โดยวิเคราะห์ตามแนวคิดการเล่าเรื่อง และนำเสนอข้อมูลด้วยการถอดบทสัมภาษณ์

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทที่ 4

การวิเคราะห์การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up

การวิจัยเรื่อง “การเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับธุรกิจผ่านซีรีส์เรื่อง Start-Up” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีการเล่าเรื่อง และการรับรู้ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up โดยศึกษาจากซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up จำนวน 16 ตอน และได้ทำการบันทึกรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในซีรีส์เกาหลีได้เรื่อง Start-Up เป็นที่เรียบร้อยแล้ว รวมถึงการได้มาซึ่งข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ของคณะผู้เชี่ยวชาญ อันได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพ นักเขียนบทละครโทรทัศน์ และกลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีการเปิดรับสื่อซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up โดยในบทนี้ ผู้วิจัยจะขอแบ่งการนำเสนอเนื้อหาในส่วนของ การวิเคราะห์ ออกเป็น 2 หัวข้อหลัก ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังต่อไปนี้

4.1 การวิเคราะห์การเล่าเรื่องของซีรีส์เรื่อง Start-Up

1. เนื้อเรื่องของซีรีส์เรื่อง Start-Up

ในงานแซนด์บ็อกซ์ “ซอดัลมี” ได้พบกับ “วอนอินแจ” พี่สาวที่ไม่ได้พบกันมานาน นับตั้งแต่ที่พ่อและแม่ของพวกเธอหย่ากัน วอนอินแจเลือกที่จะติดตามแม่ไปอยู่กับพ่อเลี้ยงที่อเมริกา ซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้ซอดัลมีโกรธพี่สาวและแม่มาตลอดที่ทอดทิ้งตนและพ่อไป โดยในงานแซนด์บ็อกซ์มี “ฮันจีพยอง” นักลงทุนหนุ่มไฟแรง ซึ่งในวัยเด็กเคยปลอมตัวเป็นเพื่อนทางจดหมายเพื่อพูดคุยกับซอดัลมีในยามที่เธอเศร้าใจ โดยฮันจีพยองใช้ชื่อในจดหมายว่า “นมโตซาน”



ภาพที่ 1 ภาพเปิดเรื่องภายในงานแซนด์บ็อกซ์

ภาพที่ 2 ภาพตอนที่ซอดัลมีและวอนอินแจได้กลับมาเจอกันอีกครั้ง

ซอด้ลมีโกหกวอนอินแจว่าตนเองกำลังทำธุรกิจกับนมโดซาน ซอด้ลมีจึงต้องการพานมโดซานไปร่วมงานเนตเวิร์คกิ้งปาร์ตี้เพื่อแสดงให้เห็นว่าตนเองมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี แต่นมโดซานตัวจริงกลับกลายเป็นคนที่ไม่เอาไหนและไม่ประสบความสำเร็จในชีวิต ฮันจีพยองจึงต้องยื่นมือเข้ามาช่วยเพื่อไม่ให้ซอด้ลมีต้องรู้สึกผิดหวังที่ตนเองพ่ายแพ้ให้กับพี่สาว



ภาพที่ 3 ภาพตอนที่ซอด้ลมีพูดคุยกับย่า เพราะไม่ต้องการพ่ายแพ้ให้กับพี่สาว

ภาพที่ 4 ภาพตอนที่ฮันจีพยองขอให้นมโดซานช่วยไปร่วมงานเนตเวิร์คกิ้งปาร์ตี้กับซอด้ลมี

นมโดซานขอให้ฮันจีพยองช่วยให้บริษัทของตนเองได้เข้าร่วมการแข่งขันแซนด์บ็อกซ์ เพื่อแลกกับการปลอมตัวเป็นเพื่อนทางจดหมายและไปร่วมงานเนตเวิร์คกิ้งปาร์ตี้กับซอด้ลมี แต่ด้วยวิสัยทัศน์ของการเป็นนักลงทุน ทำให้ฮันจีพยองปฏิเสธความช่วยเหลือแก่นมโดซาน เพราะบริษัทของนมโดซานยังขาดประสิทธิภาพที่จะเข้าไปร่วมลงทุน โดยในท้ายที่สุดนมโดซานก็ไปร่วมงานเนตเวิร์คกิ้งปาร์ตี้และช่วยเหลือซอด้ลมีได้ทันเวลาพอดี

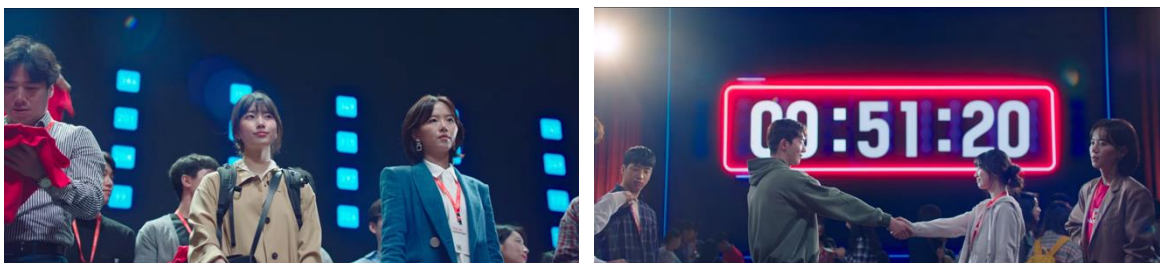
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 5 ภาพตอนที่นมโดซานมาร่วมงานเนตเวิร์คกิ้งปาร์ตี้เพื่อสู้หน้าให้ซอด้ลมี

ต่อมาทั้งซอด้ลมี นมโดซาน และวอนอินแจ ต่างก็ผ่านการคัดเลือกเข้าร่วมการแข่งขันแซนด์บ็อกซ์ และนั่นก็ทำให้ซอด้ลมีได้รู้ความจริงว่านมโดซานแท้จริงแล้วไม่ได้ประสบความสำเร็จใน

การทำธุรกิจดังที่เคยบอกไว้ ในการแข่งขันแซนด์บ็อกซ์ซอดัลมีและนมโดซานจึงร่วมทีมกัน โดยมีเป้าหมายคือ ต้องการที่จะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ



ภาพที่ 6 ภาพตอนที่ซอดัลมี วอนอินแจ และนมโดซาน เข้าร่วมการแข่งขันแซนด์บ็อกซ์
ภาพที่ 7 ภาพตอนที่ซอดัลมีและนมโดซานร่วมแข่งขันเป็นทีมเดียวกัน โดยใช้ชื่อว่า “ซัมซานเทค”

ซอดัลมีและนมโดซานสามารถเอาชนะการแข่งขันแฮกกาธอน และฝ่าฟันอุปสรรคทางธุรกิจต่างๆ มาได้จนผ่านเข้ารอบสุดท้ายของการแข่งขันแซนด์บ็อกซ์ แต่ก็ต้องมาเผชิญกับวิกฤตทางความสัมพันธ์ เมื่อซอดัลมีรู้ความจริงว่านมโดซานเพื่อนทางจดหมายของเธอในวัยเด็กแท้จริงแล้วคือฮันจียอง ไม่ใช่นมโดซานคนที่อยู่เคียงข้างเธอในปัจจุบัน ซึ่งทำให้ซอดัลมีเสียใจมาก แต่นมโดซานไม่ยอมแพ้ พยายามที่จะแก้ไขสถานการณ์และทำให้ซอดัลมียอมรับตัวตนที่แท้จริงของตนเองได้ในที่สุด



ภาพที่ 8 ภาพตอนที่ซอดัลมีรู้ความจริงว่าฮันจียองคือนมโดซาน เพื่อนทางจดหมายตัวจริง

ซอดัลมีและนมโดซานสามารถเอาชนะการแข่งขันแซนด์บ็อกซ์ได้ในที่สุด แต่ก็ต้องเผชิญกับจุดแตกหักครั้งใหญ่ เมื่อบริษัทที่ร่วมสร้างด้วยกันมาถูกนักลงทุนซื้อกิจการไป โดยที่นักลงทุนตั้งใจซื้อกิจการของซัมซานเทค เพราะอยากได้นักพัฒนาของซัมซานเทคเพียงเท่านั้น ซอดัลมีไม่ต้องการเป็น

ตัวถ่วงในชีวิตของนมโดซาน จึงยุติความสัมพันธ์และขอให้นมโดซานไปทำตามความฝันของตัวเองซึ่งก็คือ การเป็นนักพัฒนาที่ซิลิคอนแวลลีย์



ถึงแม้โลกนี้ซื้อกิจการเพราะต้องการ
เงินพัฒนาจริงๆ เหรอครับ



จะอยู่แต่กับความฝันไปตลอด
ไม่ได้หรอกว่าไหม

ภาพที่ 9 ภาพตอนที่บริษัทซัมซานเทคโนโลยีนักลงทุนซื้อกิจการไปทำให้บริษัทต้องปิดตัวลง
ภาพที่ 10 ภาพตอนที่ซอด้ลมีขอยุติความสัมพันธ์ เพื่อไม่ให้ตัวเองเป็นตัวถ่วงในชีวิตของนมโดซาน

สามปีต่อมา ซอด้ลมีและนมโดซานกลับมาพบกันอีกครั้ง ทั้งต่างคู่ปรับความเข้าใจกัน และร่วมมือกันพัฒนาเทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ โดยมีฮันจีพยองเข้ามาร่วมลงทุนในธุรกิจ จนสามารถชนะการประมูลสมารถใช้ได้ และสามารถสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพระดับยูนิคอร์นได้ในที่สุด



ภาพที่ 11 ภาพตอนที่นมโดซานและซอด้ลมีทดสอบระบบเทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับ
ภาพที่ 12 ภาพตอนจบของเรื่อง ทั้ง 4 คน ต่างประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจและการทำตามความฝัน

ในท้ายที่สุด ทั้งซอด้ลมี นมโดซาน วอนอินแจ และฮันจีพยองต่างก็สามารถทำตามความฝันของตนเองได้สำเร็จ โดยซอด้ลมีประสบความสำเร็จในฐานะของการเป็นซีอีโอ นมโดซานประสบความสำเร็จในฐานะของนักพัฒนาและได้แต่งงานกับซอด้ลมี ฮันจีพยองประสบความสำเร็จในฐานะของนักลงทุน และวอนอินแจ ประสบความสำเร็จในการเริ่มต้นทำธุรกิจด้วยตนเอง

2. การวิเคราะห์แก่นเรื่อง

ในซีรีส์เรื่อง Start-Up เป็นซีรีส์ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ที่มีความฝันอยากจะมีธุรกิจเป็นของตนเอง โดยแก่นเรื่องหลักของซีรีส์เรื่อง Start-Up จะเป็นแก่นเรื่องแบบ Career Theme นำเสนอเรื่องราวของนักธุรกิจ นักลงทุน และการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ นอกจากนี้ซีรีส์เรื่อง Start-Up ยังมีแก่นเรื่องรองคือ Love Theme ที่นำเสนอเรื่องราวความรักที่เปรียบเสมือนเป็นแรงบันดาลใจและแรงผลักดันให้ซอด้ลมีและนมโตะซานอยากที่พัฒนาตนเองและประสบความสำเร็จ หรือความรักของครอบครัวที่ช่วยทำให้สามารถเอาชนะอุปสรรคต่างๆ ไปได้ ในขณะเดียวกัน ซีรีส์เรื่องนี้ก็มีแก่นเรื่องแบบ Morality เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย โดยเป็นซีรีส์ที่สอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องของจรรยาบรรณและศีลธรรมในการทำธุรกิจและการใช้ชีวิต ซึ่งอาจส่งผลทั้งทางบวกและทางลบต่อเลือกในการดำเนินชีวิต ดังเช่นตอนที่ซมซานต้องปิดตัวลงเพราะถูกนักลงทุนหักหลัง และซื้อกิจการไปหรือตอนที่ซอด้ลมีรู้ความจริงว่านมโตะซานโกหกเรื่องจดหมาย จนส่งผลให้ความสัมพันธ์ของทั้งคู่ต้องสั่นคลอน เป็นต้น

3. การวิเคราะห์ความขัดแย้งของเรื่อง

ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในซีรีส์เรื่องนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์เป็นส่วนใหญ่ โดยพบว่าความขัดแย้งระหว่างซอด้ลมีและวอนอินแจ เป็นความขัดแย้งแรกเริ่มที่ขับเคลื่อนเรื่องราวของซีรีส์ให้เข้าสู่การแข่งขันการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งซอด้ลมีและวอนอินแจต่างก็ต้องการเอาชนะกัน เพื่อพิสูจน์ว่าทางเดินที่ตนเองเลือกเดินนั้นเป็นหนทางที่ถูกต้องและสามารถนำไปสู่ความสำเร็จได้

วอนอินแจเชื่อว่าการมีต้นทุนชีวิตที่ดีจะช่วยให้เธอประกอบธุรกิจได้อย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จ และไม่เชื่อในความมูมานะของซอด้ลมี เพราะมองว่าซอด้ลมีก็ไม่ต่างจากพ่อที่ไม่ว่าจะพยายามทุ่มเทให้กับการทำธุรกิจมากแค่ไหน แต่หากปราศจากต้นทุนทางชีวิตที่ดี ก็จะเป็นได้แค่เพียงคนที่ล้มเหลวและไม่มีวันประสบความสำเร็จในชีวิต ในขณะที่ซอด้ลมีเชื่อว่าแม้จะไม่มีต้นทุนทางชีวิตที่สวยหรูอย่างพี่สาว แต่ขอแค่มีความฝันและลงมือทำอย่างสุดความสามารถ โดยไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคใดๆ ที่เข้ามา ก็จะช่วยทำให้เธอไปถึงเป้าหมายของชีวิตได้ ด้วยอุดมคติในการใช้ชีวิตและการ

ทำธุรกิจที่แตกต่างกัน จึงทำให้ซอด้ลมีและวอนอินแแจเกิดความไม่ลงรอยกันทางความคิด และนำมาสู่ความขัดแย้งระหว่างบุคคลอันเป็นสาเหตุสำคัญในการขับเคลื่อนเรื่องราวของซีรีส์เรื่องนี้

นอกจากนี้ ยังมีการปรากฏความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับสังคมด้วยกันคือ ปัญหาระหว่างคนรุ่นใหม่อย่างวอนอินแแจที่คิดค้นเทคโนโลยีระบบความปลอดภัยไร้กำลังคน อันส่งผลให้กลุ่มผู้ใช้แรงงานจำนวนหนึ่งเกิดความไม่พึงพอใจ เพราะเทคโนโลยีของอินแแจคอมพิวเตอร์อาจทำให้พวกเขาต้องตกงานในอนาคต ซึ่งในท้ายที่สุดวอนอินแแจก็สามารถยุติข้อขัดแย้งได้ ด้วยการอธิบายให้ผู้ประท้วงได้เข้าใจว่าธุรกิจที่ตนเองกำลังทำอยู่นั้น เพื่อต้องการสร้างอนาคตที่ดีขึ้นสำหรับคนรุ่นต่อไป และแม้ผู้ประท้วงจะยอมรับคำอธิบายของวอนอินแแจ แต่ก็ได้พูดเพื่อเตือนสติแก่คนรุ่นใหม่ว่า ในโลกที่ยังมีผู้ใช้แรงงานหลงเหลืออยู่ ความรวดเร็วในการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ อาจไม่ใช่สิ่งที่ดีมากนัก เพราะอาจทำให้ใครหลายคนเจ็บปวดกับการรับมือกับโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจึงควรมาพร้อมกับการคำนึงถึงการปรับตัวของผู้คนที่ต้องใช้ชีวิตร่วมกับเทคโนโลยีเหล่านั้นด้วย

4. การวิเคราะห์ตัวละคร

ตัวละครนับว่าเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบการเล่าเรื่องที่สำคัญ อันจะทำให้การเล่าเรื่องมีมิติและครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยในซีรีส์เรื่อง Start-Up ผู้วิจัยจะคัดเลือกเฉพาะตัวละครหลักจำนวน 4 ตัวละคร ที่มีผลสำคัญต่อเรื่องราวโดยสามารถจำแนกข้อมูลได้ดังนี้

CHULALONGKORN UNIVERSITY

1. ตัวละครนำหญิง



ภาพที่ 13 ภาพตัวละครซอด้ลมี

ซอด้ลมีเป็นหญิงสาวสู้ชีวิต ในวัยเด็กต้องเผชิญกับความสูญเสียครั้งใหญ่ เพราะพ่อแม่ต้องแยกทางกัน โดยแม่และพี่สาวย้ายไปอยู่อเมริกา ส่วนเธอเลือกที่จะใช้ชีวิตอยู่กับพ่อ ภายหลังจากที่พ่อจากไปเธอก็ถูกเลี้ยงดูโดยย่า ซอด้ลมีเป็นคนฉลาด มีความคิดสร้างสรรค์ มักจะคิดและทำอะไรนอกกรอบอยู่เสมอ นอกจากนี้เธอยังมีความพากเพียรพยายามในการทำทุกๆ อย่าง แต่เพราะว่าเธอเรียนไม่จบมหาวิทยาลัย จึงส่งผลให้เธอไม่ได้รับความก้าวหน้าในชีวิตดังเช่นคนอื่นๆ สุดท้ายเธอจึงลาออกจากงานประจำ และเลือกที่จะลิขิตชีวิตของตัวเองด้วยการเข้าสู่วงการสตาร์ทอัพ

ความต้องการของตัวละคร: ต้องการที่จะประสบความสำเร็จในฐานะของประธานบริษัท และมีธุรกิจเป็นของตนเอง

พัฒนาการของตัวละคร: ตัวละครซอด้ลมีเป็นตัวละครที่มีพัฒนาการแบบค่อยเป็นค่อยไป อาจจะไม่เห็นไม่ชัดในแง่ของพัฒนาการด้านแรงปรารถนา เพราะพื้นฐานตั้งต้นของซอด้ลมีเป็นตัวละครสู้ชีวิตที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความปรารถนาที่อยากจะประสบความสำเร็จ แต่สิ่งหนึ่งที่พบคือ พัฒนาการด้านการเป็นผู้นำของซอด้ลมีที่พัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ในแต่ละตอน โดยในช่วงแรกจะแม้จะมีการปรากฏให้เห็นว่าซอด้ลมีมีทักษะในการรับมือกับภาวะวิกฤต ซึ่งเป็นทักษะของการผู้นำให้เห็นอยู่บ้าง แต่ภาพของความเป็นผู้นำก็ยังไม่ค่อยชัดเจน จนเข้าสู่ช่วงที่เธอได้เข้าสู่แซนด์บ็อกซ์ เธอสามารถจัดการอารมณ์ตัวเองได้ดี มีวิสัยทัศน์ในการคัดเลือกบุคลากรที่สำคัญให้แก่ทีม สามารถพิชิตซึ่งได้อย่างมืออาชีพจนถูกใจเหล่านักลงทุน และพาทีมชนะการแข่งขันแซนด์บ็อกซ์ได้ในที่สุด

บทสนทนา: ซอด้ลมีจะมีวิธีการพูดที่ค่อนข้างใจเย็น เน้นการใช้คำที่ทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกสบายใจ สร้างแรงบันดาลใจ และมักจะพูดคำที่แสดงให้เห็นถึงแรงปรารถนาที่อยากจะประสบความสำเร็จอยู่เสมอ

ตัวอย่างบทสนทนาของซอด้ลมี

"ฉันไม่เคยเสียใจกับการเลือกของตัวเองสักครั้ง เพราะฉันตั้งใจทำเต็มที่" (ตอนที่ 1, 1:03:20)

"ถ้ามีแต่วันที่สว่างสดใส โลกทั้งใบก็จะกลายเป็นทะเลทราย ต้องมีฝน มีหิมะด้วย ภูเขาจะได้งอกจากพื้นดิน และมีลมอ่อนๆแบบนี้ด้วย" (ตอนที่ 5, 43:50)

2. ตัวละครนำชาย



ภาพที่ 14 ภาพตัวละครนัมโดซาน

นัมโดซานอดีตเด็กอัจฉริยะคณิตศาสตร์โอลิมปิกที่เติบโตมาชายหนุ่มเนิร์ดด้านเทคโนโลยี และเป็นผู้ก่อตั้งบริษัทซัมซานเทค ร่วมกับเพื่อนๆ อีกสองคน โดยพ่อแม่ของนัมโดซานเป็นผู้ให้เงินทุนสนับสนุนในการจัดตั้งบริษัท แต่ไม่ว่าเทคโนโลยีของนัมโดซานจะน่าสนใจเพียงใด ก็ไม่มีนักลงทุนไหนสนใจที่จะร่วมลงทุนในบริษัทของนัมโดซานเลย เพราะบริษัทของนัมโดซานไม่มีแผนธุรกิจที่ชัดเจน นัมโดซานแม้จะเป็นคนฉลาดและมีพื้นฐานครอบครัวดี แต่ก็เติบโตมาแบบขาดความมั่นใจและแรงพยายามในชีวิต ประกอบกับการมีความคาดหวังของครอบครัวมาผูกติดอยู่กับตนเอง ก็ยิ่งสร้างปมในชีวิตให้กับนัมโดซาน จนส่งผลให้นัมโดซานไม่กล้าที่จะรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง เพราะไม่ว่าจะทำอะไร พ่อกับแม่ก็ไม่เคยรู้สึกภูมิใจในตัวนัมโดซานเลย

ความต้องการของตัวละคร: ในช่วงแรกความต้องการของนัมโดซาน คือการไปเป็นนักพัฒนาที่ซิลิคอนแวลลีย์พร้อมกับเพื่อนๆ ต่อมาหลังจากได้พบเจอกับซอด้ลมี ความต้องการของนัมโดซานก็เปลี่ยนไป โดยนัมโดซานมีความต้องการที่จะอยู่เคียงข้างซอด้ลมี เพื่อช่วยสนับสนุนและทำความฝันของซอด้ลมีให้เห็นจริง

พัฒนาการของตัวละคร: ตัวละครนัมโดซานเป็นตัวละครเห็นพัฒนาการมากที่สุดในซีรีส์เรื่องนี้ ในช่วงแรกนั้นตัวละครนัมโดซานแทบจะไม่ปรากฏให้เห็นถึงแรงปรารถนาที่อยากจะประสบความสำเร็จเลย เป็นการใช้ชีวิตแบบฝันเฟื่องไปวันต่อวัน มิหนำซ้ำตัวละครยังมักจะแสดงออกให้เห็นถึงความอ่อนแอและมีแววตาของคนที่ยหมดกำลังใจอยู่ตลอดเวลา

ต่อมาหลังจากที่นมโศซานได้พบกับซอดัลมี และซอดัลมีแสดงความเข้าอกเข้าใจและภาคภูมิใจในตัวตนของเขา จนกลายเป็นแรงผลักดันที่ทำให้นมโศซานมีแรงปรารถนาที่อยากจะพัฒนาตนเอง เพื่อให้ได้อยู่เคียงข้างและช่วยทำให้ความฝันของซอดัลมีเป็นจริง ซึ่งไม่ว่าซอดัลมีจะเลือกทางเดินไหน นมโศซานก็พร้อมที่จะเดินตามทางที่ซอดัลมีเลือกเสมอ

ในช่วงตอนที่ 12 เป็นต้นไป จะพบพัฒนาการของตัวละครนมโศซานอีกครั้ง หลังจากที่นมโศซานเลิกอยู่กับซอดัลมีและไปใช้ชีวิตเป็นนักพัฒนาอยู่ที่อเมริกา ภาพของชายหนุ่มที่ดูอ่อนแอและยอมแพ้ต่ออะไรง่าย ๆ ถูกแทนที่ด้วยภาพลักษณ์ของชายหนุ่มที่โตขึ้น ดูสุขุม และมั่นใจ โดยฉากที่ทำให้เห็นถึงพัฒนาการของนมโศซานอย่างชัดเจนคือ ฉากที่นมโศซานกล้าที่จะปฏิเสธคำขอของซอดัลมี ทั้งที่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา เขาไม่เคยปฏิเสธคำขอของซอดัลมีเลยสักครั้ง เพราะไม่ต้องการทำให้ซอดัลมีต้องผิดหวัง แต่ในฉากนี้เขาต้องการมอบบทเรียนให้ซอดัลมีได้รับรู้ความรู้สึกของคนที่ไม่หวังจากคนที่รัก ดังเช่นที่เขาเคยได้รับจากเธอในอดีต

บทสนทนา: นมโศซานมักจะเป็นตัวละครที่ซอบพูดอะไรที่เป็นข้อเท็จจริงอยู่เสมอ สะท้อนคุณลักษณะของนักพัฒนา ที่มักจะใช้เหตุผลและข้อเท็จจริงเป็นหลักในการคิดและทำสิ่งต่างๆ

ตัวอย่างบทสนทนาของนมโศซาน

เมื่อมีรุ่นพี่สาวสวยเข้ามาคุยกับนมโศซานและถามเขาว่า “นมโศซาน นายเลือดกรุ๊ปโอใช่ไหม เขาว่าคนกรุ๊ปโอนิสัยดี แล้วก็โกหกไม่เป็น” เมื่อได้ยินดังนั้นนมโศซานก็ทำหน้าเครียดและตอบกลับรุ่นพี่ว่า

“พี่ครับ นิสัยคนเรานั้นถูกกำหนดจากเซลล์สมอง ส่วนกรุ๊ปเลือดถูกกำหนดจากเม็ดเลือดแดง เซลล์สมองของคนปกติ ไม่มีทางไปเจอกับเม็ดเลือดแดงได้เลย แล้วนิสัยของคนเราจะถูกกำหนดด้วยกรุ๊ปเลือดได้ยังไงกันครับ!” (ตอนที่ 3, 31:35)

3. ตัวละครรองชาย



ภาพที่ 15 ภาพตัวละครฮันจีพยอง

ฮันจีพยองเป็นเด็กกำพร้าที่ต้องดิ้นรนใช้ชีวิตด้วยตนเองตั้งแต่เด็ก ซึ่งย่าของซอด้ลมีเคยให้ความช่วยเหลือไว้ในยามที่ฮันจีพยองขาดที่พักพิง ทำให้ฮันจีพยองต้องจับพลัดจับผลูปลอมตัวเป็นเพื่อนทางจดหมายให้แก่ซอด้ลมีตามคำขอของย่า การต้องใช้ชีวิตด้วยตนเองเพียงคนเดียวมาตั้งแต่เด็กทำให้ฮันจีพยองไม่ค่อยมีมนุษยสัมพันธ์กับผู้อื่น บุคลิกภายนอกดูแข็งกระด้าง พุดจาขวานผ่าซาก แต่เนื้อแท้แล้วฮันจีพยองเป็นคนที่จิตใจดีและค่อนข้างอ่อนไหว ด้วยความสามารถด้านการลงทุนทำให้ฮันจีพยองได้เข้าเรียนที่มหาวิทยาลัยโซล และประสบความสำเร็จในฐานะนักลงทุนหนุ่มไฟแรง

ความต้องการของตัวละคร: การได้ตอบแทนบุญคุณของย่าซอด้ลมี และได้คอยช่วยสนับสนุนซอด้ลมีเพื่อให้ได้ทำตามความฝันจนสำเร็จ

พัฒนาการของตัวละคร: ฮันจีพยองเป็นตัวละครที่ถูกนำเสนอมาตั้งแต่แรกว่าเป็นผู้ชายที่เพียบพร้อมทุกอย่าง ชีวิตประสบความสำเร็จจนถึงจุดสูงสุดแล้ว การดำเนินเรื่องจึงไม่ปรากฏความปรารถนาในการที่จะประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานดังเช่นตัวละครซอด้ลมีหรือนัมโดซาน แต่อย่างที่กล่าวไปในข้างต้นว่า พื้นฐานของฮันจีพยองเป็นเด็กกำพร้าที่สู้อชีวิตด้วยตัวคนเดียวมาตั้งแต่เด็ก ไม่มีครอบครัวหรือเพื่อนที่รู้จักเลย ในวัยเด็กฮันจีพยองมีเพียงซอด้ลมีคนเดียวที่เป็นเพื่อนคอยพูดคุยกับเขาทางจดหมาย เมื่อเป็นผู้ใหญ่ฮันจีพยองก็มีเพื่อนเป็นลำโพงประดิษฐ์ที่ชื่อว่าจางยองซิล ความเป็นคนมีเพื่อนน้อยทำให้ฮันจีพยองขาดทักษะด้านการสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งผู้วิจัยพบว่า สำหรับตัวละครฮันจีพยองแล้วจะพบพัฒนาการด้านการทักษะการสื่อสารมากที่สุด จากที่ในช่วงแรกฮันจีพยองมักจะพุดจาขวานผ่าซาก แม้ว่าสิ่งที่ตนเองพูดหรือแนะนำไปนั้นจะเป็นข้อเท็จจริงที่ผู้ฟังควรต้องปรับปรุงตาม แต่วิธีการพูดกลับสร้างบาดแผลและทำให้ผู้ฟังรู้สึกด้อยค่าในตนเอง เช่น

ตอนที่ฮันจียองปฏิเสธที่จะลงทุนให้กับบริษัทซัมซานเทคของนมโดซาน เพราะว่าบริษัทซัมซานเทคไม่มีศักยภาพมากเพียงพอให้ร่วมลงทุน

จุดที่ทำให้เห็นพัฒนาด้านทักษะการสื่อสารและการมีมนุษยสัมพันธ์มากที่สุด คือ ในตอนที่ฮันจียองรู้ว่าคำพูดของตนเองได้สร้างบาดแผลให้กับพี่ชายของคิมยงซาน (เพื่อนของนมโดซาน) จนเขาต้องฆ่าตัวตาย ซึ่งทำให้ฮันจียองกลับไปคิดทบทวนถึงพฤติกรรมของตนเองและวิธีการให้คำแนะนำของตนเองในอดีต ทำให้ฮันจียองเกิดการเรียนรู้อันว่า แม้ว่าคำแนะนำที่เขามีให้แก่ซอด้ลมี นมโดซาน หรือแม้กระทั่งพี่ชายของคิมยงซานก็ดี ทุกคำพูดเป็นคำแนะนำที่จริงใจ ตรงไปตรงมา และหวังดีแก่ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพอย่างแท้จริง เพราะเขาต้องการบอกให้ผู้ประกอบการได้รู้ว่าในโลกของความเป็นจริงการทำสตาร์ทอัพนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย คำแนะนำของฮันจียองจึงเสมือนเป็นการเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการสตาร์ทอัพได้รู้ก่อนที่จะต้องเผชิญหน้ากับความล้มเหลว แต่ด้วยวิธีการพูดแบบตรงไปตรงมาจนเกินไป คำแนะนำที่มาจากความหวังดีอาจกลายเป็นคำด่าที่ทิ่มแทงจิตใจของผู้ฟังได้

บทสนทนา: ฮันจียองจะมีวิธีการพูดที่ค่อนข้างโผงผางแบบคนชวานผ่าซาก ลักษณะคำพูดแสดงให้เห็นถึงคนที่มีอำนาจอยู่เหนือคนอื่น และแม้ว่าคำพูดของฮันจียองจะทำให้ผู้ฟังรู้สึกไม่ดี แต่เมื่อพิจารณาดูแล้วจะพบว่า ชุดคำพูดของฮันจียองมักจะแฝงเร้นไปด้วยความจริงใจอย่างตรงไปตรงมา เพราะความปรารถนาดีที่ไม่อยากให้ผู้ฟังถูกขายฝันจนไม่อยู่บนหลักของความเป็นจริง

ตัวอย่างบทสนทนาของฮันจียอง

ในตอนนี้นมโดซานขอคำแนะนำเรื่องการทำธุรกิจกับฮันจียอง และฮันจียองตอบกลับนมโดซานตรงๆ ว่า

“เลิกเป็นประธานเถอะครับ คุณไม่มีดีเอ็นเอประธานอยู่ในตัวหรอก อย่าทำให้ชีวิตใครหลายคนต้องลำบาก ถ้าเข้าแซนด์บ็อกซ์ได้แล้วให้จ้างประธานก่อนเลยครับ” (ตอนที่ 3, 51:25)

4. ตัวละครหญิง หรือตัวละครคู่ขัดแย้ง



ภาพที่ 16 ภาพตัวละครวอนอินแจ

วอนอินแจเป็นพี่สาวของซอด้ลมี เธอมักจะเลือกโอกาสให้ตนเองเสมอ โดยตัดสินใจเลือกที่จะตามไปอยู่กับแม่ที่อเมริกา เพราะอยากมีชีวิตที่ดีกว่าอยู่กับพ่อ เมื่อโตขึ้นวอนอินแจก็ประสบความสำเร็จในฐานะของนักธุรกิจหญิงจากการสนับสนุนของพ่อเลี้ยง ซึ่งนั่นทำให้วอนอินแจรู้สึกว่าคุณเองคิดถูกที่ตัดสินใจเลือกที่จะไม่อยู่กับพ่อ เพราะจะได้ไม่ต้องมีชีวิตที่ลำบากแบบน้องสาว

ความต้องการของตัวละคร: วอนอินแจต้องการที่จะพิสูจน์ให้พ่อเลี้ยงและคนรอบข้างเห็นว่าเธอสามารถประสบความสำเร็จได้ด้วยความสามารถของเธอเอง โดยไม่จำเป็นต้องใช้เงินหรือเส้นสายของพ่อเลี้ยง

พัฒนาการของตัวละคร: พื้นฐานของตัวละครวอนอินแจจะมีความคล้ายคลึงกับตัวละครอันจีพยอง คือเป็นหญิงสาวที่เพียบพร้อมและประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานจนถึงจุดสูงสุด ซึ่งการที่เธอประสบความสำเร็จตั้งแต่อายุน้อย ทำให้เกิดการทะนงตนและมองว่าตนเองอยู่เหนือคนอื่นอยู่เสมอ ในช่วงแรกจะเห็นว่าวอนอินแจเชื่อมั่นมาตลอดว่าสิ่งที่ตนเองกระทำหรือเลือกนั้นถูกต้องที่สุด โดยเธอเชื่อมั่นในตนเองว่าหากเธอออกมาทำธุรกิจเป็นของตนเอง เธอก็จะสามารถประสบความสำเร็จ เพราะเธอเคยทำให้บริษัทของพ่อเลี้ยงประสบความสำเร็จมาก่อน แต่เมื่อได้มาลองลงมือทำธุรกิจสตาร์ทอัพด้วยตนเองจริงๆ ต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ก็ทำให้วอนอินแจเกิดการเรียนรู้ว่าการที่เธอเคยขึ้นไปอยู่บนจุดสูงสุดของชีวิตได้นั้น ล้วนแล้วแต่เป็นความว่างเปล่าทั้งสิ้น ที่ผ่านม เธอทำธุรกิจกับพ่อเลี้ยงโดยมุ่งหวังแต่ผลกำไรเป็นหลัก โดยไม่เคยนึกถึงสังคมด้วยซ้ำ การได้ทดลองทำธุรกิจด้วยตนเองก็ทำให้เธอพบความหมายและความต้องการในการทำธุรกิจ เธออยากทำธุรกิจที่ทำให้ผู้คนในสังคมมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและเป็นธุรกิจที่จะนำพาโลกไปสู่อนาคตที่ดีกว่าเดิม การได้

เผชิญกับความเสี่ยงและความผิดหวังในการทำธุรกิจก็ทำให้วอนอินแจลดทิว ความทะนงตนของตัวเอง ลงมา และเริ่มมองซอด้ลมีด้วยสายตาของพี่สาวที่เข้าใจและภูมิใจในทางเลือกน้องสาวมากยิ่งขึ้น

บทสนทนา: วอนอินแจลักษณะคำพูดของวอนอินแจจะมีลักษณะของความเป็นผู้บริหาร แสดงออกถึงความเด็ดเดี่ยวและมั่นใจในตัวเอง

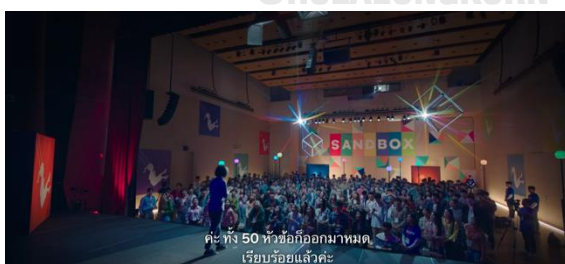
ตัวอย่างบทสนทนาของวอนอินแจ

“ฉันไม่สนใจคอมเมนต์ใดๆ พวกนั้นหรอกค่ะ มีใครบางคนบอกไว้ว่า การไม่สนใจ... คือการ แก่แค่นที่ดีที่สุดสำหรับพวกเร้า” (ตอนที่ 1, 7:30)

5. การวิเคราะห์ฉาก

ฉากสำคัญที่ปรากฏในซีรีส์เรื่องนี้หลักๆ จะมี 2 แบบ คือ ฉากแซนด์บ็อก และฉากที่เป็นบ้าน ของตัวละครหลักโดยเฉพาะซอด้ลมี

ฉากแซนด์บ็อกซ์เปรียบเสมือนเป็นพื้นที่เพื่อบ่มเพาะเหล่าสตาร์ทอัพหน้าใหม่ โดยภายใน แซนด์บ็อกซ์จะประกอบไปด้วยพื้นที่ส่วนกลางสำหรับให้บุคลากรในแซนด์บ็อกซ์ได้มานั่งพักผ่อน เพื่อดื่ม กาแฟหรือพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ร่วมงาน รวมถึงมีพื้นที่สำหรับการแข่งขันและนำเสนอ ผลงานของเหล่าผู้เข้าแข่งขันแซนด์บ็อกซ์



ภาพที่ 17 ภาพพื้นที่ภายในแซนด์บ็อกซ์ที่ใช้สำหรับการแข่งขันและนำเสนอผลงาน

ภาพที่ 18 ภาพพื้นที่ส่วนกลางของแซนด์บ็อกซ์

สำหรับฉากของแฮนด์บ็อกซ์นั้น จะประกอบไปด้วยห้องทำงาน และเวทีการแข่งขันที่สามารถพบได้บ่อยในซีรีส์เรื่องนี้ โดยห้องทำงานของแฮนด์บ็อกซ์จะประกอบไปด้วยสิ่งประดิษฐ์อันสะท้อนให้เห็นว่าเป็นพื้นที่สำหรับการทำงาน มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ช่วยสร้างระบบนิเวศในการทำงาน แก่สตาร์ทอัพให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น โต๊ะปรับระดับความสูงได้อัตโนมัติ เครื่องเล่นเกม และอุปกรณ์เทคโนโลยีที่สามารถใช้งานได้อย่างไม่มีข้อจำกัด เป็นต้น



ภาพที่ 19 ภาพห้องทำงานในแฮนด์บ็อกซ์

สำหรับฉากเวทีการแข่งขัน เป็นฉากที่มักปรากฏในช่วงภาวะวิกฤตของเรื่องราว เพื่อขบขันความเข้มข้นของเรื่องราวของการแข่งขันการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ ลักษณะของฉากจะเป็นโถงกว้างที่มีเวทีและหน้าจอขนาดใหญ่ เพื่อให้ผู้เข้าแข่งขันได้ใช้ในการนำเสนอผลงาน ด้านล่างเวทีจะมีที่นั่งของคณะกรรมการและที่นั่งของผู้ชมที่เข้ามาชมการแข่งขัน ซึ่งลักษณะของฉากเวทีการแข่งขันจะคล้ายคลึงกับเวทีการแข่งขันที่สามารถพบเจอได้ในชีวิตจริง อันจะสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมและทำให้ผู้ชมรับรู้ได้ถึงความรู้สึกกดดันในการแข่งขันไปพร้อมกับตัวละคร



ภาพที่ 20 ภาพเวทีที่ใช้ในการแข่งขันตลอดทั้งเรื่อง

นอกจากฉากแซนด์บ็อกซ์แล้ว ยังมีฉากของที่พักรักษาตัวของตัวละคร ที่ใช้เพื่อเล่าเรื่องราวชีวิตความเป็นอยู่หรือเล่าเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของคนในครอบครัว เช่น ฮันจียองที่อาศัยอยู่ตัวคนเดียวในคอนโดมิเนียมหรูตั้งอยู่ดิริมน้ำอัน สะท้อนความหรูหรา และบ่งชี้ให้เห็นถึงสถานะที่ร่ำรวยของตัวละคร ในขณะที่ความหรูหราของคอนโดมิเนียม ก็ยังสะท้อนให้เห็นถึงความโดดเดี่ยวของตัวละครฮันจียองด้วยเช่นกัน แม้จะมีพื้นที่พักรักษาตัวกว้างขวางแต่ก็ปราศจากความสุขหรือความอบอุ่นแบบครอบครัว อันเป็นสิ่งที่ฮันจียองไม่เคยได้สัมผัส เนื่องจากเป็นเด็กกำพร้าและเติบโตมาอย่างตัวคนเดียว หรือซอด้ลมีที่เติบโตมากับย่าเพียงแค่อสองคนและไม่ได้มีฐานะร่ำรวย ขนาดของบ้านจึงค่อนข้างเล็กและเป็นบ้านชั้นเดียว แต่ถึงแม้ว่าบ้านจะหลังเล็ก แต่ก็อบอุ่นไปด้วยความอบอุ่นของความสัมพันธ์ย่า-หลาน โดยในยามที่ซอด้ลมีเกิดความรู้สึกท้อแท้ บ้านจะเป็นพื้นที่ที่ทำให้เธอได้ปลดปล่อยความอ่อนแอของตัวเองออกมาและทำให้เธอเข้มแข็งในคราวเดียว และในตอนสุดท้ายบ้านของซอด้ลมีก็กลายเป็นพื้นที่ที่ทำให้แม่และพี่สาวได้กลับมาอยู่เป็นครอบครัวเดียวกันอีกครั้ง

4.2 การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ

ซีรีส์เรื่อง Start-Up นี้ เป็นซีรีส์แนวธุรกิจ-ดราม่า (Business Drama) ที่มีซอด้ลมี นัมโดซาน ฮันจียองและวอนอินแจเป็นตัวละครหลักในการดำเนินเรื่องราว และทำให้เกิดเรื่องราวการแข่งขันและทำธุรกิจร่วมกัน โดยซีรีส์จะมีถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ต่างๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.2.1 ความรู้และแนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ

ซอด้ลมีและนัมโดซานต่างก็เป็นมือใหม่ในการทำธุรกิจ ต่างจากวอนอินแจที่เคยผ่านสนามของการทำธุรกิจมาก่อนแล้ว เมื่อเนื้อเรื่องถูกดำเนินผ่านตัวละครซอด้ลมีเป็นหลัก ผู้สร้างจึงได้มีการออกแบบการเล่าเรื่องให้มีการถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจอยู่เป็นระยะๆ ตลอดทั้งเรื่องผ่านบทสนทนาของตัวละคร เพื่อให้ตัวละครซอด้ลมีและนัมโดซานเกิดการเรียนรู้และฝ่าฟันอุปสรรคปัญหาในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพไปได้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 21 ภาพประธานยุทธชนฮักให้คำแนะนำแก่เหล่าสตาร์ทอัพหน้าใหม่

“อย่าเจ็บปวด แม่ธุรกิจจะล้มเหลว” – ประธานยุทธชนฮัก (ตอนที่ 1, 7:01 น.)

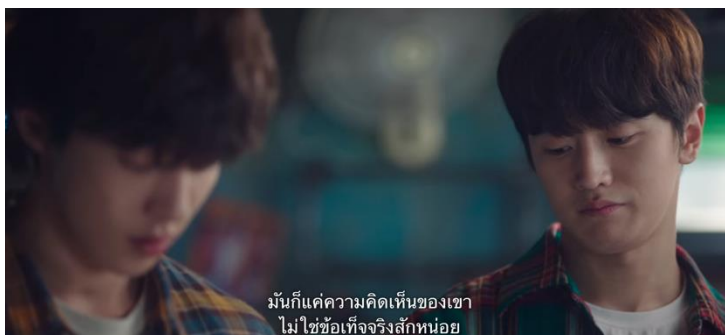
ประธานยุทธชนฮักให้คำแนะนำในการทำธุรกิจแก่เหล่าสตาร์ทอัพว่า ในช่วงแรกของการทำสตาร์ทอัพนั้น ทุกคนต่างก็ต้องเปรียบเสมือนเป็นเด็กที่เพิ่งเริ่มศึกษาและเรียนรู้สิ่งต่างๆ อาจมีหกล้มและเจ็บปวดบ้างระหว่างการเรียนรู้ เพราะฉะนั้น จึงอย่าได้กลัวที่จะเผชิญหน้ากับความเจ็บปวดจากความล้มเหลวจนไม่กล้าลุกขึ้นสู้หรือเรียนรู้ใหม่อีกครั้ง



ภาพที่ 22 ภาพประธานยุทธชนฮักให้คำแนะนำด้านการทำธุรกิจแก่พ่อชอดัลมี

“การริบหากำไรตั้งแต่ช่วงเริ่มก่อตั้งธุรกิจ ก็เปรียบเสมือนการตีมน้ำทะเล” – ประธานยุทธชนฮัก (ตอนที่ 1, 56:20 น.)

ประธานยุทธชนฮักให้คำแนะนำในการทำธุรกิจแก่พ่อชอดัลมีว่า ในการเริ่มต้นทำธุรกิจนั้น การคำนึงถึงแต่ผลกำไรของธุรกิจตั้งแต่ในช่วงแรก โดยมิได้คำนึงความต้องการของผู้บริโภคเลย อาจนำมาสู่ความไม่ยั่งยืนทางธุรกิจ การทำธุรกิจจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญแก่ส่วนประกอบอื่นๆ ทางธุรกิจด้วย มิใช่มุ่งหวังเพียงผลกำไรเพียงอย่างเดียว



ภาพที่ 23 ภาพนัมโดซานที่กำลังรู้สึกหมกหมองใจเพราะของฮันจียอง

“อย่าเอาความคิดเห็นของคนอื่น มาเป็นตัวกำหนดตัวตนของตัวเอง” – คิมยงซาน

(ตอนที่ 2, นาทีที่ 59:00 น.)

ในตอนฮันจียองปฏิเสธที่จะใช้ความช่วยเหลือแก่บริษัทของนัมโดซาน เพราะบริษัทของนัมโดซานไม่มีศักยภาพมากเพียงพอให้เข้าไปร่วมลงทุน ผู้สร้างต้องการที่จะสื่อสารแก่ผู้ชมว่า บางคำพูดที่เข้ามาบั่นทอนจิตใจเรา สุดท้ายมันก็แค่ลมปากของคนอื่น สิ่งที่ดีที่สุดคือการไม่นำความคิดเห็นเหล่านั้นมาใส่ใจและไม่จมอยู่กับคำพูดแย่ๆ อันจริงแต่จะทำให้เรายอมแพ้ต่อความฝันง่ายขึ้น



ภาพที่ 24 ภาพแม่ซอด้ลมีที่กำลังพูดเตือนสติแก่ซอด้ลมี

“ถ้าเอาแต่พูดไปเรื่อย ก็จะเป็นแค่นักนั้กตัมตุน” – แม่ของซอด้ลมี (ตอนที่ 3, 17:30 น.)

แม่ของซอด้ลมีได้พูดเตือนสติแก่ซอด้ลมีว่า หากเอาแต่พูดส่งๆ ว่าตนเองจะประสบความสำเร็จ หรือพูดเพื่อข่มคนอื่น แต่ไม่ลงมือทำตามสิ่งที่ตนพูด สุดท้ายแล้วผู้พูดก็จะกลายเป็นแค่คนที่ไปปดมดเท็จคนหนึ่งที่หาความจริงจากคำพูดนั้นไม่ได้ เป็นการสื่อความหมายเป็นนัยว่า

จงอย่าได้เอาแต่พูดถึงความฝันของตนเองไปวันๆ แต่จงลงมือทำด้วย เพราะสิ่งสำคัญที่จะทำให้เราประสบความสำเร็จมิใช่เพียงแค่การมีความฝัน แต่คือการลงมือทำอย่างตั้งใจ



ภาพที่ 25 ภาพซอตลมีขณะยืนรอลิฟต์และใคร่ครวญเกี่ยวกับความก้าวหน้าในชีวิต

“หากขึ้นลิฟต์ผิดตัว ก็อาจจะไปไม่ถึงฝั่งฝัน” – ซอตลมี (ตอนที่ 3, 47:03 น.)

ขณะที่ซอตลมียืนรอขึ้นลิฟต์สำหรับพนักงานอยู่นั้น ก็มีพนักงานส่งของเข้ามาตามทางไปชั้นสำหรับผู้บริหาร ซึ่งลิฟต์ของผู้บริหารนั้นจะต้องขึ้นอีกฝั่งหนึ่งมิใช่ตัวเดียวกับลิฟต์ของพนักงานทั่วไป ซึ่งจุดนี้เองเป็นจุดสำคัญที่ทำให้ซอตลมีตระหนักได้ว่า หากเธอยังย่ำอยู่กับที่เธอก็จะได้ขึ้นลิฟต์ฝั่งพนักงานตลอดไป เธอจะไม่มีวันเติบโตและประสบความสำเร็จในชีวิตได้แน่ ดังนั้นหากเธออยากขึ้นลิฟต์ฝั่งของผู้บริการ สิ่งที่ต้องทำก็คือการกล้าที่จะพาตัวเองออกมาจากจุดเดิม และเริ่มต้นก้าวเดินใหม่ที่จะนำพาเธอไปสู่ความสำเร็จ



ภาพที่ 26 ภาพนัมโดซานและเพื่อนๆ กำลังอธิบายเทคโนโลยีของตนเองแก่นักลงทุน

“รู้ว่าผู้ฟังต้องการอะไร และนำเสนอให้ถูกจุด” – ฮันจีพยอง (ตอนที่ 4, 18:00 น.)

ตอนที่นมโดซานและเพื่อนๆ กำลังนำเสนอเทคโนโลยีที่ตนเองพัฒนาขึ้นมาให้เหล่านักลงทุน แต่ไม่มีนักลงทุนคนไหนสนใจเทคโนโลยีของนมโดซานเลย เพราะบริษัทของนมโดซานไม่มีแผนธุรกิจที่ชัดเจน ทำให้นักลงทุนไม่กล้าลงทุนด้วย ซึ่งในแง่ของการทำธุรกิจนั้น ฉากนี้เป็นการนำเสนอความรู้ให้แก่ผู้ที่ต้องการทำธุรกิจทราบว่า การเริ่มต้นทำธุรกิจนั้นสิ่งสำคัญที่เหล่าผู้ประกอบการจำเป็นต้องคำนึงถึงก็คือ การมีแผนโมเดลธุรกิจ (Business Model) เพื่อให้นักลงทุนทราบว่าธุรกิจนั้นๆ มีจุดประสงค์ในการประกอบธุรกิจเพื่ออะไร มีแผนในการดำเนินงานแบบใด หรือสามารถสร้างกำไรได้อย่างไร เป็นต้น



ภาพที่ 27 ภาพอันจีพยองให้คำแนะนำแก่นมโดซานก่อนเข้าแข่งขันแซนด์บ็อกซ์

“ความหลากหลาย คือ ปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจ” – อันจีพยอง (ตอนที่ 4, 50:30 น.)

อันจีพยองให้คำแนะนำแก่นมโดซานอย่างตรงไปตรงมาว่า นมโดซานไม่เหมาะสมกับการเป็นประธานบริษัท หากสามารถเข้าแซนด์บ็อกซ์ได้แล้ว สิ่งที่นมโดซานควรทำก็คือการจ้างประธานมาบริหารงานแทน แม้จะเป็นคำพูดที่สร้างความเจ็บปวดแก่นมโดซานไม่น้อย แต่อันจีพยองก็เตือนด้วยความหวังดีในฐานะของนักลงทุน ที่มองว่าหากนมโดซานยังเป็นประธานบริษัทต่อไปก็ไม่มีทางที่บริษัทจะประสบความสำเร็จได้ เพราะนมโดซานขาดทักษะของความเป็นผู้นำ

ในเชิงของการทำธุรกิจ ความหลากหลายเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะทำให้องค์กรมีมุมมองหรือทักษะที่แตกต่างหลากหลาย ซึ่งจะทำให้เกิดการเกื้อหนุนกันและกันในอนาคต หากในองค์กรนั้นมีแต่บุคลากรที่ทำงานสายเดียวกัน เช่น บริษัทชมชานเทคโนโลยีที่มีทั้งประธานและผู้ร่วมก่อตั้งเป็นสายนักพัฒนา (Developer) ทั้งหมด วิสัยทัศน์ในการบริหารองค์กรก็จะขาดความหลากหลาย เพราะประธานก็จะมองธุรกิจด้วยสายตาของนักพัฒนาเพียงอย่างเดียว ฉะนั้นแล้ว ในการทำธุรกิจ

องค์กรจำเป็นต้องมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญด้านอื่นๆ ด้วย เช่น บุคลากรด้านการตลาด บุคลากรด้านการออกแบบ หรือบุคลากรด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ก็จะทำให้องค์กรไปได้ไกล และมีโอกาสในการประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 28 ภาพนัมโดซานกำลังหารือกับเพื่อนๆ เพื่อหาประธานบริษัท

“จงร่วมงานกับคนที่เห็นคุณค่าในตัวเรา และปฏิบัติต่อผู้ร่วมงานด้วยความเท่าเทียม”

– นัมโดซาน (ตอนที่ 4, 1:10:30 น.)

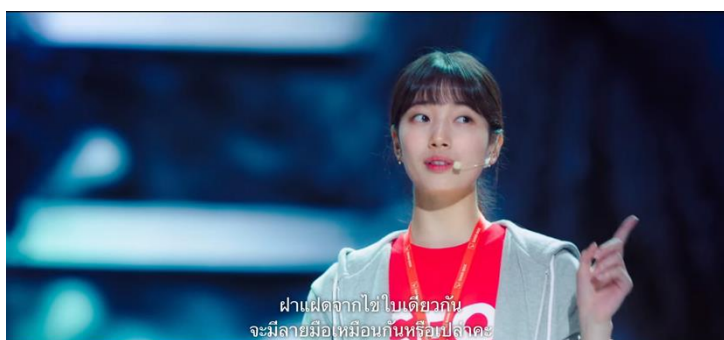
ตอนที่ นัมโดซาน และเพื่อนๆ ต้องตัดสินใจว่าจะเลือกใครมาเป็นประธานบริษัทซัมซานเทค โดยวอนอินแจยื่นข้อเสนอ “จะจ้าง” นัมโดซานและเพื่อนๆ ในขณะที่ซอดัลมีขอให้ซัมซานเทค “ช่วยจ้าง” เธอเป็นประธาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นทัศนคติในการทำงานของซอดัลมีและวอนอินแจจากข้อเสนอที่มีต่อ นัมโดซาน โดยจะเห็นว่าวอนอินแจนั้นมีความทะนงตน คิดว่าตนเองอยู่เหนือทุกคน เพราะมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาก่อน มีหน้าซำยังมองนัมโดซานเป็นแค่ลูกจ้างคนหนึ่ง ในขณะที่ซอดัลมีรู้ตัวดีว่าตนเองนั้นขาดประสบการณ์ในการเป็นประธาน จึงมองนัมโดซานในฐานะของผู้ร่วมงานที่ต้องการสร้างประสบการณ์และเรียนรู้การทำธุรกิจไปด้วยกัน ในแง่ของการทำธุรกิจ เราก็ควรที่จะปฏิบัติต่อผู้ร่วมงานด้วยความเท่าเทียมและเคารพคุณค่าในตัวตนของกันและกัน เพราะแต่ละคนก็มีความสามารถที่แตกต่างกันไป



ภาพที่ 29 ภาพซอตล์มี นัมโดซาน และเพื่อนร่วมทีมกำลังระดมความคิดเพื่อหาทางออกของปัญหา

“การเปลี่ยนวิธีคิดหรือวิธีทำ อาจนำมาซึ่งคำตอบที่ใช่” – ซอตล์มี (ตอนที่ 5, 32:20 น.)

ตอนที่ นัมโดซานและเพื่อนๆ ไม่สามารถเขียนโปรแกรมให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซอตล์มีจึงลองเสนอแง่มุมในการแก้ไขปัญหาที่ นัมโดซานและเพื่อนๆ อาจนึกไม่ถึง เพราะการลงมือทำแต่ในสิ่งเดิมๆ อาจไม่ถูกต้องเสมอไป การลองทำอะไรใหม่ๆ บ้างอาจให้ผลลัพธ์ที่ ใหม่มากกว่า อันเป็นการสะท้อนความสำคัญของการมีบุคลากรที่หลากหลายอยู่ในองค์กร เพราะความหลากหลายของบุคลากรก็จะยิ่งเพิ่มความหลากหลายของทางออกของปัญหา บางปัญหาเมื่อเราติดอยู่กับมันนานๆ เราก็มักจะจมดิ่งลงไป在那ปัญหา นั้นจนยากจะหาทางออก ต่างกับบุคคลภายนอกที่อาจจะไม่ได้สัมผัสกับปัญหานั้นโดยตรง เมื่อมองเข้ามาอาจเห็นทางออกของปัญหายากกว่า นอกจากนี้ ในตอนนี้ยังเป็นตอนที่ช่วยขับเคลื่อนทักษะการเป็นผู้นำของซอตล์มี เพราะการเป็นประธานที่ดีนอกจากพร้อมที่จะรับฟังปัญหาที่เกิดขึ้นภายในทีมแล้ว ยังต้องมีความพร้อมที่จะเสนอทางออกให้แก่ทีมอยู่เสมอ



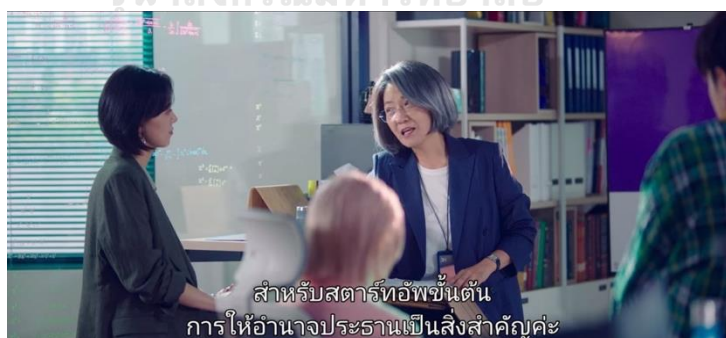
ภาพที่ 30 ภาพซอตล์มีกำลังพรีเซนต์ผลงานในรอบการแข่งขันแฮกกาธอน

“มัดใจนักลงทุนด้วยการพิชชิง 3 นาที” - ซอด้ลมี (ตอนที่ 5, 54:00 น.)

ในตอนที่ซอด้ลมีจะต้องนำเสนอผลงานในช่วงการแข่งขันแฮกกาธอน จะพบว่าลักษณะการนำเสนอฉากนี้ ผู้สร้างมีการออกแบบและถ่ายทอดเนื้อหาของ การนำเสนอออกมาได้อย่างถูกต้องตามหลักการนำเสนอผลงาน โดยประเด็นในการนำเสนอผลงานหรือการพิชชิง (Pitching) จำเป็นต้องประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

1. ต้องบอกถึงปัญหา (Problem) ว่าปัญหาที่ต้องการแก้ไขคืออะไร และทำไมปัญหานี้จึงสำคัญ โดยปัญหาที่ยกมานำเสนอ ต้องมีหลักฐานในการรองรับ
2. ต้องเสนอทางออก (Solution) เพื่อบอกว่าจะสามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างไร ผลลัพธ์คืออะไร
3. ต้องบอกแผนโมเดลธุรกิจ (Business model) เพื่อให้ทราบว่าธุรกิจนี้จะนำไปต่อยอดหรือสร้างผลกำไรในอนาคตได้อย่างไร

และในด้านของผู้นำเสนอ ก็ควรคำนึงถึงจุดประสงค์หลักของการพิชชิงด้วยเช่นกัน เพราะการพิชชิง คือการนำเสนอเพื่อดึงดูดความสนใจของนักลงทุน ดังนั้นข้อมูลที่ใช้ในการนำเสนอจึงต้องสั้น กระชับ และทำให้ผู้ฟังรับรู้ถึงแรงปรารถนา (Passion) ของผู้นำเสนอให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ยังไม่ควรใช้เวลาในการนำเสนอเกิน 3-5 นาที



ภาพที่ 31 ภาพตอนที่บริษัทของซอด้ลมีและวอนอินแจกำลังประชุมเพื่อแบ่งเปอร์เซ็นต์ผู้ถือหุ้น

“ส่วนแบ่งผู้ถือหุ้น คือ อำนาจสำคัญของประธาน” – ประธานขุนซอนฮัก (ตอนที่ 6, 33:30 น.)

ในตอนนี้เป็นตอนที่บริษัทของซอด้ลมี และบริษัทของวอนอินแจต้องทำการแบ่งหุ้นส่วนผู้ก่อตั้ง โดยประธานขุนซอนฮักและฮันจีพยองต่างก็ให้คำแนะนำในการทำธุรกิจแก่ลูกทีมของตนเอง เป็นการนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้เห็นถึงลักษณะการแบ่งหุ้นในธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยสำหรับสตาร์ทอัพระยะเริ่มต้นนั้น ต้องรวบรวมหุ้นมากกว่า 60% ให้แก่คีย์แมนขององค์กรตั้งแต่ว่างแรก เพื่อให้คีย์แมนเป็นบุคคลที่ถือหุ้นของบริษัทมากที่สุด เป็นการป้องกันการซื้อหุ้นจากนักลงทุนภายนอกแล้วเข้ามาควบคุมกิจการแทน

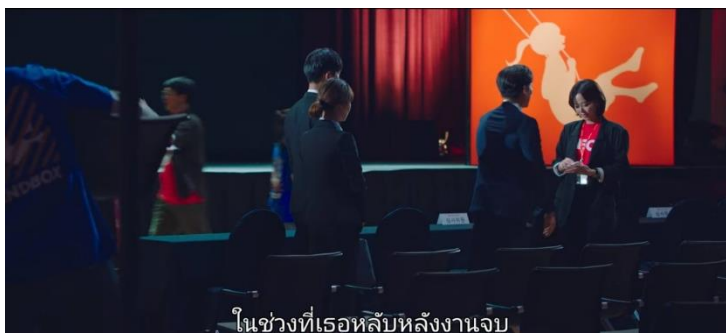


ภาพที่ 32 ภาพนัมโดซานกำลังทดสอบสินค้าต้นแบบของนัมซอนโฮ

“รูปแบบของผลตอบแทน บางครั้งอาจไม่จำเป็นต้องเป็นเงินสดไป” – นัมซอนโฮ

(ตอนที่ 6, 31:21 น.)

ในตอนนี้เป็นตอนที่สะท้อนให้เห็นว่า ในช่วงที่เหล่านักธุรกิจต่างแข่งขันกันอย่างดุเดือด ผู้คนต่างคาดหวังแต่ผลกำไรของบริษัท ในขณะที่บางคนกลับหวังผลในระยะยาว หรือแสวงหาผลตอบแทนที่แตกต่างกันออกไป ดังเช่นนัมซอนโฮ ลูกพี่ลูกน้องของนัมโดซาน ที่มักจะให้ความช่วยเหลือแก่เหล่านักธุรกิจสตาร์ทอัพเพื่อแลกกับหุ้นให้ 1% แทนการรับเงินค่าจ้าง แม้จะเป็นเปอร์เซ็นต์หุ้นที่น้อยนิด แต่เมื่อพิจารณาอย่างถี่ถ้วนจะพบว่าเป็นการยื่นข้อเสนอผลตอบแทนที่ผ่านการคิดมาอย่างรอบคอบ เพราะแม้เปอร์เซ็นต์หุ้นจะน้อย แต่หากบริษัทนั้นประสบความสำเร็จ นัมซอนโฮก็จะได้รับเงินปันผลจากหุ้น 1% ด้วย และจะได้รับเงินปันผลต่อไปเรื่อยๆ จนกว่าบริษัทจะปิดตัวลง อีกนัยหนึ่งนับว่าเป็นการลงทุนน้อยแต่ได้ผลตอบแทนในระยะยาว



ในช่วงที่เธอหลับหลังงานจบ

ภาพที่ 33 ภาพวอนอินแจเข้าไปทำความรู้จักกับนายทุนเพื่อสร้างคอนเนกชั่น

“จงมองหาและสร้างโอกาสสำหรับตนเองอยู่เสมอ” – วอนอินแจ (ตอนที่ 7, 43:20 น.)

วอนอินแจเข้าไปทำความรู้จักกับประธานธนาคารจองฮันหลังการแข่งขันแฮกกาธอนจบลง เป็นการสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ที่เป็นประธานมักมองหาโอกาสให้แก่บริษัทของตนเองเสมอ ในขณะที่คนอื่น ๆ รวมถึงซอด้ลมีต่างก็มีโอกาสในการสร้างเครือข่ายพันธมิตรกับนักลงทุน แต่ซอด้ลมีเลือกที่จะปล่อยโอกาสนั้นผ่านไป ในขณะที่วอนอินแจเลือกที่จะคว้าโอกาสนั้นไว้ ดังนั้นจึงเป็นบทเรียนสำคัญแก่ผู้ชมและเหล่าผู้ทำธุรกิจว่า หากเรามัวแต่รอให้โอกาสเข้ามาหา เราอาจไม่มีวันประสบความสำเร็จได้ แต่ถ้าเรามองหาและสร้างโอกาสด้วยตัวเอง ความสำเร็จอาจอยู่ใกล้แค่เอื้อมก็เป็นได้



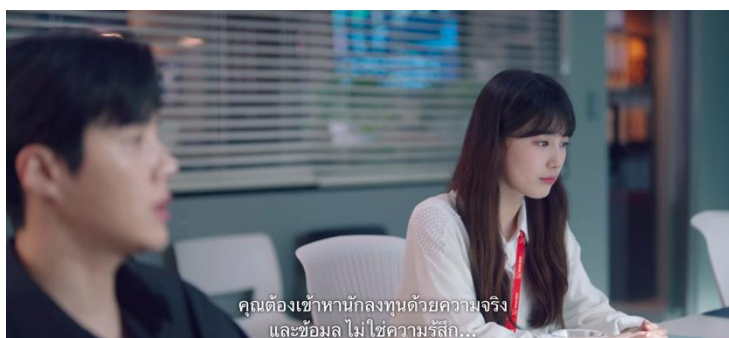
ว่าการสร้างศัตรูหนึ่งคน เหมือนการสร้างหนึ่งร้อยล้าน

ภาพที่ 34 ภาพซอด้ลมีกำลังพูดคุยกับนมโดซานเรื่องการของเงินทุนเพื่อนำมาต่อยอดบริษัท

“การสร้างศัตรูหนึ่งคน เหมือนการสร้างหนึ่งร้อยล้าน” – ซอด้ลมี (ตอนที่ 7, 47:03 น.)

ในตอนนี้เป็นตอนที่สื่อให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ แม้ซอด้ลมี จะไม่ต้องการข้องเกี่ยวกับประธานวอนดุงจอง (พ่อเลี้ยงของพี่สาว) แต่ในฐานะของประธานที่ต้องหาเงินทุนมาสนับสนุนบริษัทเพื่อให้ธุรกิจสามารถเดินไปต่อได้ บางครั้งการตัดทิวออกไปและเลือกที่จะ

อดทนเพื่อผูกสัมพันธ์กับพันธมิตรทางธุรกิจ อาจนำมาซึ่งผลลัพธ์ที่ดีกว่า โดยในตอนนี้นอกจากจะให้ข้อคิดในเรื่องของการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจแล้ว ยังเป็นอีกหนึ่งฉากที่สะท้อนให้เห็นภาวะการเป็นผู้นำของซอด้ลมี ซอด้ลมีเลือกที่จะสร้างโอกาสให้แก่ธุรกิจของเธอ แม้ว่าโอกาสนั้นจะต้องแลกมาด้วยการเข้าไปข้องเกี่ยวกับบุคคลที่เธอไม่สนิทใจด้วย แต่ซอด้ลมีก็สามารถแสดงความเป็นมืออาชีพด้วยการตัดความรู้สึกส่วนตัวออกไปจากเรื่องงาน



ภาพที่ 35 ภาพซอด้ลมีกำลังโน้มน้าวใจฮันจีพยอง

“การโน้มน้าวใจ ไม่จำเป็นต้องใช้ข้อเท็จจริงเสมอไป” - ซอด้ลมี (ตอนที่ 8, 11:11 น.)

ในตอนที่ซอด้ลมีต้องนำเสนอแผนธุรกิจเพื่อโน้มน้าวใจนักลงทุนอย่างฮันจีพยอง แม้ว่าฮันจีพยองจะมองว่าแผนธุรกิจของซอด้ลมีไม่สามารถสร้างกำไรและไม่มีทางดึงดูดใจนักลงทุนได้แน่นอน แต่ซอด้ลมีก็ไม่ย่อท้อและโน้มน้าวใจฮันจีพยองต่อไป โดยรูปแบบข้อมูลที่ซอด้ลมีใช้ในการโน้มน้าวใจคือการเล่าเรื่องความหลังที่เป็นแรงบันดาลใจให้เธออยากสร้างธุรกิจนี้ขึ้นมา ซึ่งในท้ายที่สุดก็สามารถโน้มน้าวใจฮันจีพยองได้ เป็นการสื่อให้เห็นว่าการพูดเพื่อโน้มน้าวใจบางครั้ง การมีแต่ชุดข้อมูลและข้อเท็จจริงก็ไม่อาจสร้างความน่าสนใจให้แก่ผู้ฟังได้ ฉะนั้นควรแสดงให้เห็นถึงแรงปรารถนา (Passion) ของผู้สร้างร่วมด้วย สื่อให้ผู้ฟังรับรู้ถึงความยิ่งใหญ่ที่ผู้สร้างคาดหวังไว้ก็อาจทำให้ผู้ฟังคล้อยตามได้เช่นกัน



ภาพที่ 36 ภาพซอตล์มีกำลังโน้มน้าวใจนายทุนที่ทำการเพื่อสังคม

“การเข้าหาแหล่งเงินทุนเพื่อกิจการทางสังคม (CSR)” - ซอตล์มี (ตอนที่ 8, 25:22 น.)

ในตอนนี้เป็นตอนที่ผู้สร้างต้องการทำให้ผู้ชมเห็นถึงความยากลำบากของการทำธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่ไม่ได้เน้นสร้างผลกำไรแต่เพื่อสร้างผลประโยชน์สู่สังคม ก็จะต้องหาทุนในการสนับสนุนยากขึ้นไปอีก เพราะมักไม่มีนักลงทุนคนไหนสนใจที่จะให้ทุนสนับสนุนธุรกิจที่ไม่สามารถสร้างผลตอบแทนในรูปแบบของผลกำไรที่เป็นเม็ดเงินกลับคืนมา โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสังคม มักจะต้องเข้าแหล่งเงินทุนรายใหญ่ที่มีความสำคัญกับการทำธุรกิจเพื่อสังคมหรือที่เรียกว่า การทำซีเอสอาร์ (CSR) จุดประสงค์ของบริษัทใหญ่ๆ ในการทำซีเอสอาร์คือ เพื่อเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร อันเป็นรูปแบบหนึ่งของการทำการตลาดขององค์กร



ภาพที่ 37 ภาพพัคซอนโฮ อินฟลูเอนเซอร์ชื่อดังของเกาหลีกำลังพูดถึงบริการของซัมซานเทค

“อินฟลูเอนเซอร์มาร์เก็ตเกิดตั้ง รูปแบบการตลาดใหม่ ที่จะทำให้ธุรกิจ Go Viral!” – นัมซอนโฮ

(ตอนที่ 8, 48:40 น.)

ในตอนนี้เป็นตอนที่ผู้สร้างถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการตลาด โดยในปัจจุบันมีรูปแบบการตลาดอยู่เป็นจำนวนมาก แต่มีรูปแบบหนึ่งที่กำลังเป็นที่นิยมและสร้างการตระหนักรู้แก่ผู้บริโภคได้มากนั่นก็คือ “การตลาดโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง” (Influencer Marketing) มาช่วยโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วอินฟลูเอนเซอร์มักจะใช้โซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก อิน스타그램 หรือทวิตเตอร์ ในการทำการตลาด ซึ่งโซเชียลมีเดียเหล่านี้จะเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ในวงกว้างและเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว เมื่ออินฟลูเอนเซอร์สร้างการตระหนักรู้ (Brand Awareness) ในกลุ่มผู้บริโภคได้แล้ว และหากผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กรมีประสิทธิภาพมากจนถูกใจผู้บริโภค ก็จะทำให้เกิดการตลาดในรูปแบบต่อมาที่เรียกว่า “การบอกปากต่อปาก” (Word of Mouth Marketing) เป็นการพูดถึงและบอกต่อๆ กันของผู้บริโภค จนส่งผลให้เกิดการแพร่กระจายของข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างรวดเร็ว (Viral Marketing)



ภาพที่ 38 ภาพอันจีพยองให้คำแนะนำแก่ซอด้ลมีในการรับมือกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ

“มือสมัครเล่นมักตอบได้ความคิดเห็นด้วยอารมณ์” – อันจีพยอง (ตอนที่ 9, 17:30 น.)

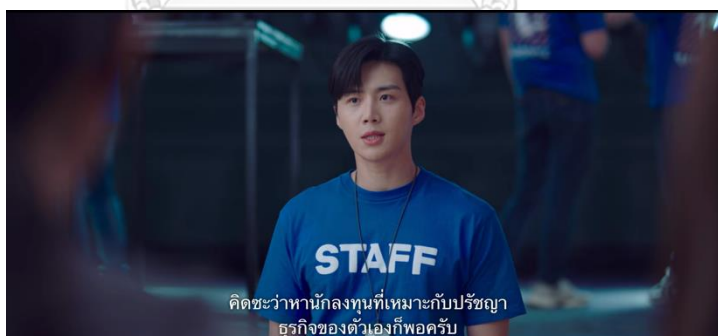
ในตอนนี้เป็นตอนที่อันจีพยองให้คำแนะนำแก่ซอด้ลมีในการตอบกลับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ (Voice of Customer) โดยในเชิงธุรกิจเสียงหรือความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ในฐานะของเจ้าของบริการควรให้ความสำคัญกับความคิดเห็นเหล่านั้น โดยต้องเปิดใจรับฟังทุกความคิดเห็นและไม่ควรเก็บความคิดเห็นของผู้ใช้บริการมาเป็นอารมณ์ นอกจากนี้ ยังไม่ควรเพิกเฉยต่อความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ แต่ควรนำมาพิจารณาเพื่อปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาบริการของตนเอง เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด



ภาพที่ 39 ภาพผู้ประท้วงที่ไม่พอใจกับเทคโนโลยีของวอนอินแจ

“การบริหารจัดการความเสี่ยง” - ประธานขุนซอนฮัก (ตอนที่ 9, 9.00 น.)

ในตอนนี้เป็นตอนที่บริษัทอินแจคอมปานีของวอนอินแจ ต้องเผชิญหน้ากับความเสี่ยงทางธุรกิจ เพราะเทคโนโลยีที่วอนอินแจกำลังพัฒนาอยู่นั้น สร้างความไม่พอใจให้แก่กลุ่มคนจำนวนหนึ่ง ซึ่งเมื่อพิจารณาในแง่ของการทำธุรกิจแล้ว การที่ต้องตกอยู่ในสถานการณ์ความเสี่ยงทางธุรกิจ (Business Risk) อาจส่งผลต่อความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจในอนาคต ซึ่งทำให้เหล่านักลงทุนเกิดความไม่เชื่อมั่น และร้ายแรงที่สุดอาจนำไปสู่การถอนการลงทุนในธุรกิจ



ภาพที่ 40 ภาพฮันจีพยองให้คำแนะนำแก่ผู้เข้าแข่งขันก่อนการแข่งขันในรอบเดโมเดย์

“จงเลือกนักลงทุนที่เหมาะสมกับปรัชญาธุรกิจของตนเอง” – ฮันจีพยอง (ตอนที่ 10, 1:01:30 น.)

เป็นตอนที่ฮันจีพยองให้คำแนะนำแก่เหล่าสตาร์ทอัพว่า ในการมองหานักลงทุนจงมองหานักลงทุนที่เหมาะสมกับปรัชญาธุรกิจของตนเอง เปรียบได้ว่าการทำธุรกิจนั้น อย่าเลือกนักลงทุนโดยพิจารณาแค่เงินทุนที่จะได้รับเพียงอย่างเดียว แต่สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงด้วย คือดูว่านักลงทุนมีความ

เข้าใจในแผนธุรกิจของเรามากน้อยเพียงใด และวิสัยทัศน์ในการทำธุรกิจของนักลงทุนสอดคล้องไปกับวิสัยทัศน์ขององค์กรเราหรือไม่



ภาพที่ 41 ภาพพ่อของนัมโตซานกำลังพูดเพื่อต่อสู้อุปสรรคที่ตามเทคโนโลยีไม่ทัน

“อย่าก้าวไปข้างหน้า จนหลงลืมคนข้างหลัง” – พ่อของนัมโตซาน (ตอนที่ 11, 22:26 น.)

เป็นตอนที่พ่อของนัมโตซานประท้วงเทคโนโลยีลดกำลังคนของอินแจคอมปานี เพราะเทคโนโลยีของอินแจคอมปานีจะทำให้คนจำนวนหนึ่งเสี่ยงที่จะต้องตกงาน ในเชิงการทำธุรกิจแล้ว แม้ว่าเราจะมีจุดประสงค์ที่ดี มีความปรารถนาที่แรงกล้า อยากจะทำธุรกิจที่ช่วยให้การใช้ชีวิตของผู้คนในสังคมมีความสะดวกสบายมากขึ้น และนำพาสังคมไปสู่โลกใบใหม่ที่ดีกว่าเดิม แต่ในทางกลับกัน สังคมที่เราอาศัยอยู่ร่วมกันนั้น ไม่ได้มีแค่กลุ่มคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ที่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง แต่หากเหลียวกลับมามองอาจจะพบว่ามีคนบางกลุ่มที่ไม่สามารถรับมือและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ทัน ดังนั้นการมีอยู่ของเทคโนโลยีจึงไม่ควรมีเพื่อสร้างความเจริญก้าวหน้าเพียงอย่างเดียว แต่ควรมีไว้เพื่อช่วยเหลือผู้คนในสังคมด้วย ในเชิงธุรกิจก็เช่นเดียวกัน การทำธุรกิจไม่ควรมุ่งหวังแต่ผลกำไรขององค์กรเป็นที่ตั้ง แต่ควรคำนึงถึงผลตอบแทนที่สังคมจะได้รับด้วย



ภาพที่ 42 ภาพฮันจียองให้คำแนะนำในการทำธุรกิจแก่คิมยงชาน

“ตอบคำถามตัวเองให้ได้ว่าต้องการอะไร” – ฮันจียอง (ตอนที่ 15, 1:09:20 น.)

ตอนที่คิมยงชาน (เพื่อนของนัมโดชาน) เข้ามาปรึกษาฮันจียอง เพราะไม่แน่ใจว่าเริ่มต้นธุรกิจอย่างไรดี โดยฮันจียองให้คำแนะนำแก่คิมยงชานว่า “เหตุผลของการทำสตาร์ทอัพของคุณคืออะไร ถ้ารู้สึกตื่นเต้นเวลาเขียนโปรแกรม คุณก็เป็นนักพัฒนาในบริษัทที่มีเงินเดือนๆ ได้ แต่ถ้ารู้สึกมีความสุขในการก่อตั้งธุรกิจและเป็นผู้บริหาร ก็สามารถทำงานบริหารได้ เพราะการทำสตาร์ทอัพมักจะเจอความยากลำบากเสมอ การได้ทำงานที่รักเท่านั้นที่จะเป็นพลังให้เราอดทนต่อไปได้” สะท้อนให้ผู้ชมเห็นว่า การที่จะตัดสินใจลงทุนทำธุรกิจ สิ่งที่สตาร์ทอัพควรทำคือ การปรึกษากับนักลงทุนหรือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญให้ดีเสียก่อน อย่าได้ผลิผลามตัดสินใจลงทุนในสิ่งใด หากยังไม่มั่นใจหรือไม่มีความรู้ในสิ่งนั้นๆ ดีพอ และในขณะที่เดียวกันก็จงตอบคำถามตัวเองให้ได้ว่าเราจะลงมือทำสิ่งนั้นไปเพื่ออะไร เพราะระหว่างทางไปสู่ความสำเร็จนั้นเราจะต้องเจอกับอุปสรรคอีกมาก แต่ถ้าเรามีเป้าหมายหรือคำตอบของสิ่งที่จะทำชัดเจน เราก็จะสามารถอดทนและฝ่าฟันอุปสรรคไปได้จนถึงปลายทาง



ภาพที่ 43 ภาพฮันจียองร่วมลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพที่ทำเพื่อสังคม

“Pay it forward คือรูปแบบของการตอบแทนประเภทหนึ่ง” - ฮันจียอง

(ตอนที่ 16, 30:00 น.)

เป็นตอนที่ฮันจียองพูดคุยแผนธุรกิจกับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพที่ให้บริการช่วยเหลือเด็กที่ต้องออกจากบ้านเด็กกำพร้า ซึ่งฮันจียองใช้เหตุการณ์และความผิดพลาดของตนเองในอดีตเป็นข้อเรียนรู้ให้แก่ตนเองในการเป็นนักลงทุนที่ดี โดยการเป็นนักลงทุนที่ดีไม่ควรหวังผลในแง่ของกำไรและความสำเร็จขอธุรกิจเพียงอย่างเดียว แต่ควรคำนึงถึงผลประโยชน์ที่สังคมจะได้รับด้วยหากธุรกิจนั้นสามารถทำให้เกิดขึ้นได้จริงในสังคม ซึ่งฮันจียองเองก็เคยเป็นเด็กกำพร้าที่ต้องใช้ชีวิตยากลำบากมาก่อน จึงไม่ต้องการให้ใครต้องมาเผชิญชะตากรรมแบบตนเองอีก ในทางธุรกิจสิ่งที่ฮันจียองทำเรียกว่า “Pay it forward.” เป็นการส่งต่อโอกาสหรือการลงทุนล่วงหน้าให้กับผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพขั้นต้น ผู้ที่เคยผ่านการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพมาก่อนนั้นจะเข้าใจความรู้สึกของคนที่ทำสตาร์ทอัพด้วยกัน เพราะช่วงแรกๆ ของการทำธุรกิจสตาร์ทอัพนั้น มักจะหาเงินลงทุนสนับสนุนได้ค่อนข้างยาก



ภาพที่ 44 ภาพซอด้ลมีกำลังหารือกับเพื่อนร่วมทีมเพื่อทำการขยายธุรกิจ

“อย่าอย่าอยู่กับที่ แต่จงเติบโตขึ้นเรื่อยๆ เสมอ” - ซอด้ลมี (ตอนที่ 16, 40:53 น.)

เป็นตอนที่บริษัทซัมซานเทคโนโลยีงจลองที่เทคโนโลยีรถยนต์ไร้คนขับสามารถเข้ารอบการประมูลสามารถขิดได้สำเร็จ ซึ่งเมื่อเล็งเห็นว่าธุรกิจเติบโตจนมีศักยภาพมากเพียงพอแล้ว ซอด้ลมีจึงหารือกับเพื่อนร่วมทีม เพราะต้องการระดมทุนจากเหล่านักลงทุน เพื่อที่จะขยายธุรกิจ (Scale Up) และเร่งความเร็วให้ธุรกิจเติบโตขึ้นไปอีกขั้น ซอด้ลมีต้องการเพิ่มกำลังคนในทีม (Manpower) และลงทุนกับการทำวิจัยและพัฒนา (Research & Development: R&D) แต่การจะขยายธุรกิจหรือการ

สเกลอัฟได้นั้น มีข้อความนิ่งแก่เหล่าสตาร์ทอัพว่า เมื่อเปิดให้นักลงทุนเข้ามาเป็นหุ้นส่วนในบริษัทแล้ว อาจจะทำให้ธุรกิจสูญเสียการควบคุมในอนาคต ฉะนั้นผู้ประกอบการธุรกิจสตาร์ทอัพจึงจำเป็นต้อง พินิจด้วยความรอบคอบก่อนที่จะตัดสินใจสเกลอัฟธุรกิจ

4.2.2 ถ่ายทอดทักษะการเป็นผู้นำผ่านตัวละครซอด้ลมี

ภายใต้การดำเนินเรื่องของซีรีส์เรื่องนี้ เนื้อหาสำคัญอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้เห็นว่าการที่ธุรกิจที่จะ ประสบความสำเร็จและสามารถขับเคลื่อนต่อไปได้ จำเป็นต้องมีผู้นำองค์กรที่มีศักยภาพในการบริหาร จัดการ ซึ่งในเรื่องนี้ซอด้ลมีจะมีบทบาทสำคัญในฐานะของการเป็นประธานบริษัทซัมซานเทค ที่ จะต้องคอยช่วยแก้ไขปัญหาภายในองค์กร หาเงินทุนเข้าบริษัท และตัดสินใจในเรื่องที่สำคัญ อันส่งผล กระทบต่อภาพรวมของบริษัท ดังนั้นนอกเหนือจากเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจที่ถูกนำเสนอ ภายในเรื่องแล้ว ซีรีส์เรื่องนี้ยังมีการถ่ายทอดเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับทักษะของการเป็นผู้นำควบคู่ไปอีก ด้วยผ่านบทสนทนาของตัวละคร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

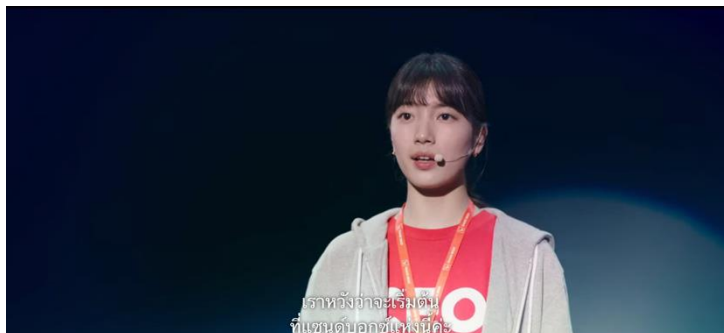


ภาพที่ 45 ภาพซอด้ลมีใช้ทักษะการเป็นผู้นำเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

“การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า คือทักษะที่สำคัญของการเป็นผู้นำ”- ซอด้ลมี (ตอนที่ 2, 15:00 น.)

เป็นตอนที่สะท้อนให้เห็นถึงทักษะการเป็นผู้นำของซอด้ลมี เมื่อต้องอยู่ในสถานการณ์วิกฤตที่ วุ่นวายและยากต่อการรับมือ ซอด้ลมีก็สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเหล่านั้นได้ โดยสิ่งสำคัญของซอด้ลมี กระทำคือ การพิจารณาว่าคุณค่าต้องการสิ่งใด และเปิดใจรับฟังความต้องการของลูกค้าทีละคน เพื่อให้การบริการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด นอกจากนี้ยังสื่อให้เห็นอีกด้วยว่า ทัศนคติของการเป็นผู้นำนั้น เมื่ออยู่ในสภาวะวิกฤตจะต้องไม่ท้อถอยและต้องพลิกวิกฤตนั้นให้เป็น

โอกาส ดังเช่นซอดัลมีที่เมื่อต้องตกอยู่ในภาวะวิกฤตที่อาจทำให้ตนเองต้องลำบาก แต่ซอดัลมีกลับเลือกที่มองวิกฤตนั้นเป็นโอกาสของตนเอง และเลือกที่จะอดทนต่อสู้ เพื่อที่จะได้มีการงานที่มั่นคง



ภาพที่ 46 ภาพซอดัลมีใช้ทักษะการเป็นผู้นำเพื่อนำเสนอผลงาน

“วุฒิการศึกษา ไม่ใช่ตัวกำหนดความสามารถในการเป็นผู้นำ” - ซอดัลมี (ตอนที่ 5, 54:00 น.)

เป็นตอนที่สืบเนื่องมาจากตอนที่ซอดัลมีพิชชิงในการแข่งขันแฮกกาธอน โดยผู้ชมจะได้เห็นความสามารถในการเป็นผู้บริหารของซอดัลมี ที่สามารถทำหน้าที่เป็นผู้เสนอผลงานได้อย่างดีเยี่ยม สามารถลบคำสบประมาทของเพื่อนๆ นัมโดซานที่รู้สึกไม่ไว้วางใจในตัวซอดัลมี เพราะซอดัลมีเรียนไม่จบมหาวิทยาลัย เป็นการสะท้อนให้เห็นว่า การศึกษาแม้จะเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เราเข้าถึงโอกาสต่างๆ ในชีวิตได้ แต่ก็ไม่ใช่ตัวกำหนดความสามารถของบุคคลว่าจะสามารถทำหน้าที่ของตนเองได้ดี แม้แต่ผู้จัดงานแฮนด์บ็อกซ์ก็ไม่ได้ใช้ระดับการศึกษาของผู้เข้าแข่งขันมาเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้แข่งขัน เพราะวุฒิการศึกษาไม่ใช่สิ่งสำคัญสำหรับการเป็นผู้นำ



ภาพที่ 47 ภาพฮันจีพยองให้คำแนะนำแก่ซอดัลมีเรื่องการเป็นผู้นำที่ดี

“คุณสมบัติของผู้นำที่ดี ต้องมีความเด็ดเดี่ยวและกล้าที่จะตัดสินใจ” – ฮันจีพยอง

(ตอนที่ 6, 59:20 น.)

ตอนที่ฮันจีพยองที่อยู่ในฐานะของพี่เลี้ยงบริษัทซัมซานเทค ฮันจีพยองได้ให้คำแนะนำแก่ ซอด้ลมีว่า ในฐานะของประธานบริษัท ซอด้ลมีต้องกล้าที่จะตัดสินใจและไม่กลัวผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น จากสิ่งที่ตนเองเลือก การเป็นประธานที่ดีไม่ใช่การพยายามทำให้ทุกคนพึงพอใจเพื่อหลีกเลี่ยงการโดนวิจารณ์ แต่ประธานที่ดีคือคนที่สามารถหาข้อยุติของปัญหา เพื่อให้ทีมยังทำงานร่วมกันได้ และบริษัทก็สามารถก้าวไปต่อได้เช่นกัน







4.2.3 คำศัพท์ทางเทคนิคเกี่ยวกับการทำธุรกิจ

ในซีรีส์เรื่อง Start-Up มีการปรากฏสัญลักษณ์ในรูปแบบของการขึ้นคำศัพท์ทางเทคนิคในที่ใช้ในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพพร้อมคำอธิบายเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจเนื้อเรื่องมากยิ่งขึ้น โดยพบว่าการปรากฏสัญลักษณ์พิเศษในรูปแบบคำศัพท์ในแต่ละตอนของซีรีส์ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงคำศัพท์ทางเทคนิคเกี่ยวกับการทำธุรกิจที่ปรากฏในซีรีส์เรื่อง Start-Up

ฉาก	คำศัพท์/ประโยค	ความหมาย
ตอนที่ 1 Start-Up		
1. 	Start-Up	1. การเริ่มต้น 2. ธุรกิจใหม่โดยใช้เทคโนโลยีและแนวคิดใหม่ๆ
ตอนที่ 2 FFF (Family, Friends, Fools)		
2. 	Cold mail	อีเมลไม่พึงประสงค์ที่ส่งไปยังนักลงทุนจำนวนมาก และไม่มีการอธิบายเกี่ยวกับรายละเอียดของธุรกิจ



ฉาก	คำศัพท์/ประโยค	ความหมาย
ตอนที่ 2 FFF (Family, Friends, Fools) (ต่อ)		
3. 	Angel investor	นักลงทุนอิสระที่ให้คำแนะนำและเงินทุน สนับสนุนสตาร์ทอัพในช่วงเริ่มต้น
ตอนที่ 3 Angel		
4. 	Angel	นักลงทุนที่ให้คำแนะนำทางธุรกิจและ สนับสนุนเงินให้แก่สตาร์ทอัพที่เพิ่งเริ่มต้น
5. 	Round	ลำดับชั้นการได้รับเงินระดมทุน แบ่งเป็น หลายระดับตั้งแต่ Seed round, Series A, Series B และ Series C เป็นต้น
ตอนที่ 4 SAND BOX		
6. 	VC (VENTURE CAPITAL)	แหล่งเงินทุนรูปแบบองค์กร ซึ่งจะร่วมลงทุน ในบริษัทสตาร์ทอัพที่มีความน่าสนใจ
7. 	Hackathon	การแข่งขันระดมไอเดีย สร้างโมเดลธุรกิจใหม่ ในเวลาจำกัด เพื่อนำไปต่อยอดในอนาคต
8. 	Accelerating center	สถาบันที่ช่วยการลงทุน อบรม และสร้าง เครือข่ายให้กับเหล่าสตาร์ทอัพที่มีความฝัน และมีความสามารถ

ฉาก	คำศัพท์/ประโยค	ความหมาย
ตอนที่ 5 HACKATHON		
9. 	Hackathon	คำผสมระหว่าง HACKING+MARATHON คือ กิจกรรมที่ผู้แข่งขันร่วมกันสร้างโมเดลธุรกิจในเวลาจำกัด
10. 	Pitching	การขายไอเดีย เสนอแผนธุรกิจเพื่อพินิจใจนักลงทุนและลูกค้า
ตอนที่ 6 KEY MAN		
11. 	KEY MAN	บุคคลสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในองค์กร
12. 	LP (Limited Partner)	หน่วยงานหรือบุคคลที่จ่ายเงินแก่ VC (Venture Capital) เพื่อให้ VC นำเงินไปบริหารจัดการการลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพ เพื่อสร้างผลตอบแทนกลับคืนมา 6-10 เท่าจากการลงทุนภายในระยะเวลา 5-10 ปี
13. 	CFO & CMO	- CFO (Chief Financial Officer): หัวหน้าฝ่ายการเงิน - CMO (Chief Marketing Officer): หัวหน้าฝ่ายการตลาด
ตอนที่ 7 BURN-RATE		
14. 	Burn rate	อัตราการเผาผลาญเงินในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ

ฉาก	คำศัพท์/ประโยค	รายละเอียด/ความหมาย
ตอนที่ 7 BURN-RATE (ต่อ)		
15. 	TF (TASK FORCE)	องค์กรที่ตั้งชั่วคราวแยกออกมาเพื่อให้บรรลุแผนธุรกิจ
ตอนที่ 8 BACK UP		
16. 		การคัดลอกข้อมูลเพื่อเตรียมพร้อมในกรณีที่ต้นฉบับเสียหาย
17. 		การทำ CSR เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารทางการตลาด ซึ่งสามารถสร้างภาพลักษณ์และการประชาสัมพันธ์องค์กรได้อีกวิธีหนึ่ง เป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร
18. 		เทคนิคการตลาดที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว
ตอนที่ 9 RISK		
19. 	Risk	ความเสี่ยงที่ขึ้นอยู่กับการลงทุน ผลที่ออกมาอาจดีหรือร้าย
20. 	Demo Day	งานเปิดตัวผลิตภัณฑ์และรูปแบบธุรกิจ (model) ที่พัฒนาโดยสตาร์ทอัพให้กับนักลงทุน

ฉาก	คำศัพท์	รายละเอียด/ความหมาย
ตอนที่ 9 RISK (ต่อ)		
21. 	VOC (Voice of Customer)	ความคิดเห็นของผู้ใช้งาน
ตอนที่ 10 DEMO DAY		
22. 	DEMO DAY	กิจกรรมที่สตาร์ทอัพจะแสดงสินค้า โมเดลธุรกิจ และสิ่งอื่นๆที่คิดค้นไว้ให้นักลงทุนเห็น
ตอนที่ 11 EXIT		
23. 	EXIT	ขั้นตอนที่นักลงทุนเรียกเงินลงทุนคืน ด้วยการขายทิ้ง ควบรวมกิจการ ซ้ำระเบียบขึ้นเป็นต้น
ตอนที่ 12 ACQUIRE		
24. 	ACQUIRE	รูปแบบการซื้อกิจการเพื่อที่จะว่างจ้างบุคลากรที่มีฝีมือ
25. 	Barrier Free	การจัดอุปสรรคที่ส่งผลต่อธุรกิจ
ตอนที่ 14 ELEVATOR SPEECH		
26. 	Elevator speech	คำพูดที่สั้นและมีพลังโน้มน้าวเสมือนเวลาสั้นๆ ที่ขึ้นหรือลงลิฟต์ เป็นคำพูดสั้นๆที่สามารถเปลี่ยนใจคนได้ภายในไม่กี่นาที

ฉาก	คำศัพท์	รายละเอียด/ความหมาย
ตอนที่ 14 ELEVATOR SPEECH (ต่อ)		
27. 	C LEVEL	ตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงในบริษัท เช่น CEO (Chief Executive Officer), COO (Chief Operating Officer), CDO (Chief Data Officer), CMO (Chief Marketing Officer) เป็นต้น
ตอนที่ 15 MVP (MINIMUM VIABLE PRODUCT)		
28. 	MVP (Minimum Viable Product)	สินค้าทดลองที่มีฟีเจอร์น้อยที่สุด สร้างเพื่อสำรวจตลาดอย่างรวดเร็ว
ตอนที่ 16 SCALE-UP		
29. 	SCALE-UP	การขยายขนาดของธุรกิจแบบก้าวกระโดดในระยะเวลาสั้น
30. 	R&D (Research and Development)	การวิจัยและการพัฒนา
31. 	Term Sheet	เอกสารที่ระบุเงื่อนไขทางธุรกิจ เป็นข้อตกลงที่นักลงทุนจัดทำขึ้น เพื่อเป็นการกำหนดโครงสร้างและเป้าหมายในการลงทุน
32. 	Series Open	การเปิดรับการระดมทุน เพื่อขยายกิจการในระดับที่ใหญ่ขึ้น

ฉาก	คำศัพท์	รายละเอียด/ความหมาย
ตอนที่ 16 SCALE-UP (ต่อ)		
33. 	J-Curve	กราฟผลตอบแทนทางการเงิน ซึ่งจะออกมาเป็นรูปตัว J ซึ่งหมายถึง ในช่วงแรกจะเป็นการสูญเสีย ก่อนที่จะค่อยๆ ได้ผลตอบแทนกลับมาจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ในช่วงถัดมา
34. 	Unicorn	ธุรกิจสตาร์ทอัพมูลค่ากว่าพันล้านดอลลาร์ หรือล้านล้านบาท

โดยผู้วิจัยพบว่า สัญลักษณ์พิเศษที่ปรากฏในซีรีส์เรื่อง Start-Up เป็นลักษณะของสัญลักษณ์พิเศษด้านภาพ โดยจะเป็นในลักษณะของการขึ้นคำศัพท์ทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยคำศัพท์ทางเทคนิคนั้นจะปรากฏขึ้นมาในช่วงที่ตัวละครมีบทสนทนายกักัน และมีการเอ่ยถึงคำศัพท์ทางเทคนิคนั้นๆ พร้อมข้อความที่อธิบายความหมายของคำศัพท์ทางเทคนิคเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจในสิ่งที่ตัวละครกำลังกล่าวถึง

4.3 ผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทละครโทรทัศน์

จากการที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์การเล่าเรื่องในซีรีส์เรื่อง Start-Up ตามข้อ 4.1 และ 4.2 ที่ได้นำเสนอไปแล้วนั้น เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของการเล่าเรื่องของซีรีส์ให้มีมิติครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับอาจารย์ณัฐภรณ์ รัตนชัยวงศ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทละครโทรทัศน์ มาร่วมวิเคราะห์และแบ่งปันประสบการณ์การสร้างสรรคบทละครเพื่อเป็นแง่มุมแก่ผู้วิจัยในวิเคราะห์การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจของซีรีส์เรื่อง Start-Up เพิ่มเติม ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยสามารถสรุปคุณลักษณะในการสร้างสรรค์การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.3.1 การสร้างเส้นเรื่องหลักและเส้นเรื่องรอง

การเล่าเรื่องที่ดีจำเป็นต้องมีเส้นเรื่องหลัก (Main Plot) และเส้นเรื่องรอง (Sub Plot) หรืออีกนัยหนึ่งเรียกว่า เส้นเรื่องความสัมพันธ์ (Relationship Line) โดยในทัศนคติของผู้เชี่ยวชาญมองว่าการมีเส้นเรื่องรอง โดยเฉพาะเส้นเรื่องรองที่เล่าเรื่องเกี่ยวกับความรัก มีความจำเป็นอย่างยิ่งยวดต่อการสร้างสรรค์การเล่าเรื่อง ที่จะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้เกิดความรู้สึกอยากติดตามเรื่องราวของซีรีส์ เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญเชื่อว่า การมีเส้นเรื่องหลักที่ต้องการจะเล่าเรื่องราวเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาความรู้เพียงเส้นเรื่องเดียว อาจไม่สามารถดึงดูดใจของผู้ชมให้อยู่กับเรื่องราวได้ตลอดจนจบเรื่อง ดังนั้นซีรีส์ส่วนใหญ่จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีเส้นเรื่องรองที่เกี่ยวกับความรักเข้ามาช่วยชูชูและหล่อเลี้ยงเส้นเรื่องหลัก ซึ่งเป็นเส้นเรื่องที่ไม่สามารถขาดหายไปได้จากเรื่องราว

นอกจากนี้ การสร้างสรรค์การเล่าเรื่องที่ดีนั้น เส้นเรื่องหลักและเส้นเรื่องรองจะต้องเล่าเรื่องควบคู่กันไป ซึ่งการที่ผู้เขียนบทสามารถทำให้เส้นเรื่องทั้งสองเส้นนี้สอดประสานกันไปจนผู้ชมไม่สามารถแยกเส้นเรื่องใดออกจากกันได้ เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ซีรีส์ประสบความสำเร็จในการถ่ายทอดเนื้อหา เพราะสามารถทำให้ผู้ชมรู้สึกเพลิดเพลินในการรับชมทั้งเส้นเรื่องหลักและเส้นเรื่องรอง โดยไม่รู้สึกติดขัดในการดำเนินเรื่องราวแต่อย่างใด

4.3.2 การสร้างพาหะในการเล่าเรื่อง

ในการสร้างสรรค์การเล่าเรื่อง สิ่งสำคัญที่ผู้สร้างจำเป็นต้องคำนึงถึง คือการสร้างอารมณ์ร่วมให้แก่ผู้ชม แม้ว่าผู้สร้างจะมีเนื้อหาความรู้ที่อยากจะสื่อสารไปยังผู้ชมมากน้อยเพียงใด แต่หากไม่สามารถสร้างอารมณ์ร่วมให้แก่ผู้ชมได้ ซีรีส์เรื่องนั้นๆ ก็ยากที่จะประสบความสำเร็จในการถ่ายทอดเรื่องราว โดยเฉพาะอย่างยิ่งซีรีส์ที่มีเป้าหมายที่ต้องการจะถ่ายทอดเนื้อหาความรู้บางอย่างให้แก่ผู้ชม การสร้างสรรค์การเล่าเรื่องเล่าจึงจำเป็นต้องมีสิ่งๆ ที่เรียกว่า “พาหะ” ที่ทำหน้าที่ช่วยเชื่อมอารมณ์ของผู้ชมให้ยังคงอยู่กับเรื่องราว อีกทั้งยังช่วยทำให้การถ่ายทอดเนื้อหาความรู้มีสีสันและอรรถรสของความสนุกสนานมากยิ่งขึ้น ซึ่งในทัศนคติของผู้เชี่ยวชาญมองว่า การสร้างพาหะในการดำเนินเรื่องราว คือสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างสรรค์การเล่าเรื่องของผู้เขียนบทต้องค้นหาให้พบว่าจะต้องเขียนบทหรือทำอย่างไรเพื่อให้จากคนที่ไม่มีความรู้ในเรื่องหนึ่งๆ ไปสู่การเรียนรู้ และยังคงรู้สึกมีส่วนร่วมร่วมกับเนื้อหาที่ซีรีส์พยายามจะถ่ายทอดได้ ดังจะเห็นได้จากคำกล่าวของผู้ให้สัมภาษณ์

“...การสร้างสรรคละครขึ้นมาสักหนึ่งเรื่อง สิ่งสำคัญคือการเล่าเรื่องของมันจะต้องขับเคลื่อนอารมณ์ของคนดูให้ได้ เนื้อหาหรือสารความรู้อะไรก็แล้วแต่ที่เราอยากเล่าหรือถ่ายทอดไปสู่คนดู มันต้องมีสิ่งที่เรียกว่าพาหะในการทำหน้าที่นี้ ซึ่งพาหะนี้แหละคือสิ่งสำคัญที่ทำให้การเล่าเรื่องของซีรีส์หรือละครมันมีความสนุก มีสีสัน สร้างอารมณ์ร่วมให้คนดู และมันก็ให้สาระด้วยนะ ซึ่งเป็นหน้าที่ของคนเขียนบทที่จะต้องหาพาหะของเรื่องให้ได้ว่า จะทำอย่างไรให้ผู้ชมที่ไม่มีความรู้ในเรื่องที่เราอยากเล่า หรือไม่รู้เรื่องเกี่ยวกับการทำธุรกิจเลย แต่เมื่อได้ดู ได้ชมละครของเราแล้ว เขาเกิดการเรียนรู้ในองค์ความรู้นั้นๆ และในขณะที่เดียวกันก็ยังคงชื่นชอบเนื้อหาการเล่าเรื่องของซีรีส์ด้วย อันนี้เป็นเทคนิคสำคัญที่ผู้เขียนบทจำเป็นต้องหาให้เจอ...”

(ณัฐภรณ์ รัตนชัยวงศ์, สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2565)

4.3.3 การสร้างสรรค์ตัวละคร

ตัวละครที่ใช้ในการดำเนินเรื่องราว นับเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการสร้างสรรค์การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้ และทำให้ผู้ชมเกิดการรับรู้ในองค์ความรู้เหล่านั้น เพราะการสร้างตัวละครที่ดีจะทำให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้ไปพร้อมๆ กับพัฒนาการของตัวละคร โดยการสร้างตัวละครที่ดีนั้น ควรวางคาแรคเตอร์ของตัวละครให้มีความใกล้เคียงกับความเป็นมนุษย์ในสังคมให้มากที่สุด ทำให้ตัวละครมีพัฒนาการแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยไต่ระดับจากการไม่รู้ไปสู่การเรียนรู้ สามารถเอาชนะอุปสรรคและประสบความสำเร็จได้ในที่สุด ซึ่งเมื่อตัวละครเกิดการเรียนรู้จากเนื้อหาความรู้ที่ผู้สร้างสอดแทรกเอาไว้ในเนื้อเรื่อง และตัวละครเกิดประสบความสำเร็จหรือสามารถเอาตัวรอดจากปัญหาไปได้จากการปฏิบัติตามองค์ความรู้เหล่านั้น ผู้ชมก็จะเกิดความรู้สึกเชื่อในเนื้อหาความรู้ที่ผู้สร้างต้องการจะถ่ายทอด และในบางครั้งก็ก่อให้เกิดแรงบันดาลใจให้ผู้ชมรู้สึกอยากที่จะปฏิบัติตาม หรือนำเอาความรู้ที่สอดแทรกอยู่ในละครไปปรับใช้กับตนเอง ซึ่งการสร้างตัวละครในลักษณะนี้ จะทำให้ผู้ชมรู้สึกเชื่อในตัวละครมากกว่าการสร้างตัวละครในแบบเดิมๆ ที่มีจะเป็นตัวละครที่มีเพียงมิติเดียวแบบที่อื่นๆ คือหากไม่เป็นตัวละครที่เกิดมาเพียบพร้อมสมบูรณ์แบบ ก็ต้องลำบากแค้นแค้นจนถึงที่สุด ซึ่งการสร้างตัวละครแบบที่นำเสนอเพียงแค่มิติเดียว มักจะขัดกับความรู้สึกของผู้ชมและทำให้ผู้ชมไม่เชื่อถือในตัวละครนั้นๆ เนื่องจากไม่ใช่ทุกคนที่จะเกิดมาโชคดี เกิดมาพร้อมความสมบูรณ์แบบในชีวิต ทุกคนล้วนต้องผ่านการดิ้นรน พบเจออุปสรรค เพื่อเรียนรู้และ

เติบโตในชีวิต ดังนั้นการสร้างสรรค์ตัวละครที่มีจุดเริ่มต้นจากความเป็นคนธรรมดาที่ไม่ได้สมบูรณ์แบบ และค่อยๆ พัฒนาตนเองจนไปสู่ความสำเร็จ จะช่วยทำให้ผู้ชมเชื่อถือและอยากติดตามการดำเนิน เรื่องราวต่อไปเรื่อยๆ เพื่อดูว่าความพยายามของตัวละครจะนำไปสู่สิ่งใด

“...อีกหนึ่งส่วนสำคัญของการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้ก็คือ การสร้างตัวละครที่สะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการในการเรียนรู้และค่อยๆ ไต่ระดับจากน้อยไปหามาก จากไม่มีอะไรเลยไปจนถึงการ ประสบความสำเร็จ เพราะการที่สร้างคาแรคเตอร์ให้ตัวละครเป็นตัวละครที่ไม่มีอะไรเลย แต่มีความ พยายามในการเรียนรู้ มันจะสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ชม และทำให้ผู้ชมอยากที่ติดตามเรื่องราวเพื่อเอา ใจช่วย เพื่อคอยเฝ้าดูว่าการกระทำของตัวละครว่ามันจะนำไปสู่สิ่งใด ดังนั้นการเล่าเรื่องที่ทำให้ตัวละครมีพัฒนาการ จึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการสร้างสรรค์ละครที่ต้องการถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ แก่ผู้ชม...”

(ณัฐภรณ์ รัตนชัยวงศ์, สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2565)

เมื่อผู้วิจัยได้วิเคราะห์การเล่าเรื่องโดยอาศัยองค์ประกอบการเล่าเรื่องและการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญพบว่า ซีรีส์เรื่อง Start-Up มีการเปิดเรื่องด้วยความขัดแย้งของตัวละครหลัก คือซอด้ลมี และวอนอินแจ ซึ่งส่งผลให้ซอด้ลมีมีความต้องการที่จะทำธุรกิจสตาร์ทอัพ เพื่อพิสูจน์ตนเองและ เอาชนะวอนอินแจ โดยมีнімโดซานและฮันจีพยองที่คอยเข้ามาช่วยเหลือซอด้ลมีในการทำธุรกิจ สตาร์ทอัพ จนกลายเป็นปมความสัมพันธ์รักสามเส้า ซึ่งเป็นเส้นเรื่องความสัมพันธ์ที่เข้ามาโอบอุ้มเส้น เรื่องหลักไว้ เพื่อให้การดำเนินเรื่องของเส้นเรื่องหลักยังคงมีความบันเทิงตามแบบฉบับของละคร โทรทัศน์ โดยซีรีส์เรื่อง Start-Up ในแต่ละตอนจะมีการสร้างอุปสรรคในการทำธุรกิจขึ้นมา เพื่อให้ ผู้สร้างได้มีโอกาสในการสอดแทรกเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจหรือแนวคิดต่างๆ จนนำไปสู่การ เรียนรู้และเกิดการพัฒนาตนเองของตัวละคร และในขณะเดียวกัน ผู้ชมก็จะเกิดการรับรู้เกี่ยวกับการ ทำธุรกิจด้วยเช่นกัน จากความตั้งใจในการชมและอยากที่จะรู้ว่าตัวละครจะสามารถเอาชนะอุปสรรค ในการทำธุรกิจได้อย่างไร

4.4 การวิเคราะห์ด้านการรับรู้ของผู้ชมที่มีต่อการเล่าเรื่องของซีรีส์เรื่อง Start-Up

สำหรับซีรีส์เรื่อง Start-up ที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยพิจารณาจากเนื้อหาของที่ซีรีส์ที่ได้ตีแผ่ให้เห็นถึงขั้นตอน ความยากลำบากในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ และคำศัพท์ทางเทคนิคต่างๆ ที่นิยมใช้ในวงการธุรกิจสตาร์ทอัพ นอกจากนี้ยังได้พิจารณาจากความโดดเด่นของลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของซีรีส์เรื่อง Start-Up ที่สามารถสื่อสารและสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ชม โดยจะนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ชมที่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำธุรกิจ
2. ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ชมทั่วไป

4.4.1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ชมที่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำธุรกิจ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ชมที่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำธุรกิจพบว่า เป็นการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพในระดับพื้นฐาน ที่ช่วยสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพในระดับเบื้องต้น เช่น ทำให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของการทำธุรกิจสตาร์ทอัพว่ามีกระบวนการใดบ้างในการริเริ่มธุรกิจขึ้นต้น ต้องเผชิญกับความยากลำบากอย่างไร หรือทำให้ผู้ชมเข้าใจเกี่ยวกับคำศัพท์ที่ใช้ในแวดวงธุรกิจสตาร์ทอัพมากยิ่งขึ้น ซึ่งในแต่ละตอนก็จะมีการถ่ายทอดประเด็นเกี่ยวกับการทำธุรกิจที่แตกต่างกันไป โดยนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจอย่างเป็นขั้นเป็นตอนตามวิถีของการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ นับตั้งแต่การเริ่มต้นทำธุรกิจ การหาผู้ร่วมทีม การหาทุนในการพัฒนา ไปจนถึงขั้นสูงสุดของการทำธุรกิจสตาร์ทอัพก็คือ การขยายธุรกิจ (Scale up) จนเติบโตในระดับยูนิคอร์น

“...ซีรีส์เรื่องนี้มันดูทำมาให้มีมือใหม่ที่อาจจะไม่ได้มีความรู้ด้านธุรกิจมาดูแล้วก็ยังเข้าใจ สิ่งที่น่าสังเกตก็คือ เรื่องนี้ก็มีการพยายามให้ความรู้เกี่ยวกับศัพท์เทคนิคเยอะ....”

(วิศวัส ปัญญาวงศ์สถาพร, สัมภาษณ์, 17 มิถุนายน 2565)

“...มันทำให้รู้เกี่ยวกับคำศัพท์ในวงการเทคโนโลยีและธุรกิจสตาร์ทอัพ ได้รู้วิธีการทำงาน หรือ work flow เบื้องต้นของการสร้างสตาร์ทอัพขึ้นมา จนไปถึงการ scale up ธุรกิจไปเรื่อยๆ และโชว์ให้เห็นถึงความเป็นจริงของธุรกิจสตาร์ทอัพ ที่มันก็จะมีส่วนที่ exit คือขายกิจการออกไป ฝั่งที่เติบโตไปจนถึงจุดสูงสุด และฝั่งที่ล้มหายไป...”

(อานันท์ เอื้อสุขตระกูล, สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2565)

ซึ่งถึงแม้ว่าซีรีส์เรื่องนี้จะไม่ได้ถ่ายทอดเนื้อหาความรู้แบบลงลึกขนาดที่ว่า หากผู้ชมได้รับชมซีรีส์เรื่องนี้แล้วจะสามารถออกไปประกอบธุรกิจสตาร์ทอัพได้ในทันที แต่อย่างน้อยที่สุดซีรีส์เรื่องนี้ก็มีบทบาทสำคัญที่จะช่วยสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพไปยังผู้ชมได้ไม่มากนักน้อย ดังเช่นคำสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญที่สะท้อนให้เห็นว่า แม้กระทั่งในผู้ชมที่เป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจสตาร์ทอัพในระดับสูงอยู่แล้ว เมื่อได้รับชมซีรีส์เรื่องนี้ก็มีความคิดเห็นว่า ซีรีส์เรื่องนี้จะมีประโยชน์แก่ผู้ชมอย่างแน่นอน โดยเฉพาะในผู้ชมที่มีความต้องการที่อยากจะเริ่มต้นทำธุรกิจสตาร์ทอัพ การรับชมซีรีส์เรื่องนี้จะช่วยทำให้ผู้ชมเข้าใจระบบนิเวศของการทำธุรกิจสตาร์ทอัพและอาจจะสามารถทำสตาร์ทอัพได้ดีมากยิ่งขึ้น

“...การชมซีรีส์เรื่องนี้อาจจะทำให้ไม่ค่อยได้เรียนรู้อะไรเพิ่ม เพราะว่าเนื้อหาที่พยายามถ่ายทอดเรารู้อยู่แล้ว แต่คิดว่าถ้าก่อนที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจได้ดูเรื่องนี้ก่อน ก็น่าจะทำธุรกิจได้ดีกว่านี้...”

(วรัญญา พูลเจริญ, สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2565)

ในขณะเดียวกัน จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญก็ทำให้ผู้วิจัยพบว่า การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจที่ปรากฏในซีรีส์เรื่อง Start-Up นั้น ยังมีจุดที่นำเสนอเนื้อหาผิดพลาดหรือจับประเด็นความสำคัญของการทำธุรกิจสตาร์ทอัพที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วข้อมูลที่คลาดเคลื่อน เป็นชุดข้อมูลที่ผู้วิจัยมองว่าเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการลงมือทำธุรกิจ

สตาร์ทอัพในชีวิตจริง เช่น แผนโมเดลธุรกิจ (Business Model) เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรก ในการทำธุรกิจ การสร้างผลิตภัณฑ์ขั้น MVP (Minimum Viable Product) เป็นต้น ซึ่งการถ่ายทอดข้อมูลที่คลาดเคลื่อนไปจากหลักความเป็นจริง อาจทำให้ผู้ชมที่มีความรู้เกี่ยวกับการทำ ธุรกิจในทุนเดิมอยู่แล้ว เกิดความรู้สึกติดขัดในชุดข้อมูลที่ชีริส์นำเสนออยู่บ้าง และในกรณีที่เลวร้าย ที่สุด การถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจที่คลาดเคลื่อนอาจทำให้ผู้ชมที่ขาดความเท่าทันสื่อหรือ ขาดวิจารณญาณในการรับชม นำข้อมูลที่ได้รับจากการชมชีริส์ไปปฏิบัติตามและอาจทำให้เกิดความ ล้มเหลวในการทำธุรกิจได้

แต่อย่างไรก็ดี ในภาพรวมของชีริส์เรื่องนี้ แม้ว่าจะมีการถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจที่ คลาดเคลื่อนจากหลักความเป็นจริงอยู่บ้าง แต่เมื่อเทียบกับความพยายามในการนำเสนอเนื้อหา เกี่ยวกับการทำธุรกิจทั้งหมดในเรื่องแล้วนั้น ชีริส์เรื่องนี้ก็สามารถทำหน้าที่เป็นบันไดก้าวแรกในการ ถ่ายทอดเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับธุรกิจผ่านสื่อบันเทิงได้เป็นอย่างดี และช่วยทำให้ผู้ชมทั่วไปสามารถ เข้าใจธุรกิจสตาร์ทอัพได้มากขึ้น

“...ชีริส์มันอาจจะมีจุดที่ดูพลาดหรือมีความงงๆ นิดหน่อย แต่อย่างน้อยๆ ก็ทำให้รู้ศัพท์ใน วงการเทคโนโลยีและธุรกิจสตาร์ทอัพ รู้วิธีการทำงาน หรือ work flow เบื้องต้นของการสร้างสตาร์ท อัพขึ้นมา จนไปถึงการ scale up ธุรกิจไปเรื่อยๆ และโชว์ให้เห็นถึงความเป็นจริงของธุรกิจสตาร์ทอัพ ที่มันก็มีฝั่งที่ exit คือขายกิจการออกไป ฝั่งที่เติบโตไปจนถึงจุดสูงสุด และฝั่งที่ล้มหายไป...”

(อานันท์ เอื้อสุขตระกูล, สัมภาษณ์, 15 มิถุนายน 2565)

ในด้านของคุณค่าที่ได้รับจากการชมชีริส์เรื่อง Start-Up นั้น ในทัศนคติของผู้เชี่ยวชาญมอง ว่าชีริส์เรื่องนี้สะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดการใช้ชีวิต ทำให้ผู้ชมรู้สึกสำนึกถึงคุณค่าและความสามารถของ ตนเองผ่านความมานะอดสาหัสของตัวละครในการฝ่าฟันอุปสรรคทางธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันก็ช่วย สะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดในการทำธุรกิจอีกด้วยว่า การจะลงมือกระทำการสิ่งใดก็ตาม นอกจากความ พยายามแล้ว ยังจำเป็นต้องมีความตั้งใจ (Passion) อีกด้วย เพราะในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพนั้น ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับความยากลำบากในการทำธุรกิจเป็นอย่างมาก ฉะนั้นแล้วความตั้งใจจะ

เป็นสิ่งยึดเหนี่ยวที่สำคัญในการผลักดันให้ผู้ประกอบการไม่ย่อท้อหรือหลงทางในวังวนของการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ

“การที่จะทำธุรกิจอะไรก็ตาม *passion* หรือ *inspiration* มันสำคัญนะ เช่น จะทำเทคโนโลยีที่ช่วยคุณย่าที่กำลังจะตาบอดของซอด้ลมี คนที่จะทำอะไรแบบนี้ได้ มันจะต้องมี *passion* อะไรบางอย่าง เพราะเรารู้ว่ามันทำแล้วไม่ได้เงิน ซึ่ง *passion* ของเขาก็ไม่ได้ต้องการที่จะได้เงินหรือกำไร เพียงแค่อยากทำอะไรเพื่อคุณย่า เพื่อคนที่เขารัก...

(วรัญญู พูลเจริญ, สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2565)

4.4.2 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ชมทั่วไปที่มีการเปิดรับสื่อซีรีส์เรื่อง Start-Up

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ชมทั่วไปพบว่า การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจของซีรีส์เรื่อง Start-Up สามารถทำให้ผู้ชมเกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ จากที่ไม่รู้จักเกิดการเรียนรู้ หรือจากที่ที่มีความรู้อยู่บ้างก็เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น และในขณะเดียวกันก็ทำให้ผู้ชมบางกลุ่มที่แม้จะไม่ได้มีความสนใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจเลย เมื่อได้มาชมซีรีส์เรื่องนี้ก็รู้สึกเพลิดเพลินไปกับเนื้อเรื่องความเข้มข้นของการแข่งขันการทำธุรกิจ และเกิดการซึมซับความรู้ที่ผู้สร้างต้องการสื่อสารมายังผู้ชมโดยที่ไม่รู้ตัว

ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า เนื้อหาความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจที่กลุ่มผู้ชมทั่วไปเกิดการเรียนรู้ ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศของวงการธุรกิจสตาร์ทอัพในระดับเบื้องต้น กล่าวคือหลังจากที่ชมซีรีส์เรื่องนี้จบ ผู้ชมเกิดความเข้าใจว่าการทำธุรกิจสตาร์ทอัพจะต้องมีกระบวนการในการก่อตั้งธุรกิจอย่างไร และในวงการธุรกิจสตาร์ทอัพนั้นลงทุนประเภทใดที่มีความเหมาะสมกับระดับขั้นของธุรกิจตนเอง รวมไปถึงการได้เรียนรู้เกี่ยวกับคำศัพท์ทางเทคนิคที่ใช้ในวงการธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งถึงแม้ว่ากลุ่มผู้ชมทั่วไปจะไม่ได้เข้าใจคำศัพท์ทุกคำที่ปรากฏขึ้นมาในซีรีส์เรื่องนี้อย่างถ่องแท้ แต่อย่างน้อยก็ทำให้เข้าใจในเบื้องต้นว่า คำศัพท์นี้ต้องใช้ในสถานการณ์ใดและมีความหมายอย่างไรในเชิงของการทำธุรกิจ

“...สำหรับคนไม่มีความรู้ ก็คิดว่าซีรีส์เรื่องนี้ สามารถอธิบายและถ่ายทอดออกมาได้ดีเลยนะ เช่น พวกคำศัพท์ใหม่ๆ ที่เราไม่เคยรู้มาก่อน เราก็มารู้จักในซีรีส์เรื่องนี้ เช่น Angel investor หรือ VC คืออะไร แล้วก็รู้เพิ่มว่าคนที่ทำธุรกิจสตาร์ทอัพจะต้องรู้อะไรบ้างเกี่ยวกับนักลงทุนมีกี่แบบ ซีรีส์นี้สามารถอธิบายได้ดีเลย พวกกลยุทธ์การนำเสนอแบบต่างๆ การนำเสนองานธุรกิจของแต่ละคนก็มีจุดเด่นไม่เหมือนกัน...”

(นภสวรรณ สิ้นธุรัตนพันธุ์, สัมภาษณ์ 17 มิถุนายน 2565)

อย่างไรก็ดี แม้ว่าซีรีส์เรื่อง Start-Up จะสามารถถ่ายทอดเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจออกมาได้เป็นอย่างดี แต่ก็มีเนื้อหาบางส่วนที่ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกติดขัดในการดำเนินเรื่องราว โดยเฉพาะในส่วนของความสัมพันธ์รักสามเส้าของตัวละคร ที่กลุ่มผู้ชมทั่วไปคิดว่าเนื้อเรื่องในส่วนนี้ เข้ามาบดบังความเข้มข้นของเนื้อหาการทำธุรกิจจนทำให้การดำเนินเรื่องในตอนหลังๆ ของซีรีส์ขาดความน่าสนใจในแง่ของการทำธุรกิจ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงแรกที่น่าเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพได้อย่างเข้มข้น

“...ช่วงครึ่งเรื่องแรกถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจออกมาได้ดี แต่พอตอนที่ 12 ขึ้นไป หลังจากโดนฮุบบริษัทไป ก็รู้สึกว่าเส้นเรื่องไปเน้นที่ความรักมากเกินไป ทำให้เรื่องธุรกิจหลุดออกไปเยอะ และไม่ได้โดดเด่นเหมือนกับตอนต้นๆ เรื่อง...”

(ปรีชญา ธนยุวัฒน์, สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2565)

“...จริงๆ รู้สึกเนื้อเรื่องมันดูสามารถสอนอะไรเราได้มากกว่านี้ แต่ช่วงหลังๆ ดูยึดเรื่องรักสามเส้าเยอะเกินไป จนพาร์ทธุรกิจโดนกลบไป...”

(กานต์พิชชา แยกปัญญา, สัมภาษณ์ 20 มิถุนายน 2565)

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยยังพบอีกด้วยว่า กลุ่มผู้ชมทั่วไปสามารถจดจำฉากเกี่ยวกับการทำธุรกิจได้อย่างพอสังเขป แต่ไม่ถึงขั้นสามารถลงรายละเอียดได้อย่างเป็นขั้นเป็นตอน โดยฉากที่ผู้ชมสามารถจดจำได้จะเป็นฉากที่สะท้อนให้เห็นถึงความประทับใจในการถ่ายทอดเนื้อหาของซีรีส์เรื่อง Start-Up ซึ่งผู้ชมแต่ละท่านก็จะมี ความประทับใจในแต่ละฉากแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ส่วนตัวของผู้ชมและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับฉากนั้นๆ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วฉากการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจที่ผู้ชมทั่วไปสามารถจดจำได้จะเป็นฉากที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ เนื่องจากเป็นฉากเร้าอารมณ์ที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกเพลิดเพลินจากการได้เห็นพัฒนาการของตัวละครจากการเรียนรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ และอยากติดตามเหตุการณ์ต่อไป เพื่อเอาใจช่วยตัวละครว่าจะสามารถแก้ไขปัญหาและผ่านพ้นภาวะวิกฤตเหล่านั้นไปได้หรือไม่

“...ชอบตอนที่แข่งขันมาก ชอบทุกซีนที่มีการแข่งขันเลย เพราะตัวเอกจะชนะและประสบความสำเร็จ และมันได้มีการไต่ระดับขึ้นไปเรื่อยๆ มันทำให้เรารู้สึกว่าถ้าเราพยายาม ถ้าเรามุ่งสุดตัว มันก็นำมาซึ่งความสำเร็จ...”

(อภิญญาพร จันทราสินธุ์, สัมภาษณ์ 17 มิถุนายน 2565)

“...ชอบฉากที่นางเอกมันพิชชิง ช่วงแรกๆ ของซีรีส์เลย ที่นางเอกหลับตาเหมือนทำสมาธิ แล้วพอลืมตาขึ้นมานางเอกมันก็เทพเลย สามารถพรีเซนต์ได้แบบดีเลย (ฮาๆ) คือมันอาจจะไม่เกี่ยวกับการทำธุรกิจ แต่ที่ชอบฉากนี้ เพราะตอนดูแล้วรู้สึกขลุ่ย ตัวละครมันถ่ายทอดออกมาได้ดี มันทำให้เชื่อว่าคนที่จะเป็นผู้นำมันต้องเป็นแบบนี้แหละ แล้วก็ชอบฉากชอบที่ทีมพระเอกกับพี่สาวนางเอกมันเขียนโปรแกรมพิสูจน์ลายมือทั้งคู่ แล้วมันต้องเอาสองทีมมาสู้กัน ที่ประทับใจฉากนี้ด้วย เพราะถ้ามองในโลกของความเป็นจริงในทางธุรกิจ เราว่ามันก็ควรจะต้องเป็นแบบนี้ คือมันจะดูแลของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่ได้ แต่มันต้องวิเคราะห์และมองในมุมมองของคู่แข่งด้วย...”

(ธนพล โลหะสุนศิริ, สัมภาษณ์ 22 มิถุนายน 2565)

ในส่วนของคุณค่าที่ได้รับจากการชมซีรีส์เรื่อง Start-Up ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มผู้ชมทั่วไปมองว่าซีรีส์เรื่องนี้ได้มอบแง่คิดเกี่ยวกับการใช้ชีวิตให้แก่ผู้ชม ทำให้เห็นถึงความสำคัญของการพยายามทำตามความฝันของตนเองและไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคใดๆ อีกทั้งซีรีส์เรื่อง Start-Up ยังช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ชมรู้สึกอยากพัฒนาตนเอง สำนึกว่าคุณค่าในตนเองมากยิ่งขึ้น และช่วยทำให้ผู้ชมที่รู้สึกท้อแท้ สิ้นหวังในชีวิตได้กลับมามีแรงใจในการใช้ชีวิตอีกครั้ง ซึ่งผู้วิจัยมองว่านี่คือคุณค่าสูงสุดที่ซีรีส์เรื่องนี้ได้มอบให้แก่ผู้ชม

“...พอดูจบแล้วทำให้เรากลับมาถามตัวเองว่าความฝันตัวเองคืออะไร จริงๆ แล้วเราอยากจะทำอะไรกันแน่ เพราะเราเคยมีช่วงหนึ่งที่หลงทาง เป็นซึมเศร้าแล้วก็เค็งง ไม่รู้ว่าชีวิตจะเอาอะไรต่อเลย แต่พอดูเรื่องนี้จบแล้วก็ช่วยให้รู้สึกที่ชีวิตมันต้องไปต่อ แล้วความฝันมันคือตัวปัดธงที่ทำให้เราสามารถเดินต่อไปได้...”

(ปรีชญา ธนยุวัฒน์, สัมภาษณ์, 18 มิถุนายน 2565)

“...คุณค่าที่ได้รับน่าจะเป็นเรื่องของการ Encourage ตัวเอง มันดูแล้วทำให้เราเกิดความรู้สึกที่อยากจะทำธุรกิจ แม้ว่าในภายหลังเราอาจจะไม่ได้ทำมันจริงๆ หรือกนะ แต่ชั่ว ฌ ขณะนั้นที่เราดูเรารู้สึกว่ามันกระตุ้นเราให้อยากลุกขึ้นมาทำอะไรบางอย่าง

...คุณค่าอีกอย่างหนึ่งที่เราารู้สึกว่ามันก็สำคัญ คือซีรีส์มันพยายามสะท้อนคุณค่าของคนที่เป็น CEO มันทำให้เห็นว่าคนที่จะเป็น CEO ได้มันต้องมีทักษะยังไง และมันมีความสำคัญยังไงต่อองค์กร...”

(ธนพล โลหะสุนศิริ, สัมภาษณ์, 22 มิถุนายน 2565)

จากการวิเคราะห์การรับรู้ของผู้ชมซีรีส์เรื่อง Start-Up ทำให้เห็นว่าการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจจะมีระดับความเข้มข้นในการรับรู้เกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาการทำธุรกิจสตาร์ทอัพที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มผู้ชม โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยเฉพาะของผู้รับสาร

นอกจากนี้การเล่าเรื่องของซีรีส์เรื่อง start-Up ยังไม่เพียงทำให้ผู้ชมเกิดการรับรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพเพียงอย่างเดียว แต่ยังทำให้ผู้ชมได้รับความเพลิดเพลินเจริญใจและเจริญสติปัญญาไปพร้อมๆ กัน อีกทั้งยังทำให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงคุณค่าในการใช้ชีวิต และไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลวและอุปสรรคใดๆ ที่เข้ามาถล่มถ้ายอีกด้วย



บทที่ 5

สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

“การเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับธุรกิจผ่านซีรีส์เรื่อง Start-Up” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ตามดุลยพินิจของผู้วิจัย และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการทำธุรกิจและการเขียนบทละครโทรทัศน์ และกลุ่มผู้ชมทั่วไปที่มีการเปิดรับซีรีส์เรื่อง Start-Up ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยได้ค้นพบองค์ความรู้และผลสัมฤทธิ์ของซีรีส์เรื่อง Start-Up โดยเฉพาะในแง่มุมมองของการเล่าเรื่องและการถ่ายทอดเนื้อหาเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ

ทั้งนี้ เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ ผู้วิจัยจะเรียงการนำเสนอผลการวิจัย โดยแยกเป็นส่วนสรุปผลวิจัย อภิปรายผลวิจัย และข้อเสนอแนะ ตามลำดับ

5.1 สรุปผลวิจัย

5.1.1 สรุปการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up

5.1.1.1 องค์ประกอบการเล่าเรื่อง

จากการศึกษาตัวบทซีรีส์เรื่อง Start-Up พบว่ามีรูปแบบการเล่าเรื่องที่น่าไปสู่การเรียนรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ มีการนำเอาขั้นตอนการทำธุรกิจสตาร์ทอัพและการแข่งขันกันมาใช้ในการดำเนินเรื่อง โดยสามารถอธิบายตามองค์ประกอบการเล่าเรื่อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

โครงเรื่อง พบว่า ภาพรวมของโครงเรื่องของซีรีส์เกาหลีเรื่อง Start-Up นั้น มีการลำดับเรื่องราวตามโครงสร้างการเล่าเรื่องแบบสามเหลี่ยม (The Freytag's Triangle) ทั้ง 5 ขั้นตอน ได้แก่ การเริ่มเรื่องราว (Exposition) การพัฒนาเรื่องราว (Rising Action) ภาวะวิกฤต (Climax) ภาวะคลี่คลาย (Falling Action) และการจบเรื่องราว ซึ่งโครงสร้างการดำเนินเรื่องของซีรีส์เรื่อง Start-Up จะมีความซับซ้อนประมาณหนึ่ง เนื่องจากมีสองเส้นเรื่องที่เล่าขนานกันไป ได้แก่ เส้นเรื่องหลัก (Action Line) เกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ และเส้นเรื่องความสัมพันธ์ (Relationship

Line) เกี่ยวกับปมความรักสามเส้า โดยในเส้นเรื่องหลักจะมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาการทำธุรกิจสตาร์ทอัพในประเด็นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาเรื่องการเลือกผู้ร่วมงาน ปัญหาการแบ่งหุ้นส่วน ปัญหาด้านการหาเงินทุน เป็นต้น โดยในแต่ละตอนจะมีการถ่ายทอดเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจแตกต่างกันออกไป

ในส่วนของเส้นเรื่องความสัมพันธ์ จะเป็นการดำเนินเรื่องไปแบบเรื่อยๆ ตลอดทั้งเรื่อง โดยมีความเชื่อมโยงกับการทำธุรกิจตรงที่ความรักที่หนุ่มโศกานมีให้แก่ซอด้ลมีกลายเป็นแรงผลักดันที่ทำให้หนุ่มโศกานอยากที่จะพัฒนาตนเอง และมีความมุ่งมั่นที่อยากจะทำทุกอย่างเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันความรักที่ฮันจียองมีให้แก่ซอด้ลมีก็ทำให้ฮันจียองคอยให้ความช่วยเหลือแก่ซอด้ลมีในยามที่ซอด้ลมีต้องเผชิญกับปัญหาในการทำธุรกิจ ซึ่งในบางตอนทั้งสองเส้นเรื่องนี้ก็อยู่ในภาวะวิกฤตทั้งคู่ ส่งผลให้เนื้อเรื่องในตอนนั้นมีความเข้มข้นยิ่งขึ้นไปอีก โดยในตอนจบของซีรีส์เรื่องนี้ เส้นเรื่องหลักในส่วนของการทำงานธุรกิจ จบเรื่องราวที่ตัวละครหลักต่างก็ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจตั้งที่ไฝฝืน และในเส้นเรื่องความสัมพันธ์ก็สามารถคลี่คลายปมความรักสามเส้า และซอด้ลมีกับหนุ่มโศกานก็ได้ครองรักกันอย่างมีความสุข

แก่นเรื่อง พบว่า ซีรีส์เรื่อง Start-Up จะมุ่งนำเสนอแก่นเรื่องหลักประเภท Career Theme ที่สะท้อนให้เห็นถึงความพากเพียรพยายามของตัวละครในการทำตามความฝันของตนเองให้สำเร็จ นำเสนอแก่นเรื่องรองเป็น Love Theme สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์รักสามเส้าของตัวละคร และมีการนำเสนอแก่นเรื่องแบบ Morality Theme อยู่บ้างในบางตอน แต่จะไม่เด่นชัดเท่าแก่นเรื่องประเภท Career Theme และ Love Theme

ความขัดแย้ง พบว่า ในซีรีส์เรื่อง Start-Up ความขัดแย้งระหว่างบุคคล เป็นประเภทความขัดแย้งที่พบได้บ่อยที่สุด เนื่องจากการดำเนินเรื่องเป็นเรื่องของการแข่งขันการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ จึงทำให้เกิดความขัดแย้งกันทางความคิดเห็น อุดมการณ์ หรือพฤติกรรมของแต่ละบุคคลไม่ตรงกัน จนนำมาสู่การใช้ความรุนแรงทั้งในระดับทางวาจาและทางร่างกาย ส่วนความขัดแย้งภายในจิตใจ เป็นประเภทความขัดแย้งที่พบได้รองลงมาจากความขัดแย้งระหว่างบุคคล โดยจะเป็นความขัดแย้งที่เกิดจากการต้องเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความสับสน หรือการต้องตัดสินใจกระทำการในสิ่งที่ตนเองไม่ได้คาดคิดหรือมีเจตนาที่จะกระทำตั้งแต่นั้น จนส่งผลให้ตัวละครต้อง

กระทำตามแม้จะไม่ได้รู้สึกตรงกับความต้องการของตนเอง ตัวอย่างเช่น ตอนที่ซอดัลมีรู้ความจริงว่าฮันจียองคือนัมโดซานเพื่อนทางจดหมายและเป็นรักแรกของเธอในวัยเด็ก ซึ่งทำให้เธอเกิดความรู้สึกสับสนและไม่สามารถตระหนักได้ว่าเธอที่แท้จริงแล้ว เธอรักนัมโดซานคนปัจจุบัน หรือรักฮันจียองคนที่เป็นเพื่อนทางจดหมายกันแน่ จึงเกิดเป็นความขัดแย้งในตนเองขึ้นมา เป็นต้น และความขัดแย้งระหว่างกลุ่มคนกับสังคมเป็นประเภทความขัดแย้งที่พบน้อยที่สุดในซีรีส์เรื่อง Start-Up เป็นความขัดแย้งที่เกิดจากความปรารถนาหรือการกระทำของตัวละคร ที่ไม่สอดคล้องกับกฎระเบียบหรือโครงสร้างทางสังคม สอดคล้องกับแนวคิดโครงสร้างการเล่าเรื่องของกาญจนา แก้วเทพ (2553) ที่กล่าวไว้ว่า เหตุการณ์หรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในขณะที่เรื่องราวดำเนินไปนั้น จะพัฒนาไปสู่ความขัดแย้ง ซึ่งในซีรีส์เรื่อง Start-Up จะพบว่าความขัดแย้งไม่เพียงทำให้เหตุการณ์ดำเนินต่อไปได้ แต่ทว่าความขัดแย้งยังเป็นตัวเชื่อมเหตุการณ์ที่ทำให้ผู้สร้างสามารถถ่ายทอดข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจได้อย่างแนบเนียน

ตัวละคร พบว่า เมื่อพิจารณาตามแนวคิดของ Foster (1990) ตัวละครหลักในซีรีส์เรื่อง Start-Up จะมีคุณลักษณะที่เป็นพลวัต (Dynamic) ซึ่งตัวละครจะมีลักษณะภายนอก ความต้องการ และมีการพัฒนาตนเองขึ้นเรื่อยๆ จากการเรียนรู้และเผชิญหน้ากับอุปสรรคปัญหาในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยผู้สร้างใช้ลักษณะการถ่ายทอดเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพผ่านการเรียนรู้ และการกระทำของตัวละคร ทำให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนได้ร่วมเรียนรู้ไปกับตัวละครด้วย ซึ่งนอกเหนือจากตัวละครหลักทั้ง 4 ตัวแล้ว ซีรีส์เรื่อง Start-Up ยังให้ความสำคัญกับตัวละครอื่นๆ เช่น พ่อแม่ของนัมโดซาน คุณย่าของซอดัลมี หรือประธานยูนิคอนฮัก (ประธานแซนด์บ็อกซ์) เพื่อใช้ตัวละครเหล่านี้เป็นแรงขับเคลื่อนการกระทำและคลี่คลายปมในใจของตัวละครหลัก

บทสนทนา พบว่า นอกจากทำหน้าที่ในการสื่อสารระหว่างตัวละครแล้ว ยังช่วยทำให้บุคลิกลักษณะนิสัยของตัวละครมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติ ความชำนาญในอาชีพหรือหน้าที่ของตัวละคร และในขณะเดียวกันบทสนทนาในซีรีส์เรื่อง Start-Up ยังถ่ายทอดข้อมูลคำศัพท์ทางเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ อันส่งผลให้ผู้ชมได้รับความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนิศาชล เตไชยกุล (2547) ที่ได้อธิบายถึง

หน้าที่ของบทสนทนาไว้ว่า บทสนทนาจะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสื่อสารระหว่างตัวละคร และสะท้อนบุคลิกลักษณะของตัวละครที่ผู้เขียนบทได้มีการออกแบบไว้

ฉาก พบว่า เนื่องจากเนื้อเรื่องเป็นการเล่าเรื่องเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ดังนั้นฉากที่ปรากฏในเรื่องจึงจำเป็นต้องนำเสนอฉากที่มีความเกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจ หรือการแข่งขันการทำธุรกิจ เช่น ฉากในแซนด์บ็อกซ์ที่เปรียบเสมือนเป็นศูนย์บ่มเพาะแก่เหล่าสตาร์ทอัพ โดยจะเห็นว่าฉากแซนด์บ็อกซ์จะนำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานของสตาร์ทอัพ ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆ โต๊ะปรับระดับ หุ่นยนต์บริการ หรือที่ปรึกษาในการทำธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งเป็นฉากอุดมคติที่สร้างความตื่นเต้น ความรู้สึกเสมือนจริง และทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์สในการรับชม

สัญลักษณ์พิเศษ พบว่า แม้ซีรีส์เรื่องนี้จะมีการปรากฏคำศัพท์ทางเทคนิคเกี่ยวกับการทำธุรกิจอยู่เป็นระยะตลอดทั้งเรื่อง แต่ระดับความเข้มข้นในการรับรู้เกี่ยวกับความรู้ทางธุรกิจมิได้เทียบเท่ากับการนำเสนอความรู้ผ่านรูปแบบการกระทำของตัวละคร โดยหลังจากที่ตัวละครมีการพูดถึงคำศัพท์ทางเทคนิค จะมีการปรากฏคำศัพท์พร้อมคำอธิบายที่สั้นกระชับขึ้นมาที่ด้านล่างของภาพ แต่ตัวละครจะไม่ได้มีการพูดเพื่อขยายความต่อว่า คำศัพท์ที่กล่าวถึงนั้นมีความสำคัญหรือมีความหมายเชิงลึกอย่างไรในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ ผู้วิจัยจึงมองว่าการถ่ายทอดความรู้ผ่านรูปแบบของการขึ้นคำศัพท์ทางเทคนิคในภาพ อาจจะทำให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับคำศัพท์พื้นฐานที่ใช้ในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ แต่ไม่ได้เข้าใจถึงความหมายที่แท้จริงอย่างถ่องแท้

5.1.1.2 กลวิธีการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า การสร้างสรรค์การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาความรู้จะมีหลักการสำคัญอยู่ 3 ประการ ได้แก่

1. การสร้างเส้นเรื่องหลักและเส้นเรื่องรอง โดยพบว่าซีรีส์เรื่อง Start-Up มีการนำเสนอเรื่องราวเป็น 2 เส้นเรื่อง ได้แก่ เส้นเรื่องหลัก (Action Line) ที่ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจ และเส้นเรื่องความสัมพันธ์ (Relationship Line) ที่ทำหน้าที่เป็นเส้นเรื่องรอง ถ่ายทอดเรื่องราวความสัมพันธ์รักสามเส้าของตัวละครชอด้ลมี นัมโดซาน และอันจีพยอง ซึ่ง

ผู้เชี่ยวชาญมองว่าการเล่าเรื่องที่จำเป็นต้องมีเส้นเรื่องรองที่เล่าเรื่องเกี่ยวกับความรักเข้ามาช่วยโอบอุ้มเส้นเรื่องหลัก เพราะผู้เชี่ยวชาญมองว่าเรื่องราวที่เกี่ยวกับความรักมักเป็นเรื่องที่ผู้ชมให้ความสนใจ และสามารถมีอารมณ์ร่วมกับเนื้อหาได้ง่ายมากยิ่งขึ้น และช่วยทำให้การถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้ทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ ซึ่งกลุ่มผู้ชมที่มีความตั้งใจก็อาจจะให้ความสนใจที่เส้นเรื่องหลักเป็นพิเศษอยู่แล้ว และมองเส้นเรื่องความสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความบันเทิงหรือคลายสมอง ในขณะที่ผู้ชมบางกลุ่มอาจจะไม่ได้มีความสนใจเส้นเรื่องหลักที่เกี่ยวกับธุรกิจ แต่ต้องการรับรู้เส้นเรื่องความสัมพันธ์ว่าปัญหารักสามเส้าจะลงเอยอย่างไร ซึ่งไม่ว่าผู้ชมจะมีความสนใจในเส้นเรื่องหลักที่นำเสนอเกี่ยวกับการทำธุรกิจหรือไม่ ในท้ายที่สุดแล้วผู้ชมก็จะได้รับความรู้ไม่มากนักน้อยเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ ผ่านการติดตามเส้นเรื่องใดเส้นเรื่องหนึ่งของซีรีส์เรื่อง Start-Up สอดคล้องกับการศึกษาของณัฐพล หล้ามณี (2561) ที่พบว่า การเล่าเรื่องที่มีการแบ่งโครงเรื่องออกเป็นโครงเรื่องหลักและโครงเรื่องย่อย ที่มีการนำเสนอเนื้อเรื่องแตกต่างกัน แต่ดำเนินไปพร้อมกัน จะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้มากกว่า

แต่อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาร่วมกับผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ชมกลับพบว่า การสอดแทรกเส้นเรื่องความสัมพันธ์เข้าไปในซีรีส์เรื่องนี้ อาจไม่ได้ทำให้ผู้ชมรู้สึกอยากติดตามการดำเนินเรื่องราวของซีรีส์เสมอไป โดยส่วนใหญ่แล้วกลุ่มผู้ชมที่ชมซีรีส์เรื่องนี้ต้องการรับชมเส้นเรื่องหลักที่ถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจมากกว่า เนื่องจากในช่วงแรกของซีรีส์ผู้สร้างได้ให้น้ำหนักของเส้นเรื่องหลักเกี่ยวกับการทำธุรกิจมากกว่า และนำเสนอเรื่องราวออกมาได้อย่างเข้มข้น จนผู้ชมติดใจในเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจ และมองว่าเส้นเรื่องความสัมพันธ์ที่สอดแทรกเข้ามา ทำให้เนื้อหาความเข้มข้นของเส้นเรื่องหลักเกี่ยวกับการทำธุรกิจถูกลดความสำคัญลงไปในช่วงท้ายๆ เพราะต้องให้น้ำหนักกับการคลี่คลายปมความสัมพันธ์รักสามเส้าของตัวละคร ซึ่งส่งผลให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกว่าได้รับความสนุกลดน้อยลง และได้รับสาระความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจแบบไม่ต่อเนื่อง จนทำให้การดำเนินเรื่องในช่วงท้ายมีความน่าสนใจน้อยกว่าการดำเนินเรื่องในช่วงแรกๆ

2. การสร้างพาหะในการเล่าเรื่อง ในการสร้างสรรค์การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้ นั้น สิ่งที่ผู้สร้างจำเป็นต้องคำนึงและค้นหาให้พบนั้นก็คือ พาหะที่ใช้ในการถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ เพื่อให้การถ่ายทอดข้อมูลความรู้เป็นไปอย่างแนบเนียน ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมในการรับชม และไม่รู้สึกรู้ว่ากำลังถูกยึดเยียดข้อมูล ซึ่งในซีรีส์เรื่อง Start-Up ผู้วิจัยพบว่าพาหะที่ผู้สร้างใช้ในการ

ถ่ายทอดความรู้ประกอบด้วย การสร้างปมความขัดแย้งระหว่างตัวละครขึ้นมา เพื่อให้ตัวละครเกิดแรงจูงใจในการกระทำในการทำธุรกิจ จากนั้นในแต่ละตอนก็จะมีการสร้างประเด็นปัญหาทางธุรกิจที่ตัวละครต้องเผชิญ เพื่อให้ผู้สร้างได้มีโอกาสสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจลงไปได้ อย่างแนบเนียน โดยลักษณะของการถ่ายทอดความรู้ทางธุรกิจของผู้สร้างจะถ่ายทอดผ่านการกระทำและบทสนทนาที่ใช้โต้ตอบกันระหว่างตัวละคร

3. การสร้างสรรค์ตัวละคร พบว่า การสร้างสรรค์ตัวละครที่มีลักษณะแบบพลวัต กล่าวคือ ตัวละครมีพัฒนาการในการเรียนรู้และเปลี่ยนแปลงตัวเองอย่างชัดเจน จะช่วยทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเชื่อถือในเนื้อหาความรู้ที่ผู้สร้างต้องการจะถ่ายทอดและเชื่อมั่นในตัวละครนั้นๆ โดยพบว่าในซีรีส์เรื่อง Start-Up มีการสร้างตัวละครหลักที่มีจุดเริ่มต้นจากความไม่สมบูรณ์แบบ จากนั้นจะค่อยๆ ไต่ระดับในการพัฒนาตนเองจากการต้องเผชิญกับปัญหาในการทำธุรกิจ จนเกิดการเรียนรู้และสามารถประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจได้ในที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาร่วมกับผลการสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้ชมก็พบว่า การสร้างสรรค์ตัวละครค่อนข้างมีผลต่อการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้เป็นอย่างมาก โดยกลุ่มผู้ชมมองว่าการสร้างสรรค์ตัวละครที่สะท้อนให้เห็นถึงความพยายามไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค มีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองไปเรื่อยๆ จะช่วยทำให้ผู้ชมเกิดแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิตจากการรับชมเรื่องราวการทำธุรกิจในซีรีส์เรื่องนี้

5.1.2 การรับรู้ของผู้ชมที่มีต่อการเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจของซีรีส์เรื่อง Start-Up

จากผลการวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ชมที่มีการเปิดรับซีรีส์เรื่อง Start-Up ทั้งที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการทำธุรกิจและกลุ่มผู้ชมทั่วไป โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

การเล่าเรื่องของซีรีส์เรื่อง Start-Up ผู้ชมทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ซีรีส์เรื่อง Start-Up มีการถ่ายทอดเนื้อหาการทำธุรกิจในระดับพื้นฐาน ซึ่งต่อให้ไม่เคยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพมาก่อนก็สามารถรับชมซีรีส์เรื่องนี้ได้ โดยเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ที่ปรากฏในซีรีส์เรื่องนี้ ล้วนเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพในระดับเบื้องต้นที่ช่วยทำให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจในระบบนิเวศของการทำธุรกิจสตาร์ทอัพว่า ต้องมี

กระบวนการในการเริ่มต้นทำธุรกิจอย่างไร และเข้าใจคำศัพท์ทางเทคนิคที่ใช้กันในแวดวงธุรกิจ สตาร์ทอัพมากยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกันผู้ชมที่เป็นผู้เชี่ยวชาญยังมองว่าซีรีส์เรื่อง Start-Up จัดได้ว่าเป็น สื่อบันเทิงที่เป็นบันไดขั้นแรก ที่ทำให้ผู้ชมได้รู้จักและเรียนรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ

นอกจากนี้ ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ชมทำให้ผู้วิจัยพบว่า การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอด ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ จะสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจในกลุ่มผู้ชมที่เป็นบุคคล ทั่วไปมากกว่ากลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ เนื่องจากกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้เชี่ยวชาญจะมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจของตนเองเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ประกอบกับการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจ สตาร์ทอัพในซีรีส์เรื่องนี้ ก็ได้นำเสนอเนื้อหาความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพในระดับสูง เป็น เพียงข้อมูลในระดับพื้นฐานเท่านั้น จึงมิได้ทำให้กลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเกิดการรับรู้เนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพที่เพิ่มมากขึ้นจากการรับชมซีรีส์เรื่องนี้ ในขณะที่กลุ่มผู้ชมทั่วไปที่เปรียบเสมือน เป็นแก้วเปล่าใบหนึ่ง ที่ไม่เคยได้รับการเติมเต็มน้ำแห่งความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจ สตาร์ทอัพมาก่อน เมื่อได้รับชมซีรีส์เรื่องนี้ จึงเกิดการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจ สตาร์ทอัพที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องตามหลักทฤษฎีการรับรู้สมัยใหม่ที่ว่า แม้ว่าผู้สร้างจะมีการออกแบบสร้างสรรค์ตัวสาร เอาไว้อย่างดีแล้ว แต่ผู้รับสารอาจไม่สามารถตีความและรับรู้สารได้เหมือนกันทั้งหมด อันเนื่องมาจาก ปัจจัยทางด้านทัศนคติ ประสบการณ์ส่วนบุคคล รวมไปถึงปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ย่อมทำให้ กระบวนการรับรู้ของมนุษย์มีความแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งในด้านของผู้เชี่ยวชาญด้านการทำ ธุรกิจนั้น เนื่องจากมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว การชมซีรีส์เรื่อง Start-Up จึงมิได้เกิดการเรียนรู้หรือเกิดความเข้าใจที่เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับการทำธุรกิจเพิ่มมากขึ้น

ในขณะที่เดียวกันแม้ว่าซีรีส์เรื่อง Start-Up จะสามารถถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจ ออกมาได้เป็นอย่างดี แต่กลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการทำธุรกิจก็มีการรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นใน การถ่ายทอดเนื้อหาของซีรีส์เรื่อง Start-Up โดยนำเสนอว่า ในส่วนของการถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการ ทำธุรกิจของซีรีส์เรื่อง Start-Up มีความคลาดเคลื่อนหรือไม่ถูกต้องตามหลักการทำธุรกิจอยู่บ้าง เล็กน้อย ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การที่ซีรีส์เรื่อง Start-Up มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการทำ ธุรกิจคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง เนื่องจากซีรีส์เป็นสื่อละครเพื่อความบันเทิงแขนงหนึ่ง การจะ ถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ลงไปสื่อบันเทิง จึงไม่สามารถสอดแทรกความรู้ลงไปได้ทั้งหมด เพราะอาจ ทำให้ความบันเทิงในรูปแบบของละครขาดหายไป ดังนั้นซีรีส์เรื่องนี้จึงมีการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับ

การทำธุรกิจแค่เพียงในระดับเบื้องต้นเท่านั้น โดยอาจมีการลดทอดความเข้มข้นของการทำธุรกิจ หรือ ข้ามขั้นตอนการทำธุรกิจบางขั้นตอนไป เพื่อควบคุมให้การดำเนินเรื่องมีความกระชับและเข้าใจง่าย ที่สุด และยังคงเป็นการถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ภายใต้การเล่าเรื่องผ่านสื่อบันทึก

การเล่าเรื่องของซีรีส์เรื่อง Start-Up กลุ่มผู้ชมมองว่าในส่วนของ การถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ เกี่ยวกับธุรกิจของซีรีส์เรื่องนี้สามารถสื่อสารออกมาได้เป็นอย่างดี โดยไม่ได้รู้สึกว่าการกำลังถูกยึดเยียด ข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกิจจนเกินไป แต่ในทางกลับกันผู้ชมกลับรู้สึกว่าการในช่วงเนื้อความสัมพันธ์รัก สามเส้าของตัวละครในช่วงท้ายๆ เรื่อง กลับเป็นส่วนที่ผู้ชมรู้สึกว่าการถูกยึดเยียดเข้ามา จนทำให้ความเข้มข้นของเนื้อหาในการทำธุรกิจขาดหายไป

ทั้งนี้ การดำเนินเรื่องในส่วนของ การแข่งขันการทำธุรกิจ ยังเป็นส่วนที่ทำให้ผู้ชมได้รับความเพลิดเพลินในการชมซีรีส์มากที่สุด โดยพบว่า การเล่าเรื่องในส่วนของ การทำธุรกิจสตาร์ทอัพ จะเป็น ช่วงที่ตัวละครต้องฝ่าฟันอุปสรรคทางธุรกิจ และสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ใดๆ และทำให้ผู้ชมได้เห็นถึงพัฒนาการในการเรียนรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจของตัวละคร ในขณะเดียวกันซีรีส์เรื่องนี้ก็ยังมอบคุณค่าเกี่ยวกับการใช้ชีวิตให้แก่ผู้ชม ซึ่งการได้รับชมซีรีส์เรื่อง Start-Up ช่วยทำให้ชีวิตที่ก่อนหน้านี้ต้องดำเนินไปอย่างไร้หลักได้กลับมาอยู่ในหนทางที่มีเป้าหมาย ซึ่งอาจจะเปรียบได้ว่า ซีรีส์เรื่องนี้เป็นตัวจุดประกายให้คนคนหนึ่ง ที่รู้สึกท้อแท้และสิ้นหวังในตนเอง ได้กลับมาใช้ชีวิต มีความหวัง และเชื่อมั่นในตนเองได้อีกครั้งหนึ่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

5.2 อภิปรายผลวิจัย

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับธุรกิจของซีรีส์เรื่อง Start-Up มีการถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจตลอดการดำเนินเรื่อง โดยในการถ่ายทอดเนื้อหา เกี่ยวกับการทำธุรกิจจะอาศัยปมความขัดแย้งหรือปมปัญหาของการทำธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อ ผลักดันให้เรื่องราวสามารถดำเนินต่อไปได้ สอดคล้องกับแนวคิดโครงสร้างการเล่าเรื่องของกาญจนา แก้วเทพ (2553) ที่กล่าวไว้ว่า เหตุการณ์หรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในขณะที่เรื่องราวดำเนินไปนั้น จะ พัฒนาไปสู่ความขัดแย้ง ซึ่งในซีรีส์เรื่อง Start-Up จะพบว่าความขัดแย้งไม่เพียงทำให้เหตุการณ์ ดำเนินต่อไปได้ แต่ทว่าความขัดแย้งยังเป็นตัวเชื่อมเหตุการณ์ที่ทำให้ผู้สร้างสามารถถ่ายทอดข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจได้อย่างแนบเนียน

ในขณะที่เดียวกันก็มีการสอดแทรกเนื้อหาความรู้และแนวคิดต่างๆ เข้ามาเพื่อทำให้ตัวละครเกิดการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ส่งผลให้ตัวละครสามารถทำธุรกิจสตาร์ทอัพได้เป็นอย่างดี และประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ ผู้วิจัยจึงคิดว่าการสร้างสรรค์การเล่าเรื่องในลักษณะที่ทำให้ตัวละครเกิดการพัฒนาค่อยเป็นค่อยไป โดยไต่ระดับจากการความไม่รู้ไปสู่การเรียนรู้ผ่านเนื้อหาความรู้ที่ผู้สร้างสอดแทรกเข้ามาในระหว่างการดำเนินเรื่อง ซึ่งการสร้างสรรค์การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้ในลักษณะนี้ เป็นแนวทางที่ยังไม่ค่อยมีให้เห็นในละครโทรทัศน์ของไทย ผู้วิจัยจึงคิดว่าแนวทางการสร้างสรรค์การเล่าเรื่องที่กำลังกล่าวมาในข้างต้น อาจสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการสร้างละครโทรทัศน์ของประเทศไทย เพื่อให้เกิดการสร้างสรรค์การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ที่ช่วยทำให้ผู้ชมเกิดการซึมซับเนื้อหาความรู้ผ่านการเรียนรู้ของตัวละคร โดยที่ผู้ชมไม่รู้สึกรู้ว่ากำลังถูกยัดเยียดข้อมูล และช่วยทำให้การถ่ายทอดเนื้อหาความรู้มีมิติของความเป็นธรรมชาติมากกว่าละครโทรทัศน์ของไทยในปัจจุบัน ที่มักถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ในท่าทีของการสั่งสอนตามแบบฉบับละครคุณธรรม และมักสอดแทรกข้อมูลความรู้แบบไม่มีที่มาที่ไป นอกจากนี้ลักษณะการสร้างสรรค์ตัวละครของซีรีส์เรื่องนี้ยังมีการถ่ายทอดลักษณะอาชีพของตัวละครออกมาอย่างชัดเจน โดยมุ่งเน้นไปที่อาชีพนักธุรกิจ นักลงทุน และนักพัฒนาเทคโนโลยี ซึ่งถ่ายทอดให้เห็นถึงกระบวนการคิดและการทำงานของอาชีพเหล่านี้อย่างลงลึก มิได้เพียงนำเสนออย่างผิวเผิน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อรุษา อึ้งศรีวงศ์ (2555) ที่พบว่า การสร้างตัวละครให้มีคุณลักษณะทางอาชีพที่ชัดเจน จะช่วยทำให้ผู้ชมรู้สึกเชื่อว่าตัวละครนั้นๆ มีอยู่จริง เพิ่มความน่าสนใจให้แก่เรื่องราว และทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วมกับตัวละคร และอยากที่จะติดตามเรื่องราวของละครต่อไป

โดยการเล่าของซีรีส์เรื่อง Start-Up จะออกเป็น 2 เส้นเรื่อง ได้แก่ เส้นเรื่องหลักที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจ และเส้นเรื่องความสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดปมความสัมพันธ์ของตัวละคร โดยการดำเนินเรื่องในช่วงต้นและกลางของซีรีส์ ผู้สร้างนำเสนอเส้นเรื่องหลักและมีการสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจอย่างเข้มข้น แต่ในช่วงท้ายของซีรีส์ นับตั้งแต่ตอนที่ 12 เป็นต้นไป ผู้สร้างขบขันเส้นเรื่องความสัมพันธ์เพื่อคลี่คลายปมความสัมพันธ์ของตัวละครมากจนเกินไป จนเส้นเรื่องหลักของการทำธุรกิจขาดหายไป ส่งผลให้ผู้ชมที่คาดหวังจะได้รับความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ รู้สึกว่าความน่าติดตามของซีรีส์ในช่วงท้ายเรื่องมีความน่าติดตามน้อยลง ซึ่งไม่สัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการเขียนบทละครโทรทัศน์ที่มองว่า ในการสร้างสรรค์การ

เล่าเรื่องนั้น การสร้างเส้นเรื่องความสัมพันธ์เข้ามาโอบอุ้มเส้นเรื่องหลักจะทำให้ผู้ชมให้ความสนใจมากกว่าการมีเส้นเรื่องหลักเพียงเส้นเรื่องเดียว จากการศึกษาในครั้งนี้จึงพบว่า เส้นเรื่องความสัมพันธ์อาจไม่ใช่กลวิธีสำคัญที่ทำให้ผู้ชมยังคงติดตามเรื่องราวของซีรีส์เสมอไป หากเส้นเรื่องหลักสามารถถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจออกมาได้เป็นอย่างดีและต่อเนื่อง เส้นเรื่องความสัมพันธ์ก็อาจจะไม่จำเป็นต้องขบเน้นให้มากนัก หรือพยายามทำให้เส้นเรื่องความสัมพันธ์เด่นกว่าเส้นเรื่องหลัก ดังนั้นแล้วสำหรับการสร้างสรรค์การเล่าเรื่องเพื่อถ่ายทอดความรู้ เมื่อผู้สร้างมีความตั้งใจที่จะนำเสนอเนื้อหาความรู้แก่ผู้ชมแล้ว ผู้สร้างก็ควรขบเน้นเส้นเรื่องหลักเป็นสำคัญ และนำเสนอข้อมูลความรู้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้นไปจนถึงจบเรื่อง เพื่อไม่ให้ความเข้มข้นของเส้นเรื่องของการทำธุรกิจขาดหายไป และเพื่อให้ผู้ชมได้รับสาระความรู้อย่างสม่ำเสมอด้วยเช่นกัน

ในส่วนของน้ำหนักเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจที่ผู้สร้างพยายามนำเสนอแก่ผู้ชมนั้น ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า ส่วนใหญ่ซีรีส์เรื่องนี้จะเน้นย้ำในขั้นตอนการทำธุรกิจสตาร์ทอัพอยู่ 2 ประเด็น คือ การพิชชิง (Pitching) เพราะในขั้นตอนการเป็นพิชชิงจะเป็นฉากเร้าอารมณ์และสร้างอารมณ์ร่วมให้ผู้ชมอยากที่จะติดตามเรื่องราวและเอาใจช่วยตัวละครให้สามารถเอาชนะการแข่งขันไปได้ นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอเรื่องการเข้าหานักลงทุนเพื่อหาทุนในการพัฒนาธุรกิจ ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นว่า ไม่ว่าพื้นฐานในการทำธุรกิจจะเป็นอย่างไร เงินก็เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำธุรกิจที่สุด และทำให้ธุรกิจยังคงดำเนินต่อไปได้ อีกทั้งในขั้นตอนของพิชชิงและการหาเงินทุนยังเป็นขั้นตอนที่ผู้สร้างสามารถนำมาใช้เป็นประเด็นปัญหาในการทำธุรกิจและการขับเคลื่อนเรื่องราว เพื่อให้การเล่าเรื่องของซีรีส์เรื่องมีความสนุกและน่าติดตามมากยิ่งขึ้น ซึ่งแตกต่างจากขั้นตอนการวางแผนโมเดลธุรกิจ (Business Model) ที่ถูกให้น้ำหนักในเรื่องค่อนข้างน้อย และแทบจะไม่มีการปรากฏให้เห็นถึงภาพการวางแผนโมเดลธุรกิจเลย แม้ว่าผู้เชี่ยวชาญจะมองว่าขั้นตอนในส่วนนี้เป็นส่วนที่สำคัญมากๆ ในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าสาเหตุที่ซีรีส์เรื่องนี้ให้น้ำหนักกับขั้นตอนของการวางแผนโมเดลธุรกิจน้อย เนื่องจากขั้นตอนการวางแผนโมเดลธุรกิจ เป็นขั้นตอนที่มีความซับซ้อนและต้องอาศัยความพิถีพิถันในการวางแผน อาจเป็นการยากที่จะถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการวางแผนโมเดลธุรกิจให้ออกมาได้อย่างเข้าใจง่าย

จากการศึกษาพบว่า การเล่าเรื่องของซีรีส์เรื่อง Start-Up จะมีการถ่ายทอดแนวคิดหรือค่านิยมในการใช้ชีวิต โดยมุ่งเน้นไปที่เรื่องความมุ่งมั่นพยายามทำตามความฝันและไม่ย่อท้อต่อ

อุปสรรคใดๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในชีวิตที่วางไว้ เพื่อต้องการสื่อสารกับผู้ชมว่า ไม่ว่าใครก็สามารถที่จะมีความฝัน และทำตามความฝันของตนเองได้ ซึ่งแสดงออกให้เห็นได้อย่างชัดเจนผ่านการเล่าเรื่อง เนื่องจากเป็นเนื้อเรื่องของกลุ่มคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ที่มีความฝันที่อยากจะประสบความสำเร็จในแบบของตนเอง จึงทำให้เห็นถึงความพยายามในการทำตามความฝัน ความมุ่งมั่นไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคใดๆ ที่เข้ามา โดยพบว่าตลอดการดำเนินเรื่องจะมีการปรากฏคำว่า “Follow your dream” ขึ้นมาเป็นระยะๆ เพื่อเน้นย้ำแก่ผู้ชมว่าอย่าหยุดที่จะพยายามทำตามความฝันของตนเอง สอดคล้องกับการศึกษาของธัญยศ โล่พัฒนานนท์ (2562) ที่พบว่า การสร้างสรรค์การเล่าเรื่องของเกาหลีใต้ มักจะมีความพยายามมุ่งนำเสนอเรื่องราวที่ช่วยขับเคลื่อนศักยภาพของมนุษย์ กระตุ้นความฝัน และสร้างแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต ซึ่งผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าหากละครโทรทัศน์ไทยมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้ไปในแนวทางเดียวกันกับซีรีส์เรื่อง Start-Up ก็น่าจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ชมในแง่ของการปลูกฝังค่านิยมในการใช้ชีวิต สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเอง และอยากที่จะพยายามทำตามความฝันโดยไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคใดๆ จนประสบความสำเร็จดังที่ตั้งใจเอาไว้

การเล่าเรื่องของซีรีส์เรื่อง Start-Up เมื่อนำมาพิจารณาพร้อมกับภาพยนตร์สารคดีเรื่อง Startup.com และการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ซีรีส์เรื่องนี้มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจในบางประเด็น แต่ไม่ได้ถ่ายทอดออกมาอย่างลึกซึ้งและครบถ้วน เมื่อเทียบกับภาพยนตร์สารคดีเรื่อง Startup.com แล้ว จะเห็นว่าการเล่าเรื่องของภาพยนตร์สารคดีจะถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยจะมุ่งนำเสนอข้อเท็จจริงของการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ สะท้อนให้เห็นถึงอุปสรรค ความยากลำบาก และความล้มเหลวที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญจากการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ ซึ่งจะแตกต่างจากซีรีส์เรื่อง Start-Up ที่มีการเล่าเรื่องในแบบตามสูตรสำเร็จของละครโทรทัศน์ ที่เปิดเรื่องให้ด้วยปมความขัดแย้งเพื่อให้ตัวละครมีเป้าหมายในชีวิต ต้องเผชิญกับอุปสรรคต่างๆ และในท้ายที่สุดก็สามารถเอาชนะอุปสรรค และทำตามเป้าหมายได้สำเร็จ แม้ว่าซีรีส์เรื่อง Start-Up จะมีการเล่าเรื่องตามสูตรสำเร็จของละครโทรทัศน์ทั่วไป แต่ผู้วิจัยก็พบความสอดคล้องกันระหว่างการเล่าเรื่องของภาพยนตร์สารคดีและการเล่าเรื่องของซีรีส์ ตรงที่มีการนำเสนอให้เห็นถึงขั้นตอนการทำธุรกิจสตาร์ทอัพที่ต้องมีการนำเสนอไอเดียธุรกิจ การเข้าหานักลงทุนเพื่อหาเงินทุนมาต่อยอดธุรกิจ นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอแง่มุมความเป็นจริงของความยากลำบากในการทำธุรกิจสตาร์ทอัพอีกด้วย ซึ่งถึงแม้ว่าการเล่าเรื่องของซีรีส์เรื่อง Start-Up จะถ่ายทอดอุปสรรคและความยากลำบากในการทำธุรกิจออกมาได้เข้มข้นน้อยกว่าในภาพยนตร์สารคดี แต่อย่างน้อยในภาพรวมของซีรีส์เรื่องนี้ก็สามารถ

ถ่ายทอดเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจออกมาได้เป็นอย่างดี สามารถทำให้ผู้ชมเกิดการรับรู้และเข้าใจ ภาพรวมของการทำธุรกิจสตาร์ทอัพได้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการเล่าเรื่องของซีรีส์เรื่อง Start-Up ไม่เพียงให้ความบันเทิงแต่ยังให้สาระความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจแก่ผู้ชม ซึ่งแตกต่างจากละครโทรทัศน์ไทยที่เน้นสร้างละครเพื่อ ‘เอารส’ มากกว่า ‘เอาเรื่อง’ โดยเนื้อเรื่องยังคงวนเวียนอยู่กับเรื่องราวของรักๆ ใคร่ๆ หรือการแย่งดีแย่งเมียกัน ที่แม้จะจรรโลงใจแต่ไม่เจริญสติปัญญา และไม่นำพาอุตสาหกรรมบันเทิงไทยไปสู่ความสร้างสรรค์แบบใหม่ๆ

นอกจากนี้ การเล่าเรื่องของซีรีส์เรื่อง Start-Up ยังสะท้อนให้เห็นว่าเกาหลีใต้ให้ความสำคัญกับธุรกิจสตาร์ทอัพเป็นอย่างมาก โดยเห็นได้ชัดว่าในซีรีส์มีการสื่อให้เห็นถึงระบบนิเวศสตาร์ทอัพของเกาหลีใต้ที่มีความยิ่งใหญ่และมีความพร้อมที่จะผลักดันอุตสาหกรรมสตาร์ทอัพของประเทศให้เติบโตไปข้างหน้า และในขณะเดียวกันซีรีส์เรื่องนี้ก็ทำให้เห็นอีกด้วยว่า เกาหลีใต้มีนโยบายและหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนและส่งเสริมสตาร์ทอัพอย่างเต็มที่ โดยนำเสนอผ่านฉากของแซนด์บ็อกซ์ที่เปรียบเสมือนเป็นศูนย์บ่มเพาะให้แก่สตาร์ทอัพ สอดคล้องกับรายงานสตาร์ทอัพในเกาหลีใต้ ของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างแดน (2563) ที่พบว่า รัฐบาลเกาหลีใต้ให้การสนับสนุนธุรกิจสตาร์ทอัพด้วยการจัดตั้งหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ที่คอยให้การสนับสนุนธุรกิจสตาร์ทอัพระยะเริ่มต้น ทั้งในด้านการหาเงินทุน พื้นที่ออฟฟิศ ผู้ร่วมลงทุน หรือที่ปรึกษาทางธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งเมื่อเทียบกับประเทศไทยแล้วจะเห็นว่าประเทศไทยแม้จะมีการออกนโยบายหรือหน่วยงานต่างๆ ที่สร้างขึ้นมาเพื่อรองรับสตาร์ทอัพไทย แต่ก็ยังขาดการสนับสนุนและผลักดันอย่างจริงจังจากรัฐ ทำให้สตาร์ทอัพประเทศไทยเติบโตได้ไม่เท่าเกาหลีใต้ ซึ่งผู้วิจัยมองว่า หากต้องการให้สตาร์ทอัพไทยสามารถเติบโตได้ไปได้ไกล ภาครัฐและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอาจจะต้องให้ความสำคัญกับการผลักดันสตาร์ทอัพให้มากกว่านี้ และในอนาคตผู้ผลิตละครโทรทัศน์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสตาร์ทอัพของประเทศไทย อาจมีการสร้างความร่วมมือระหว่างกัน เพื่อสร้างสรรค์รายการหรือละครโทรทัศน์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพให้มากขึ้น จากการนำร่องของภาพยนตร์เรื่อง App War และรายการ Startup Star (ดารา 4.0) ทำให้ผู้วิจัยเห็นว่าประเทศไทยเองก็มีศักยภาพเพียงพอที่จะสร้างสรรค์สื่อบันเทิงแนวใหม่ที่สามรถถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ สร้างค่านิยม ทำให้เยาวชนไทยรับรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพ และในขณะเดียวกันก็ยังคงมอบความบันเทิงให้แก่ผู้ชมได้ดังเดิม

5.4 ข้อจำกัดงานวิจัย

1. เนื่องจากเป็นการศึกษาซีรีส์ที่ไม่ได้ใช้ภาษาไทยในการดำเนินเรื่อง ทำให้ผู้วิจัยต้องศึกษาและถอดความซีรีส์เรื่องนี้ ผ่านการรับชมซีรีส์แบบอ่านบทบรรยายภาษาไทยที่ผ่านการแปลจากผู้ที่มีความรู้ด้านภาษาเกาหลีอีกทอดหนึ่ง
2. ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มผู้ชม ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง เป็นเฉพาะกลุ่มผู้ชมที่เป็นคนไทยเท่านั้น เนื่องด้วยข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคด้านภาษาและการเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เป็นคนเกาหลีได้

5.5 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการเล่าเรื่องเพื่อส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับธุรกิจในซีรีส์เรื่อง Start-Up ดังนั้น หากสนใจศึกษาซีรีส์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการทำธุรกิจ และต้องการให้งานวิจัยในครั้งต่อไปเกิดความหลากหลายและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น อาจเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นซีรีส์แนวธุรกิจเรื่องอื่นๆ มาทำการศึกษาและเปรียบเทียบวิธีการออกแบบการเล่าเรื่อง เพื่อหาทริคในการถ่ายทอดองค์ความรู้
2. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพียงองค์ประกอบการเล่าเรื่องของซีรีส์เรื่อง Start-Up และเพื่อให้เกิดความครอบคลุมและเห็นถึงทริคในออกแบบสร้างสรรค์ของผู้สร้างมากยิ่งขึ้น ควรศึกษาการประกอบสร้างตัวละครในซีรีส์เรื่อง Start-Up เพิ่มเติมด้วย เพื่อให้เห็นโครงสร้างภูมิหลัง และแนวคิดในการประกอบสร้างที่มีผลต่อการถ่ายทอดเนื้อหาความรู้ผ่านการแสดงออกและการกระทำของตัวละคร
3. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาซีรีส์ของเกาหลีใต้ ทำให้บริบทด้านการเล่าเรื่องอาจจะมีแตกต่างกับซีรีส์ของไทย ในอนาคตอาจจะมีการเปรียบเทียบด้านโครงสร้างการเล่าเรื่องระหว่างซีรีส์ที่มีสัญชาติเกาหลี กับที่เป็นสัญชาติไทย และทำการเปรียบเทียบการรับรู้ที่เกิดขึ้นจากการดูซีรีส์ทั้งสองประเทศ
4. จากผลการศึกษา สะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ของผู้ชมมีความเปลี่ยนแปลงไป ผู้ชมบางกลุ่มไม่ได้มีความต้องการที่จะรับชมแต่ละครที่มุ่งนำเสนอแต่เรื่องราวความรักความสัมพันธ์ของตัวละครเสมอไป แต่กลับรู้สึกอยากรับชมเนื้อหาที่แปลกใหม่ ที่มุ่งนำเสนอความรู้

หรือเนื้อหาเชิงลึกเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ดังนั้นผู้สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์อาจจำเป็นต้องปรับเปลี่ยน กลวิธีการเล่าเรื่อง และหันมาให้ความสำคัญกับเนื้อหาความรู้ของเนื้อเรื่องมากกว่าเรื่องราวความรัก โรแมนติก

5. การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแก่ผู้สร้างละครโทรทัศน์ในประเทศไทยว่า ในอนาคต อาจมีการนำแนวคิดการสื่อสารเชิงสุนทรียะของ ธีรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2543) มาปรับใช้กับการ สร้างสรรค์ละครโทรทัศน์ไทย โดยเป็นแนวคิดที่ว่าด้วยการสื่อสารที่นำเอาศาสตร์ของศิลปะแขนง ต่างๆ เข้ามาเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดความรู้ หรือเนื้อหาสาระที่ผู้สร้างต้องการจะสื่อ เพื่อที่ นอกจากจะสร้างความรู้สึกเพลิดเพลินให้แก่ผู้ชม ยังนำไปสู่การเจริญสติปัญญา และเกิดการประจักษ์ แจ่มในตนเองของกลุ่มผู้ชม อันเป็นประโยชน์สูงสุดที่สื่อละครโทรทัศน์ และสื่อจินตคติทุกประเภท มุ่งหวังให้เกิดแก่กลุ่มผู้ชม

6. องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยคาดว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้สร้างสรรค์ ละครโทรทัศน์ไทยหรือผู้สร้างสรรค์สื่อบันเทิงแขนงต่างๆ ที่มีความสนใจ สามารถนำผลสัมฤทธิ์ที่ได้ จากการศึกษานี้ไปเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเรื่องหรือกลวิธีในการเล่าเรื่อง เพื่อการ สร้างสรรค์เรื่องและการเขียนบทละครโทรทัศน์

บรรณานุกรม

- AD ADDICT. (2564). 10 ซีรีส์เกาหลีกับเรื่องราวธุรกิจ เนื้อเรื่องสนุกตื่นเต้น เดิมเต็มด้วยสาระความรู้!
สืบค้นจาก <https://adaddicth.com/works/10-KSeries-Business>
- AIS The StartUp (2563). "วิธีระดมเงินทุนมหาศาลใน 30 วัน ด้วย Crowdfunding." สืบค้นจาก
<https://www.ais.th/thestartup/blog-crowdfunding.html>.
- Baehr, E. and E. Loomis (2560). Get backed = ระดมทุนร้อยล้าน สร้างฝันสตาร์ทอัพ. นนทบุรี, ไอ
Disrupt. รวมแหล่งซัพพอร์ตสตาร์ทอัพไทย ปูทางสู่การสร้างยูนิคอร์นตัวแรก. สืบค้นจาก
<https://www.disruptignite.com/blog/startup-support>
- Good, C. V. (1973). Dictionary of Education. New York, McGraw-Hill Book.
- Innovative Startup. (2560). สตาร์ทอัพ คืออะไร. สืบค้นจาก <http://www.startup.su.ac.th/?p=84>
- Karoonp. Chetpayark. (2563). รัฐบาลเกาหลีได้สนับสนุน *Start up* อย่างไร? ชวนดูเป้าหมายและ
แผนสู่ออนาคตของ *Start up* เกาหลี. สืบค้นจาก <https://thematter.co/quick-bite/how-korean-gov-support-start-up/130706>
- StartupRecipe (2021). "How similar to real life of startup is K-Drama Startup." Retrieved fr
<https://meet-global.bnnext.com.tw/articles/view/47335>.
- Techsauce. (2560). LINE TV ดึงคนดังสู่ *Startup* ร่วมมือกับ TV Thunder และ RISE ปั่นเรียลลิตี้
'*Startup Star* (ดารา 4.0)'. สืบค้นจาก <https://techsauce.co/news/line-tv-rise-tv-thunder-startup-star-dara-4-0>
- Techsauce. (2561). บทวิเคราะห์ 'App War แอปชนแอป' หนึ่งไทยเรื่องแรกที่กำลังเล่าเรื่อง *Startup*.
สืบค้นจาก <https://techsauce.co/saucy-thoughts/app-war-movie-about-startup>
- Techsauce. (2562). ศึกษาจากรัฐบาลเกาหลี ทำอย่างไรถึงสร้าง *Unicorn* ได้มากถึง 11 ราย?
สืบค้นจาก <https://techsauce.co/tech-and-biz/learn-from-korea-how-to-create-11-unicorns>
- Techsauce. (2563). กรณีศึกษา *Startup* เกาหลีใต้ ปัจจัยส่งเสริมที่ทำให้มียูนิคอร์น 12 ราย.
สืบค้นจาก <https://techsauce.co/tech-and-biz/how-korea-build-startup-ecosystem>

- Techsauce. (2564). *NIA* เปิดรายงานการพัฒนาระบบนิเวศ *Startup* ไทย ปี 2564 เร่งเดินหน้า
ขับเคลื่อนไทยสู่ ‘ประเทศแห่ง *Startup*’. สืบค้นจาก <https://techsauce.co/news/nia-startup-report-2021>
- The Government of the Republic of Korea. (2017). *100 Policy Tasks Five-year Plan of the Moon Jae-in Administration*. Korean Culture and Information Service
- UNCTAD. (2008). *Creative Econom Report 2008*.
- Urban Creature. (2563). ‘อุตสาหกรรมบันเทิง’ เศรษฐกิจหลักเกาหลี หมดดีเต้จากรัฐบาล. สืบค้น
จาก <https://urbancreature.co/southkorea-koreanwave/>
- Wolman, B. B. (1972). *Manual of child psychopathology*. New York, McGraw-Hill Book.

ภาษาไทย

- กนกวรรณ มณฑิราช (2539). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้ กับความรู้ ความตระหน
การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชนในจังหวัดกาญจนบุรี. คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ปรินูญานินพนธ์ปรินูญามหาบัณฑิต.
- กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ (2521). หลักสูตรใหม่. กรุงเทพฯ, โรงพิมพ์กรมการศาสนา.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). ‘ประยุทธ์’ ชวน ครม.ดูซีรีส์ ‘สตาร์ทอัพ’. สืบค้นจาก
<https://www.bangkokbiznews.com/business/911505>
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. CHULALONGKORN UNIVERSITY
- ขจิตขวัญ กิจวิสาละ (2564). "ศาสตร์การเล่าเรื่องในสื่อการศึกษา." วารสารศาสตร์ 14(3): 40-43.
- จักรกริช สังขมณี. (2563). *Start-up: ให้มันเริ่มใหม่ที่รุ่นเรา*. สืบค้นจาก
<https://www.the101.world/start-up-korean-series/>
- จุฑามาศ สาคร (2561). การสร้างตัวละครที่มีลักษณะเฉพาะและการเล่าเรื่องของละครโทรทัศน์ชุด โปรเ
เอส เดอะ ซีรีส์ ตอน Side by Side พี่น้องลูกชนไก่ และ SOS Skate ซิม ซ่าส์. คณะนิเทศศาส
กรุงเทพฯ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ปรินูญานินพนธ์ปรินูญามหาบัณฑิต.
- ชงคума กมลเวชช (2551). รูปแบบธุรกิจเชิงวัฒนธรรม, กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์: 32.

- ฐณยศ โสฬพัฒน์ (2562). สรรค์สร้างการเล่าเรื่องสู่สากล ละคร ซีรีส์ ที่วีตราฆ่า. กรุงเทพฯ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐกานต์ อมาตกุล. (2563). มองวงการสตาร์ทอัพเกาหลีใต้ผ่านซีรีส์ *Start-Up*. สืบค้นจาก <https://adaymagazine.com/korea-start-up/>
- ธรรมจักร พรหมพวย. (2549). การรับรู้เชิงสุนทรียะและตีความหมายภาษาท่ารำในนาฏศิลป์ไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- นิติพงษ์ มานะพงศ์. (2561). การรับรู้คุณภาพการบริการ การรับรู้การส่งเสริมการขาย การรับรู้ภาพลักษณ์ทางสังคมการรับรู้ค่านิยมทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของไทย เพื่อเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพฯ. สืบค้นจาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3949/1/nitiphong_mana.pdf
- ณัฐพล หล้ามณี (2561). การเล่าเรื่องวิถีวัฒนธรรมญี่ปุ่นในละครซีรีส์ เรื่อง อามะจัง สาวน้อยแห่งท้องทะเล วิทยาลัยนิเทศศาสตร์. ปทุมธานี, มหาวิทยาลัยรังสิต. ปรินูญานินพนธ์ปรินูญามหาบัณฑิต.
- ดารารัตน์ ภูธร (2560). การตระหนักรู้ของดิจิทัลเนทีฟไทยต่อการละเมิดลิขสิทธิ์การ์ตูนและแอนิเมชันผู้ใหญ่ออนไลน์. คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ปรินูญานินพนธ์ปรินูญามหาบัณฑิต.
- ดิสนีย์ อธิธิร์ญวงศ์ (2553). การรับรู้ ทักษะคิด และความตระหนักเรื่องปัญหาสังคมของผู้ชมภาพยนตร์สังคม. คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ปรินูญานินพนธ์ปรินูญามหาบัณฑิต.
- นิภาพันธุ์ พูนเสถียรทรัพย์. "เปิดโลกการลงทุนใน Startup." สืบค้นจาก <https://www.scb.co.th/th/pebanking/stories/open-startup-investment.html>.
- นิตาชล เตโชยกุล (2547). คนเขียนบทละคร Dream Believe Dare Do. กรุงเทพฯ, ไฮเออร์เพลส.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526). การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ, ไทยวัฒนาพานิช
- ไพบุลย์ ปิตะเสน. (2563). ถอดรหัสเส้นทางสู่ฮัน-รยู 4.0 (Korean Wave 4.0). วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 12(2), 1-17.
- ภารดี เทพคายน. การศึกษาระดับการรับรู้และความเข้าใจของบุคลากรสายสนับสนุน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ต่อนโยบายความเป็นเลิศด้านการปฏิบัติงาน และพฤติกรรมที่สอดคล้องกับนโยบายความเป็นเลิศด้านการปฏิบัติงาน. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. สืบค้นจาก <https://www.km.nida.ac.th/th/images/PDF/research/paradeere164.pdf>

- ไพลิน ศศิธนากรแก้ว (2537). การเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนักและกา
ร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ปรินูญานินพนธ์ปรินูญามหาบัณฑิต.
- รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม. (2558). การเขียนบทภาพยนตร์บันเทิง (พิมพ์ครั้งที่ 1). คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิวดี สุขเสวต. (2559). ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์ในแบบเกาหลี. ส่งเสริมการลงทุน
(*Investment Promotion Journal*), 27(10), 13-15.
- สมบัติ กุสุมาวลี. (2010). อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries). *for Quality*, 17(154), 113-
118.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2562). เสี่ยงสะท้อนการสนับสนุน
สตาร์ทอัพผ่านนโยบายของภาครัฐ. สืบค้นจาก
<https://www.tsri.or.th/th/news/content/442/%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%AA%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%AA%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%97%E0%B8%AD%E0%B8%B1%E0%B8%9E%E0%B>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ. (2563). รายงานสตาร์ทอัพระดับยูนิคอร์นในเกาหลีใต้. สืบค้น
จาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/582866/582866.pdf
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. ยูนิคอร์น... ไม่ได้เป็นได้เพราะโชคช่วย. สืบค้นจาก
<https://www.depa.or.th/th/article-view/unicorns-not-about-luck>
- สุชัยญา วัฒนะศักดิ์ประภา. (2563). คุณลักษณะเชิงเนื้อหาและการนำเสนอของรายการอาสาพาไปหลง
และการรับรู้ของผู้ชม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ. สืบค้นจาก
<https://cuir.car.chula.ac.th/bitstream/123456789/76077/1/6184690628.pdf>
- อรอุษา อิงศรีวงศ์ (2555). การสร้างตัวละครและการเล่าเรื่องในละครโทรทัศน์ญี่ปุ่นที่ใช้อาชีพเป็นแก่นเรี
คณะนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ปรินูญานินพนธ์ปรินูญามหาบัณฑิต.
- อายุส ยิวรี (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเริ่มต้นทำธุรกิจแบบ start-up. คณะพาณิชยศาสตร์และ
บัญชี. ปทุมธานี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สารนิพนธ์ปรินูญามหาบัณฑิต.

อาสา รัดน่มงเมฆา (2558). ทศนคติ พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมละครซีรีส์ช่อง G/ ผ่านสื่อยูทูป. คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ๒ นิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ. (2542). จินตทัศน์ทางสังคมในภาษาสื่อมวลชน : ศาสตร์และศิลป์แห่ง การเล่าเรื่องในภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ มีวสิคดีโอ ข้าว และโฆษณา. โครงการสื่อสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ.

อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์. (2558). การเล่าเรื่องทางนิเทศศาสตร์:ศึกษาจากงานวิจัย. วารสารนิเทศศาสตร์ และนวัตกรรม นิต้า, 2(1), 31-58.





จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ไพบรียา สุระชัย
วัน เดือน ปี เกิด	14 กันยายน 2538
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
วุฒิการศึกษา	- ระดับปริญญาตรี: มหาวิทยาลัยบูรพา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภาควิชาภาพยนตร์และโทรทัศน์ - ระดับปริญญาโท: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ ภาควิชาสื่อ และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY