

COVER STORY
PROPTECH & URBANTECH
FOR BETTER LIVING

MARKETING
การตลาดยุคปี 2561
ที่สตาร์ทอัพควรรู้

TECHNOLOGY
AR (AUGMENTED REALITY)
มาหาแห่งโลกเสมือนจริง

SILICON VALLEY
รู้จักกับสตาร์ทอัพ CREATIVE
VENTURE สัญชาติไทยใน
SILICON VALLEY

STARTUP THAILAND MAGAZINE

**PROPTECH & URBANTECH
FOR BETTER LIVING**

แอดฟรี

ฉบับที่ 8
กุมภาพันธ์ 2561

EDITOR'S NOTE

ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับ Startup Thailand ได้ทุกวันที่นี่

 startupthailand.org



 Startup Thailand



สมัครสมาชิกอ่านนิตยสาร Startup Thailand ออนไลน์รายเดือนได้ฟรี เพียงสแกน QR Code ด้านล่าง



PROPTECH & URBANTECH ต่อการพัฒนาประเทศ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นธุรกิจมูลค่าสูงที่มีผลต่อ GDP ของประเทศ เนื่องจากมีธุรกิจเกี่ยวเนื่องอีกเป็นจำนวนมาก เช่น วัสดุก่อสร้าง ตกแต่งและเคมีภัณฑ์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น

ซึ่งการเติบโตของประเทศชั้นนำจะขับเคลื่อนด้วยการพัฒนา อสังหาริมทรัพย์ที่สอดคล้องกับการออกแบบผังเมือง ที่สนับสนุน การเติบโตของเศรษฐกิจยุคในปัจจุบัน

โลกยุคดิจิทัลทำให้โลกไร้พรมแดน ความรู้เพื่อใช้แก้ปัญหาต่าง ๆ สามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและมีมากมาย เพราะเราสามารถออนไลน์ได้แทบทุกที่ทุกเวลา ปัญหาต่างๆ ก็สามารถแก้ไขได้รวดเร็วขึ้น ไครมมองเห็นถึงปัญหาให้ได้ก่อนและหาทางแก้ได้ดีกว่า ก็ย่อมเป็น ผู้นำในเรื่องนั้นๆ

UrbanTech PropTech FinTech และ Construction Tech มีความ เกี่ยวเนื่องกันในหลายมิติ สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ธุรกิจ อสังหาฯ และในขณะเดียวกันยังเป็น Disruptive Innovation ที่จะ ทำให้รูปแบบธุรกิจต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว

และด้วยเทคโนโลยี 3D Modeling, 3D Printing, AI, AR, Blockchain, Big data และด้วยพลังคนหนุ่มสาวของประเทศที่เป็นสตาร์ทอัพ จะทำ ให้เกิดการสร้างแพลตฟอร์มใหม่ๆ ขึ้นเพื่อมาช่วยให้ธุรกิจอสังหาฯ เติบโตและสร้างความแข็งแกร่งให้แก่เศรษฐกิจของชาติอย่างต่อเนื่อง

พรนริศ ขวนไชยสิทธิ์
นายกสมาคมอสังหาริมทรัพย์ไทย



CONTENTS

4

COVER STORY

PROPTech & URBANTECH
FOR BETTER LIVING

9

INFOGRAPHIC

HOME, SMART HOME

**STARTUP
THAILAND**
MAGAZINE

กระทรวงวิทยาศาสตร์
และเทคโนโลยี

ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์

ศาสตราจารย์

ปวีร์ระดา วงษ์สำราญ

วิเชียร สุขสร้อย

สุพจน์ สุทธิรัตน์

พรพิชา เพชรแก้วกุล

บริษัท ทีซีบีเอ็น จำกัด

บรรณาธิการบริหาร
วีรณา โอฬารักษ์ธรรม

บรรณาธิการ
ภาวนา แก้วแสงธรรม

บรรณาธิการบทความ
ศุภยา ภูดี

กองบรรณาธิการ
วนิตยา พุ่มแก้ว

ช่างภาพ
ปิยนันท์ เกียรติณฤกษ์

พิสูจน์อักษร
กฤตภัทร ร่ำพรรณ

บรรณาธิการศิลปกรรม
ฐิติพงษ์ จรุงธรรมวงศ์

ศิลปกรรม
ธีรพงศ์ คงเชื้อ

เทวินทร์ เข็มรักษา

พลวัต โบราณกิจ

สุรี ชันตยาหลงกต



10

INTERVIEW

THE CONVERSATIONS ABOUT
PROPTech & URBANTECH

13

5 INNOVATIONS FOR URBAN LIVING

5 หมวดนวัตกรรมสำหรับคนเมือง

14

DESIGN

4 จุดบอดที่บอกว่าคุณกำลัง
ได้งานออกแบบโลโก้ที่ไม่ดี

15

MARKETING

การตลาดยุคปี 2561
ที่สตาร์ทอัพควรรู้

18

STARTUP THAILAND

NIA VENTURE “ทุน” เพื่อการสร้างสรรค
นวัตกรรมของสตาร์ทอัพ

16

RAISE FUNDS

สรุปพัฒนาการวงการ
สตาร์ทอัพประเทศไทยปี
2560 (ตอนที่ 1)

17

HUMAN RESOURCES

GENDER DIVERSITY
กับวิถีสตาร์ทอัพ

19

TECHNOLOGY

AR (AUGMENTED REALITY)
มาหาแหล่งโลกเสมือนจริง

20

DISRUPT

กรณีศึกษา PROPTech จาก
เกาะอังกฤษ เมื่อตลาดอสังหาริมทรัพย์
ถูก DISRUPT ด้วยเทคโนโลยี

22

CO-WORKING SPACE

TRUE INCUBE
โรจน์มเฉพาะ TECH STARTUP รุ่นใหม่



21

SILICON VALLEY

รู้จักกับสตาร์ทอัพ CREATIVE
VENTURE สัญชาติไทยใน
SILICON VALLEY

COVER STORY

PROPTech & URBANtech FOR BETTER LIVING

เขียน พัทธยา กูดี

ภาพ ปิยนันท์ เกียรติดินอุยกุล

PropTech & UrbanTech คือ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในวงการอสังหาริมทรัพย์และการจัดการเมือง ซึ่งตลาดในประเทศไทยมีมูลค่าถึง 6.7 แสนล้านบาท (ก.)

จริงอยู่ที่สตาร์ทอัพสายนี้ในไทยจะยังมีไม่มาก แต่ในระดับโลกเราเห็นผู้เล่นระดับท็อปหลายบริษัท เพราะเรื่อง “บ้าน” และ “เมือง” เป็นเรื่องใหญ่ๆเสมอ รวมถึงขนาดและมูลค่าของตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่สูงมาก จึงมีความเป็นไปได้ว่าเราจะได้เห็นผู้เล่นหน้าใหม่ๆ กระโจนสู่สมรภูมินี้ คำถามคือ...

อะไรคือความท้าทายของสตาร์ทอัพ?

อะไรคือเทรนด์ที่ควรโฟกัส?

และสำหรับคนที่อยากกระโดดเข้ามาควรเริ่มต้นที่ตรงไหนดี?

(ก.) ที่มา Prop Tech คลื่นลูกใหม่ที่เริ่มและแรง, 25 กรกฎาคม พ.ศ.2560, กรุงเทพธุรกิจ - <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641978>



รัชวุฒิ พิชยาพันธ์

ซีอีโอและผู้ร่วมก่อตั้ง Fixzy
สตาร์ทอัพที่รวมสารพัดช่างไว้บริการอย่างครบวงจร

PropTech & UrbanTech ยังเป็นกระแสหลักของคนไทย เพราะเป็นเรื่องเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ ตอนนี้องค์กรด้านอสังหาริมทรัพย์ก็เข้ามาตอบรับเป็นอย่างดีทำให้ตลาดมีมูลค่าสูงมาก กระแสส่วนใหญ่ยังอยู่ในเมืองหรือหัวเมืองใหญ่ แต่ก็คาดว่ากระจายไปตามเมืองต่างๆ อย่างรวดเร็วในปีนี้

เทรนด์ที่ควรสนใจ มองว่าเป็น IoT และการเชื่อมต่อไปยังอุปกรณ์ต่างๆ ซึ่งจะเข้ามาช่วยป้องกันและให้บริการเชิงรุกมากขึ้น เช่น เซนเซอร์ที่แจ้งว่าแอร์เริ่มผิดปกติ ต้องตรวจเช็คอะไรบ้าง ไม่ใช่รอให้แอร์เปิดไม่ติด แล้วค่อยหาช่างมาซ่อม เป็นต้นครับ



ธนวิญญ์ ต้นกันยา

ซีอีโอและผู้ก่อตั้ง Horganice
สตาร์ทอัพแพลตฟอร์มบริหารจัดการหอพัก

PropTech เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกันทั้งหมด ทั้งเรื่องลงทุน ก่อสร้าง นายหน้า กฎหมาย บัญชี หรือการจัดการ เพราะมันเป็นเรื่องบ้าน เรื่องชีวิต ดังนั้น จึงสามารถไปได้ไกล เพราะคือไลฟ์สไตล์ของคน ตลาด PropTech ในไทยส่วนใหญ่จะเน้นด้าน B2B คือการทำธุรกิจกับกลุ่มธุรกิจ ซึ่งถือเป็นโอกาสที่บ้านเรามีกลุ่มอสังหาริมทรัพย์หลายเจ้า คอร์ปอเรตใหญ่เหล่านี้ถือเป็นปลาใหญ่ที่มีทุนและประสบการณ์เยอะ แต่สตาร์ทอัพคือปลาโล ซึ่งถ้าทั้งสองกลุ่มร่วมมือกันได้ โอกาสมากมายจะเข้ามา

สำหรับสตาร์ทอัพอาจต้องนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่น่าสนใจให้คอร์ปอเรตรับรู้ เทรนด์ที่ควรสนใจคือ Cashless กับ Paperless ทำอย่างไรให้ลูกค้าจ่ายสะดวก ไม่ต้องยุ่งยากเรื่องเอกสาร ถือเป็นหัวใจสำคัญแห่งอนาคตเลยทีเดียว



ชัยนาค จรรย์วัฒนากิจ

ผู้ร่วมก่อตั้งและผู้บริหารฝ่ายการตลาด Seekster
แพลตฟอร์มให้บริการด้านความสะอาดและการซ่อมแซมดูแล

โอกาสสำคัญของสตาร์ทอัพสาย PropTech & UrbanTech คือการเข้ามาเป็นผู้เล่นในตลาดตั้งแต่เนิ่นๆ เพื่อเก็บข้อมูลและเก็บฐานลูกค้าไปเป็น resource ในการต่อช่องทางธุรกิจกับบริษัทใหญ่ในอนาคต

ความท้าทายที่ทุกคนต้องร่วมมือกันคือ educate ตลาดและผู้ใช้งานให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมาอยู่บนโลกออนไลน์มากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการพัฒนาต่อยอดในขั้นต่อไป เช่น personalization สำหรับผู้ใช้งานแต่ละคน เพื่อให้มีความเป็นอยู่ที่สะดวกสบายมากกว่าเดิมและประหยัดทรัพยากรมากขึ้น เช่น การแบ่งปันแรงงานประเภทผู้ให้บริการด้านความสะอาด และการซ่อมแซมของแต่ละอาคาร เพื่อให้ค่าใช้จ่ายต่อบิลลดลง

สาย PROPTech

ตัวอย่างของสตาร์ทอัพ PROPTech & URBANTECH

PropTech คือ เทคโนโลยีเกี่ยวกับบ้านและอสังหาริมทรัพย์

UrbanTech คือ นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทำให้เมืองน่าอยู่

เมื่อนำมารวมกันจึงหมายถึง “เทคโนโลยีที่ทำให้บ้านและเมืองน่าอยู่”

สำหรับสตาร์ทอัพสาย PropTech & UrbanTech นั้น เมื่อพิจารณาจากโปรดักต์และบริการที่น่าเสนอ อาจจะแบ่งกลุ่มได้เป็นดังนี้

1

กลุ่ม SMART DEVICES



คือกลุ่มที่พัฒนาดีไวซ์ (อุปกรณ์) อัจฉริยะเพื่อใช้ในบ้าน โดย Smart Devices ที่เรากำลังพูดถึงนี้รวม IoT (Internet of Things) เข้าไว้ด้วย คุณสมบัติของดีไวซ์อัจฉริยะนั้นเรียกได้ว่า ต้องทั้ง “ฉลาด” “สามารถเชื่อมต่อ” “แลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้” และในบางกรณีก็อาจ “ทำงานอย่างอัตโนมัติได้เอง”

ตัวอย่างของ Smart Devices มีตั้งแต่อุปกรณ์ที่เราคุ้นเคย เช่น ตัวล็อกประตูที่สั่งเปิดปิดจากทางไกลได้, หลอดไฟอัจฉริยะ, เครื่องปรับอากาศที่มีอัตโนมัติ และยังรวมถึงอุปกรณ์ที่เราอาจไม่คุ้นชิน เช่น ตู้เย็นที่แจ้งเตือนเราได้ว่าจะไรหมดอายุแล้วบ้าง และสั่งซื้อของออนไลน์มาเติมให้เราได้ทันทีที่ของในตู้เย็นหมด

2

กลุ่ม HOME SERVICES



Home Services หมายถึงบริการทุกอย่างที่แก้ปัญหา Pain Point ของผู้พักอาศัย ซึ่งไล่ไปตั้งแต่บริการเรียกช่างซ่อม, เรียกแม่บ้าน, ซ่อมแซมและตกแต่งคอนกรีต, ตกแต่งสวน, บริการช่วยขนของย้ายที่พัก, ให้เช่าโกดังหรือห้องเก็บของ และอื่นๆ อีกมากมาย

สำหรับโจทย์ใหญ่ของสตาร์ทอัพกลุ่มนี้ คือต้องนำเสนอ บริการที่มอบความสะดวกและทันใจให้กับลูกค้าให้ได้ ยิ่งในปัจจุบัน เจ้าใหญ่อย่าง Amazon ได้ให้บริการ Home & Business Services อย่างครอบคลุมและรวดเร็วแก่ลูกค้าแบบไม่เกิน 24 ชั่วโมง ก็ยิ่งสร้างให้เกิดมาตรฐานและความคาดหวังใหม่ที่ดูท้าทายยิ่งขึ้น

3

กลุ่ม SHARED ECONOMY



สตาร์ทอัพที่วางตัวเป็นแพลตฟอร์มนำอสังหาริมทรัพย์มาแบ่งปันและสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวกลาง ถือว่าอยู่ในกลุ่ม Shared Economy (ช.) โดยผู้เล่นที่เด่นชัดที่สุดในกลุ่มนี้ คือ Airbnb ซึ่งเป็นตัวกลางเปลี่ยนอสังหาริมทรัพย์ของคนทั่วไป ให้กลายเป็นสินค้าและบริการที่เข้าถึงง่าย สะดวก และพึงพอใจต่อทั้งผู้เช่าและเจ้าของ ขณะเดียวกัน Co-working Space ก็จัดเป็นผู้เล่นในธุรกิจนี้เช่นกัน และยังครอบคลุมถึงที่จอดรถ หรือแม้กระทั่งเช่าพื้นที่ร้านค้าร่วมกันด้วย

(ช.) ที่มา จัดประเภทโดยงานวิจัย PropTech 3.0: The Future of Real Estate, 2017, มหาวิทยาลัยอีซอร์ฟอร์ด

4

กลุ่ม REAL ESTATE FINTECH



สตาร์ทอัพกลุ่ม Real Estate FinTech คือ กลุ่มที่นำเทคโนโลยีมาช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ ช่วยจับคู่คนซื้อและคนขาย/เช่าโดยตรง ทำให้ลดค่าใช้จ่ายและค่าธรรมเนียม และยังครอบคลุมแพลตฟอร์มมาร์เกตเพลส ที่ให้เจ้าของที่พักอาศัยโพสต์รายละเอียดการขายหรือการเช่า นอกจากนี้ยังรวมไปถึงแพลตฟอร์มที่ให้ข้อมูลแก่นักลงทุน และแพลตฟอร์มที่ประเมินราคาอสังหาริมทรัพย์ให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุดด้วย

สาย URBANTECH

1

กลุ่ม

URBAN FACILITIES MANAGEMENT



คือสตาร์ทอัพกลุ่มที่นำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารทรัพยากรของเมือง ทั้งอาคาร, พื้นที่, สาธารณูปโภค, และสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ลดค่าใช้จ่าย ประหยัดพลังงาน และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีโดยรวมให้แก่ คนในเมือง

ตัวอย่างสิ่งที่สตาร์ทอัพกลุ่มนี้เข้าไปจัดการ ก็มีตั้งแต่การจัดการระบบ ประปาและน้ำทิ้ง, การจัดการการใช้พลังงานของตึกและเมือง, การกำจัดขยะ, การสื่อสารและโทรศัพท์, ระบบป้องกันภัยต่างๆ เป็นต้น โดยผลลัพธ์ที่เราัมักได้เห็นจากการทำงานหนักของสตาร์ทอัพกลุ่มนี้ คือ เมืองมีการ ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยให้การจัดการระบบต่างๆ เป็น ไปอย่างรวดเร็ว และลดเวลาการทำงานของคนงานลง

2

กลุ่ม

URBAN PROPERTY MANAGEMENT



คือสตาร์ทอัพกลุ่มที่ช่วยจัดการการบริหารงาน และสื่อสารในกลุ่มอาคารหรือชุมชนให้ดีขึ้น เป็นระบบ และตรวจสอบได้ บริการที่เห็นก็มีตั้งแต่การช่วยจัดการเช่าพื้นที่ส่วนกลาง, สร้างระบบจัดเก็บและดูแลตึกให้ง่ายและเป็นระบบ, หรือช่วยจัดการให้เจ้าของอาคาร (กลุ่มอาคาร) และผู้เช่าสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3

กลุ่ม

CONSTRUCTION TECH



คือกลุ่มที่นำเทคโนโลยีมาช่วยให้การก่อสร้างดำเนินไปอย่างรวดเร็ว เพิ่มประสิทธิภาพ ลดรายจ่าย ครอบคลุมไปถึงการอำนวยความสะดวกในการออกแบบ, การจัดการงานก่อสร้าง, สร้างมาร์ทเกตเพลสของสายก่อสร้าง รวมถึงผลิตซอฟต์แวร์ต่างๆ ที่ช่วยให้การทำงานรวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัดขึ้นด้วย

Construction Tech เป็นเทรนด์ที่กำลังเติบโตในอเมริกา โดยปัจจุบันมีสตาร์ทอัพมากกว่า 1,500 บริษัท ขณะที่ สตาร์ทอัพด้านนี้ที่โดดเด่นในเมืองไทยได้แก่ Bulk



4

กลุ่ม

MOBILITY

เทคโนโลยีของสตาร์ทอัพกลุ่มที่ช่วยให้เมืองเคลื่อนตัวได้อย่างสะดวก มีหลากหลายรูปแบบมาก ตั้งแต่ระบบที่รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเมืองเพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องนำไปวางแผนต่อ, ระบบเซนเซอร์ติดตามพาหนะและท้องถนน เพื่อติดตามและแจ้งเตือนอุบัติเหตุ, เทคโนโลยีระบบไฟจราจรอัจฉริยะ ที่ส่งสัญญาณถึงกันได้ว่าแต่ละจุดกำลังมีสภาพการจราจรแบบ ไหน, รวมไปถึงระบบแจ้งพิกัดที่จอดรถแบบเรียลไทม์ เพื่อลดปัญหาการเสียเวลาวนจอด เป็นต้น

เทคโนโลยีของกลุ่มนี้ จะช่วยให้เมืองเคลื่อนตัวได้เร็ว ประหยัดพลังงานและเวลา และนำไปสู่ปลายทางที่ทุกคนอยากเห็น นั่นคือ คุณภาพชีวิตของคนในเมืองที่ดีขึ้นนั่นเอง



(ค.), (จ.), (ข.) ที่มา 5 Emerging PropTech Startups You Need To Watch In 2018, 18 ตุลาคม ค.ศ. 2017, Forbes - www.forbes.com/sites/paularmstrongtech/2017/10/18/5-emerging-proptech-startups-you-need-to-watch-in-2018/#40394b074494
 (จ.) ที่มา 18 มกราคม ค.ศ. 2017, CBInsights - <https://www.cbinsights.com/research/real-estate-tech-startup-funding/>

FORBES คัดเลือกสตาร์ทอัพสาย PROPTech & URBANTECH 5 รายที่น่าจับตามองในปี ซึ่งน่าจะพอชี้แนะเป็นนัยๆ ได้ว่านี่คือเทรนด์ที่กำลังมา (ข.)



NO AGENT
ตัดตัวกลางระหว่าง
เจ้าบ้านกับผู้เช่าออก

ระบบที่ช่วยให้ผู้เช่าบริหารจัดการบ้านเช่า/ตึกเช่าได้ง่ายขึ้น ด้วยการแจ้งเตือนชำระค่าเช่า สร้างช่องทางที่ผู้เช่าและผู้ปล่อยเช่าสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น ตรวจสอบประวัติผู้เช่า บริการช่างซ่อมให้ลูกค้าเรียกใช้ได้ด้วย



CLIXIFIX
ซอฟต์แวร์ที่ช่วยให้บริษัทรับ
สร้างบ้าน ติดตามหรือแก้ไข
งานได้สะดวกขึ้น

ซอฟต์แวร์แนว Customer Care ช่วยจัดการระบบดูแลลูกค้าหลังส่งมอบงาน รวมถึงระบบที่ช่วยติดตามปัญหา รายงานว่าการแก้ไขทำไปถึงไหนแล้ว ถึงขั้นสามารถถ่ายภาพและทำเป็นรายงานยืนยันการซ่อมแซมได้เสร็จสรรพ

(ข.) ที่มา 5 Emerging PropTech Startups You Need To Watch In 2018, 18 ตุลาคม ค.ศ. 2017, Forbes - www.forbes.com/sites/paularmstrongtech/2017/10/18/5-emerging-proptech-startups-you-need-to-watch-in-2018/#40394b074494



REPOSIT
แก้ปัญหาเรื่องเงินมัดจำ

เปลี่ยนเงินมัดจำระยะยาวของผู้เช่าเป็นการจ่ายแบบให้เปล่า โดยคิดเงินเพียง 1 สัปดาห์ของค่าเช่า ทั้งนี้ Reposit ได้ค่าธรรมเนียม โดยบริษัทรับประกันความเสียหายภายใน 6 สัปดาห์แรก หากเกิดอะไรก็จะจ่ายเงินคืนเจ้าของตึก



SEEABLE
การใช้ AR & VR

การนำเทคนิค Mobile Mapping ที่แม่นยำสูงมาสร้าง AR & VR แดมยังทำให้ใช้งานง่าย มีทั้งแบบ 2D และ 3D ที่รองรับหลายแพลตฟอร์ม รวมถึง Oculus Rift ด้วย

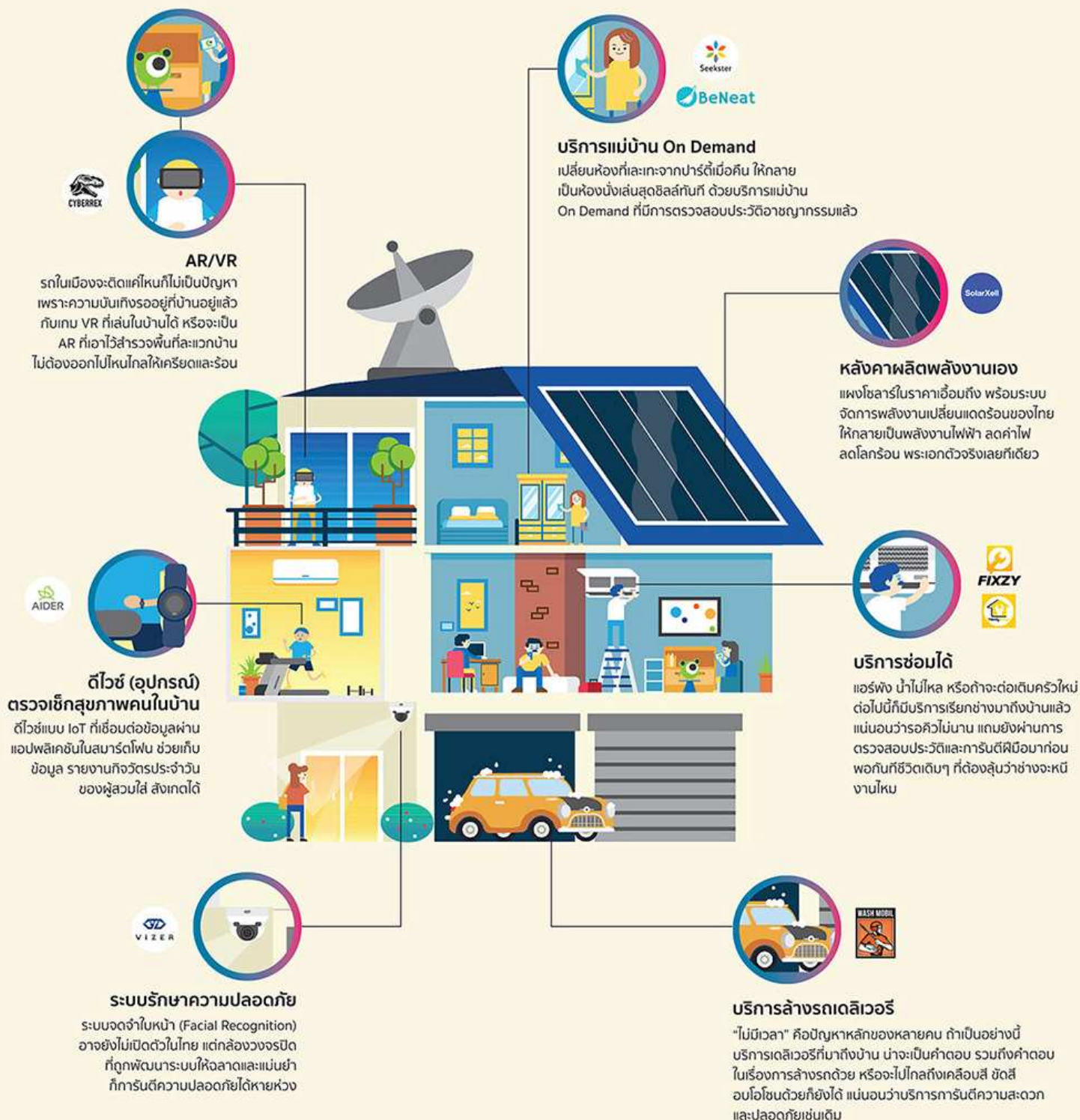


PAVEGEN
สร้าง Smart Technology เพื่อให้เกิด Smart City

เปลี่ยนพลังงานจากการเดินให้เป็นพลังงานไฟฟ้าได้ โดยติดตั้งกระเบื้องพิเศษ แดมยังเก็บข้อมูลการเคลื่อนย้ายถ่ายเทของคนในเมือง เพื่อใช้ในการวางแผนธุรกิจหรือวางแผนจัดการเมืองต่อไป

HOME, SMART HOME

พบกับเทคโนโลยีและบริการจากสตาร์ทอัพไทยที่จะทำให้บ้านของคุณ ไม่ "บ้านๆ" อีกต่อไป



ขอบคุณข้อมูลจาก

<https://new.set.or.th/vizer-ip-camera/>
<http://www.solarxell.com/en/>
<https://seekster.co/>

<https://beneat.co/>
<http://www.aidercare.com/>
www.fixzy.net

<https://new.set.or.th/handywings/>
<https://new.set.or.th/cyberrex-design-co-ltd/>
<http://www.washmobil.com/main>

INTERVIEW



THE CONVERSATIONS ABOUT PROPTech & URBANTECH

เขียน พิทยา กูดี
ถ่ายภาพ ปิยนันท์ เทียรตินตุยกร

พบกับบทสัมภาษณ์จากบริษัทอสังหาริมทรัพย์ 2 บริษัทใหญ่
ที่มีบทบาทในการส่งเสริมสตาร์ทอัพไทย

สำรวจความคิด และรับฟังคำแนะนำที่อาจทำให้เห็นภาพรวม
และมองอนาคตตลาด PropTech & UrbanTech ได้ชัดเจนขึ้น



SC ASSET

กับคำแนะนำถึงสตาร์ทอัพไทย

นัทจกิตต์ ศิริรัตน์

Head of Marketing ของ SC Asset



แม้พฤติกรรมลูกค้าแต่ละประเทศไม่ได้เหมือนกันเสียทีเดียว แต่อย่าลืมน่าว่าในแง่ของการพักอาศัย การใช้ชีวิต มนุษย์น่าจะมี Pain Point บางอย่าง ที่เชื่อมโยงกันอยู่แล้ว



“สตาร์ทอัพต้องใส่ใจ Pain Point” ตลอดการพูดคุยกับ นัทจกิตต์ ศิริรัตน์ Head of Marketing ของ SC Asset หรือ บริษัท เอสซี แอสเสท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เขามักย้ำคำนี้เสมอ

จากประสบการณ์ที่ SC Asset ได้คลุกคลีกับลูกบ้านมาอย่างยาวนาน ทำให้บริษัทตระหนักว่าความเข้าใจ Pain Point อย่างแท้จริง จะทำให้การทำธุรกิจเดินไปในทิศทางที่ถูกต้องเสมอ

นั่นรวมถึงธุรกิจเกิดใหม่อย่างสตาร์ทอัพสาย PropTech & UrbanTech ด้วย

และนี่คือบทสนทนาจากหนึ่งในเจ้าตลาดอสังหาริมทรัพย์ของไทย ที่ในรายละเอียดตัวอักษร ล้วนเต็มไปด้วยคำแนะนำที่สตาร์ทอัพควรต้องพิจารณา

ตอนมีคุณลงทุนในเจ้าไหนบ้าง

ปีที่ผ่านมาระลงทุน 2 บริษัท คือ Fixzy และ Fire One One การลงทุนใน Fixzy เรามองว่าเป็นเรื่องของบริการหลังการขาย เพราะเรามีจุดแข็งเรื่องการซ่อมบำรุง ซึ่งต่อยอดแบรนด์ของเราได้ เพราะแบรนด์ SC Asset ค่อนข้างพรีเมียม ดังนั้นบริการ After Sales Service จึงสำคัญ

ส่วน Fire One One มาช่วยดู Living Solution Platform ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่เราพัฒนาขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เพราะเรายึด Human Centric ในทุก Touch Point ตั้งแต่การค้นหาโครงการ ตอนซื้อ หลังซื้อ

SC Asset พิจารณาจากอะไรบ้าง

เราจะพิจารณาก่อนว่าธุรกิจนั้นมาแก้ Pain Point ของลูกค้าได้ไหม เราไม่ได้เน้นการเป็น Tech Savvy หรือต้องไฮเทคจำ แต่จะมองว่าต้องแก้ไข Pain ได้จริง ถ้าไฮเทคมากแล้วลูกค้าไม่ใช้งานใช้ไม่เป็น ก็ไม่มีประโยชน์ เพราะไม่ได้ตอบโจทย์ Living Solution

คิดว่าสตาร์ทอัพสาย PropTech & UrbanTech ของไทย มีโอกาสเติบโตไหม

จะเติบโตได้หรือไม่ได้ ต้องดูว่า หนึ่งในสิ่งที่ทำอยู่มันช่วยแก้ Pain Point ส่วนใหญ่ของลูกค้าได้จริงหรือเปล่า สองคือมันสเกลได้ไหม ขยายไปประเทศเพื่อนบ้านได้หรือเปล่า

แม้พฤติกรรมลูกค้าแต่ละประเทศไม่ได้เหมือนกันเสียทีเดียว แต่อย่าลืมน่าว่าในแง่ของการพักอาศัย การใช้ชีวิต มนุษย์น่าจะมี Pain Point บางอย่าง ที่เชื่อมโยงกันอยู่แล้ว

อะไรคือเทรนด์ที่สตาร์ทอัพควรให้ความสำคัญ

Ageing Society เป็นเทรนด์ที่จะเกิดขึ้น และตลาดที่พักอาศัยเพื่อผู้สูงอายุจะค่อยๆ เติบโตอย่างแน่นอน อย่างที่ญี่ปุ่น ก็จะมีสตาร์ทอัพที่ทำแอปพลิเคชันคอยเตือนเวลาผู้สูงอายุล้มลงไป ถ้าล้มนานเกินเวลาที่แล้วไม่ลุก ก็จะส่งสัญญาณเตือน เป็นต้น

การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อคนกลุ่มนี้ เมืองไทยเท่าที่เห็นก็มีที่ภูเก็ตและเชียงใหม่ ภูเก็ตจะเน้นต่างชาติหน่อย แต่เชียงใหม่น่าสนใจ แม้สเกลจะยังเล็กอยู่

การพัฒนาขึ้นอยู่กับระดับสุขภาพของพวกเขาค่อนข้างแคบ ถ้าเป็นกลุ่มที่ช่วยเหลือตัวเองได้ เดินเห็นได้ก็ต้องพัฒนาอีกรูปแบบ ถ้าเป็นกลุ่มที่ต้องนั่งรถเข็นแล้ว แนวทางการพัฒนาโครงการก็จะต่างออกไป

อย่างแรกอาจเป็นแนวพักอาศัยอย่างเดียวได้ อย่างหลังอาจจะต้องเพิ่ม Nursing เข้ามาใหม่ การออกแบบตึกต้องทำทางเดินกว้างๆ มีราวจับหรือเปล้า แล้วต้องมีห้องสันทนาการให้คนสูงอายุมาทำกิจกรรมร่วมกันใหม่ เช่น ห้องฝึกโยคะ เล่นหมากรุก เป็นต้น เรื่องนี้ทั้ง Developer และสตาร์ทอัพต้องพิจารณา

อะไรคือจุดแข็งของสตาร์ทอัพไทย และอะไรคือความท้าทาย

ถ้าพูดถึงเฉพาะสตาร์ทอัพสาย PropTech & UrbanTech สตาร์ทอัพบ้านเรายังแยกกันอยู่ ต่างคนต่างทำ สเกลของแต่ละบริษัทเลยยังเล็กมาก ดังนั้น ผมว่าถ้า CVC และสตาร์ทอัพร่วมมือกันมากขึ้น จะช่วยให้สเกลต่อได้ไกล

คือถ้าไม่สเกล อาจจะอยู่กันได้แหละ แต่จะไม่สร้างความเปลี่ยนแปลง หรือทำให้เกิด Disrupt Change แบบที่เริ่มเห็นในฝั่งอเมริกาหรือยุโรป ในมุมมองของผม ถ้าเราร่วมมือกันได้มันจะกลายเป็นจุดแข็ง



SIRI VENTURES

แนวโน้มของ
PropTech & UrbanTech

จิรพัฒน์ จันทรเจิดศักดิ์
CTO Siri Ventures

จุดแข็งคือเรื่องเทคโนโลยี
สตาร์ทอัพไทยไม่ได้
แพ้ต่างชาติสักเท่าไร
เพียงแต่เราจะทำอย่างไร
ให้เขาเข้าใจ Pain Point
ของธุรกิจ

สิริเวนเจอร์ส (Siri Ventures) คือ CVC อสังหาริมทรัพย์เจ้าใหญ่ที่ “แสนสิริ” ร่วมมือกับ SCB เพื่อทำหน้าที่เป็น Tech Acquisition ค้นหาควาดาวเทคโนโลยีใหม่ๆ มาเสริมศักยภาพรวมทั้งลงทุนในสตาร์ทอัพ โดยไม่จำกัดการลงทุนแค่ที่ในไทย แต่มองไกลไปถึงระดับโลก

และนี่คือมุมมอง Insight จาก CTO คนล่าสุด คุณจิรพัฒน์ จันทรเจิดศักดิ์

ภาพรวมของสิริเวนเจอร์สเป็นอย่างไร

สิริเวนเจอร์ส ถูกตั้งขึ้นมาเพื่อเป็น Tech Acquisition ซึ่งการได้มาของเทคก็แบ่งย่อยได้อีก 3 อย่างคือ

- 1) Lab & Development คือการคิดค้นขึ้นเอง
- 2) Investment คือการลงทุนในเทคสตาร์ทอัพ
- 3) การหาเทคโนโลยีด้วยการไปร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ

ในส่วนข้อ 2 ที่เป็นเรื่อง Investment ถือเป็นภารกิจหลัก โดยเราลงทุนในเทคโนโลยี 4 อย่างที่ตอบโจทย์ Life Cycle ของธุรกิจแสนสิริตั้งแต่เริ่มต้นเลย

มีตั้งแต่ Construction Tech ที่เกี่ยวกับก่อสร้าง, Property Tech ที่เกี่ยวกับการขายและการจัดการ, Living Tech ที่ทำให้ลูกบ้านอยู่สะดวกปลอดภัย และ Health & Wellbeing Tech ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกบ้านที่ใส่ใจสุขภาพ จะเห็นว่าเทคโนโลยีที่เราลงทุน ชอบเซกเตอร์กว้างมาก ครอบคลุมเกือบทุกอย่าง อาจมีแค่ FinTech กับ AgriTech ที่ไม่อยู่ในกลุ่มนี้

ปีนี้เราน่าจะได้เห็นการลงทุนในรูปแบบไหนอีก

วิธีการที่เราแสวงหาสตาร์ทอัพดีๆ เพื่อลงทุนคงมีหลายวิธีมากขึ้น ตอนนี้เรากำลังเป็นพันธมิตรกับ Startup Platform ในซิลิคอนวัลเลย์ ลงทุนที่อิสราเอล แล้วก็ลงทุนใน Fund of Funds (Fund ที่ VC Fund ลงทุน) ซึ่งด้วยวิธีเหล่านี้ เราเชื่อว่า จะได้สตาร์ทอัพที่ตรงกับความต้องการของลูกบ้านแสนสิริมากขึ้น และตอบโจทย์การลงทุนเพื่อเติบโตได้ด้วย

แล้วสตาร์ทอัพไทยล่ะ: ทางคุณสนใจลงทุนบ้างไหม

ตอนนี้มี 3 เจ้าที่เรากำลังจะปิดดีลแต่ยังเปิดเผยชื่อไม่ได้ โดยเกี่ยวกับเรื่อง Home Automation, AI, และ Facility Management และตลอดทั้งปีนี้น่าจะได้เห็นเราประกาศความร่วมมือกับอีกหลายเจ้าของไทย คงต้องรอดูกันต่อไปครับ

คุณคิดว่าแนวโน้มของ PropTech & UrbanTech ในไทยเป็นยังงัยบ้าง

หนึ่ง สตาร์ทอัพสายนี้ในไทยยังไม่ค่อยจะถุกเทียบกับเมืองนอก ลักษณะตลาดก็แตกต่างกัน อย่างในเชิงของอสังหาฯ ตลาดอเมริกาหรือยุโรปจะเป็นตลาดบ้านมือสอง ขณะที่ตลาดบ้านเราส่วนมากยังเป็นบ้านมือหนึ่งอยู่ ขยายกับ Developer โดยตรง

สอง เรื่องนายหน้าหรือตัวแทน (Agent) บ้านเรายังไม่มีระเบียบและกฎหมายชัดเจน

สาม เรื่องของการแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงลึก หรือ Insight ของอุตสาหกรรมนี้ ยังไม่ค่อยเห็น

ควรหา Pain Point ของอุตสาหกรรมให้เจอ แล้วทำโซลูชันหลักออกมาตอบโจทย์ให้ได้ ซึ่งผมเชื่อว่า จะไม่เหมือนเมืองนอก ต้องเป็น Pain Point ของไทย ทำยังไงจะหาให้เจอ ซึ่งนี่แหละคือโอกาส

อยากให้น้องๆ รุ่นใหม่ลองมอง Construction Tech ตรงนี้ยังมีช่องว่างอยู่อีกเยอะ ทางสิริเวนเจอร์สเพิ่งคุยกับสตาร์ทอัพอิสราเอลเพื่อนำเทคโนโลยีนี้เข้ามา ในขณะที่เรามองว่าน้องๆ สตาร์ทอัพไทยก็ทำได้ ไม่ยากเลย ถ้ามีเมื่อไรรับรองว่าเราตามไปจับแน่นอน

อะไรคือจุดแข็งของสตาร์ทอัพไทย และอะไรคือความท้าทาย

หนึ่ง จุดแข็งคือเรื่องเทคโนโลยี สตาร์ทอัพไทยไม่ได้แพ้ต่างชาติสักเท่าไร เพียงแต่เราจะทำอย่างไรให้เขาเข้าใจ Pain Point ของธุรกิจ ซึ่งคำตอบอาจอยู่ที่การสร้างโอกาสให้ได้คุยกับคนที่อยู่ในอุตสาหกรรมนั้นจริงๆ โดยผ่านงาน Meetup ซึ่งปีนี้เราน่าจะได้ร่วมสร้างเวทีอยู่หลายงาน

สอง สตาร์ทอัพไทยยังขาดการเข้าร่วม Accelerator Program หรือ Incubation และก็ขาดการพัฒนาโปรดักต์ออกไปสู่ตลาด

สาม คือ Deep Tech ที่ยังไม่ค่อยเห็นในบ้านเราเท่าไร ซึ่งผมมองว่าถ้านักวิจัยในมหาวิทยาลัยร่วมกับสตาร์ทอัพ นำงานวิจัยหรือเอา Deep Tech คิดเป็นโปรดักต์ได้มากกว่านี้ สตาร์ทอัพไทยน่าจะไล่ทันความเป็นยูนิคอร์นได้

5 LITTLE THINGS THAT MIGHT BE BIG

5 INNOVATIONS FOR URBAN LIVING

5 หมวดนวัตกรรมสำหรับคนเมือง

เขียน นวรา ศิริฤกษ์กาญจน์

นวัตกรรม บริการ และแอปพลิเคชันต่างๆ ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้ชีวิตหมุนเวียนของคนเมืองง่ายดายขึ้น



DELIVERY SERVICES

สะดวกสบายรับส่งสิ่งของ

นวัตกรรมใกล้เคียงตัวที่หลายคนคงเคยใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นแอปพลิเคชันจัดหาแมสเซนเจอร์ ส่งเอกสาร การจัดส่งพัสดุที่ทำงานได้เยี่ยมไม่แพ้ระบบไปรษณีย์ ไปจนถึงบริการส่งสินค้าจากร้านค้าต้นทางมาให้ลูกค้าถึงมือ บริษัทที่น่าจับตา ได้แก่ Line Man, Lalamove, Skootar หรือ Deliveree ที่แต่ละเจ้าก็จะมีจุดเด่นแตกต่างกันไป



MONEY MANAGEMENT

ผู้ช่วยจัดการการเงิน

นอกจากระบบ E-banking ของธนาคารต่างๆ ที่พัฒนาเพื่อการจับจ่ายใช้สอยให้สะดวกขึ้นแล้ว ยังมีบริการธุรกรรมการเงินของเอกชนรายอื่นที่น่าสนใจไม่แพ้กัน เช่น QPay ที่ทำหน้าที่เหมือนกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ใช้รับและจ่ายเงินได้อีกหนึ่งบริการที่น่าสนใจคือ FlowAccount ระบบบัญชีออนไลน์ที่เปิดให้ใช้งานได้ทั้งระดับบุคคลและบริษัท ใช้งานง่าย



DESIGNED DRIVING

ปลอดภัยบนท้องถนน

นี่คือนวัตกรรมและบริการเพื่อช่วยคนเมืองประหยัดเวลา และเพิ่มความปลอดภัยเมื่ออยู่บนท้องถนน ทั้งแอปพลิเคชัน “จอดสบาย” ธุรกิจสตาร์ทอัพของกลุ่มนักศึกษาปริญญาโท จากธรรมชาติที่ต้องการลดปัญหาการวนหาที่จอดรถ หรือจะเป็นระบบประกันภัย Claim Di ที่ช่วยให้เราไม่ต้องรอฟื้นงานสำรวจภัยมหาเมื่อเจออุบัติเหตุบนท้องถนน และเคลมประกันภัยได้ทันที และอีกหนึ่งแอปฯ ที่ช่วยเพิ่มความปลอดภัยบนถนนคือ U Drink I Drive บริการหาคนขับรถในวันที่ดื่มหนัก



HEALTH CARE DEVICES

ใส่ใจสุขภาพแบบคนยุคใหม่

การดูแลสุขภาพสำหรับคนเมืองไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป เมื่อมีนวัตกรรมที่ช่วยให้เข้าถึงการบริการทางการแพทย์ง่ายขึ้น เช่น iNoid นวัตกรรมที่ออกแบบเป็นพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ เป็นแอปพลิเคชันที่ทำงานควบคู่กับสายรัดข้อมือติดตัวผู้สูงอายุ คอยแจ้งเหตุให้เราได้เมื่อผู้สวมใส่ต้องการความช่วยเหลือ ส่วน MeDiSee เป็นเสมือนศูนย์เชื่อมต่อข้อมูลสุขภาพของเรา ถูกออกแบบมาเพื่อลดปัญหาการกรอกข้อมูลซ้ำๆ เมื่อต้องไปพบแพทย์หรือเปลี่ยนสถานที่รักษา



TRAVEL TECHS

เคล็ดลับท่องเที่ยวฉบับ

เทคโนโลยีทำให้การท่องเที่ยวยุคใหม่สะดวกขึ้น เริ่มตั้งแต่ระบบจัดหาตั๋วเครื่องบินอย่าง Traveloka หรือ Agoda พร้อมเสริม option จองที่พักหรือรถยนต์เพิ่มความสะดวกสบายขึ้นไปอีก หรือจะเป็นสตาร์ทอัพน้องใหม่อย่าง Bellugg บริการขนส่งสัมภาระของเราไปไว้ที่โรงแรม คอนโดฯ หรือ ที่พัก Airbnb โดยตรง ขณะที่ Local Alike ถือเป็นสตาร์ทอัพสำหรับสายชิลที่อยากสัมผัสวิถีท้องถิ่น ที่ทำให้การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ชุมชนไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป

4 จุดบอดที่บอกว่า คุณกำลังได้งานออกแบบโลโก้ที่ไม่ดี



โดย
สิริพงษ์
ศิริมาศเกษม
CEO & Founder RGB72
Creative Communication
Agency

การออกแบบโลโก้เป็นงานสำคัญ แต่ใช้ว่า
สตาร์ทอัพทุกคนจะมีทีมดีไซเนอร์โดยเฉพาะ
การหา “มีอาชีพ” ในการทำโลโก้จึงเกิดขึ้น
ซึ่งแน่นอนว่าใครๆ ก็อยากได้ของถูกและดี
แต่จะรู้ได้อย่างไรล่ะ? วันนี้ผมมีเทคนิคมา
ฝากครับ

1

ไม่มีคุณอยู่ในนั้น

ไม่ได้หมายความว่าโลโก้ต้องมีรูป หรือหน้า CEO อยู่ในนั้น
แต่โลโก้ที่ดูอย่างแรกคือ “เราต้องชอบ” และ “โลโก้ต้อง
สะท้อนความเป็นตัวเรา (บริษัท)”

ผมพูดเสมอว่าชื่อบริษัทก็เหมือนชื่อคน มีไม่กี่คนที่มีโอกาสได้รู้
จักกับเราแล้วจะจำชื่อเราได้ แต่โลโก้ที่เปรียบเสมือนหน้าตา
หน้าตาที่คนส่วนใหญ่เมื่อพบกันครั้งแรกก็สามารถจำได้แม่นยำ
กว่าชื่อ

ถ้าโลโก้ที่ทำออกมาแล้วไม่สะท้อนความเป็นตัวเรา ก็ไม่ต่างอะไร
กับหน้าตาที่เราแต่งออกมายามเช้าแล้วเราไม่พอใจ ซึ่งถ้าเราไม่
อยากให้คนอื่นจดจำหน้าตาเราแบบไหน ก็เราไม่ควรทำให้เป็น
แบบนั้น

2

รายละเอียดมาก จุดสนใจมากเกินไป

โลโก้ในยุคนี้เน้นการตัดทอนความวุ่นวาย รายละเอียด และ
กราฟิกเล็กๆ น้อยๆ ออกไป เพื่อการสื่อสารที่ชัดเจนและเรียบ
ง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

ยกตัวอย่างโลโก้ร้านกาแฟ Starbucks ที่ตัดทอนรายละเอียด
ลงจากโลโก้เดิมมาถึง 3 ครั้ง ในแต่ละยุคสมัย และสำหรับโลโก้
ล่าสุดนั้น เรียกได้ว่าแทบจะไม่เหลือรายละเอียดขยับอะไรเลย

โลโก้ที่เรียบง่ายจะทำให้ง่ายต่อการสื่อสาร เมื่อคนเห็นโลโก้แล้ว
สามารถเข้าใจได้อย่างรวดเร็วว่าเราคือใคร

3

อ่านไม่ออก

โลโก้มีหลายประเภท ทั้งแบบที่มีแต่กราฟิก (Brand Mark)
หรือตัวอักษรและกราฟิก (Word Mark) แต่ไม่ว่าจะเป็นประเภท
ไหน ถ้าโลโก้มีตัวอักษรเป็นส่วนประกอบ ต้องมั่นใจว่าอ่านได้
ง่ายตายและชัดเจน คือสามารถอ่านได้ในระยะไกล และสามารถ
อ่านได้เมื่อโลโก้ถูกย่อเล็ก

แน่นอนว่าโลโก้จะถูกใช้งานไปอีกหลายปี และเราไม่สามารถรู้ได้
เลยว่าในระยะเวลามากมายปีนั้น โลโก้จะถูกวางไว้ตรงไหน ที่ไหน
และมีขนาดเล็กใหญ่เท่าไร บางครั้งโลโก้อาจจะได้ไปอยู่ในส่วน
ของผู้สนับสนุนรายย่อย ที่จะถูกวางบนพื้นที่ขนาดเล็ก หรือบาง
ครั้งอาจจะถูกวางบนป้ายแบนเนอร์ขนาดใหญ่ หรืออยู่บนจอ
Projector สีสว่าง

4

ใช้สีมากเกินไป

หลายแบรนด์จะมีสีที่ชัดเจน ยกตัวอย่าง แบรนด์ของธนาคาร
ในประเทศไทย หากพูดถึง สีเขียว สีน้ำเงิน สีม่วง คุณจะสมารถ
บอกชื่อธนาคารออกมาได้โดยไม่ต้องคิดมากเลย

เพราะ “สี” คือหนึ่งในการสื่อสารที่สำคัญ ที่ทำให้คนจดจำได้มาก
และรวดเร็ว พอๆ กับภาพกราฟิกที่น่าสนใจ ดังนั้น การโฟกัส
ที่สีดีสีหนึ่ง หรือจำนวนน้อยสีจึงเป็นสิ่งที่เราควรให้ความสำคัญ

การมีสีจำนวนมากบนโลโก้ไม่ใช่เรื่องผิด แต่ที่ผิดคือการแย่ง
ความโดดเด่น นอกจากนี้ จำนวนสีที่มากยังไม่เป็นผลดีเมื่อโลโก้
ถูกย่อให้มีขนาดเล็ก ความ Unique อาจจะหายไป

สำหรับสตาร์ทอัพที่จำเป็นต้องจ้างนักออกแบบเพื่อออกแบบโลโก้
เชื่อว่าการสำรวจ 4 จุดบอดนี้ จะช่วยให้คุณสมารถลดข้อผิดพลาด
จากการจ้างทำโลโก้ได้ไม่น้อยเลยทีเดียว

MARKETING

การตลาดยุคปี 2561 ที่สตาร์ทอัพควรรู้

สตาร์ทอัพควรปรับตัวหรือรับมืออย่างไร เพื่อนำออนไลน์มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในปี พ.ศ. 2561 วันนี้เราขอสรุป 3 ประเด็นที่คุณควรรสนใจดังต่อไปนี้

Video Content

หลัง Facebook ลด Reach และ Engagement เหล่านักการตลาดคงต้องหาวิธีเพื่อให้คอนเทนต์ยังได้รับความสนใจ ซึ่งในสถานการณ์นี้ วิดีโอถือเป็นรูปแบบคอนเทนต์ที่ดึงดูดความสนใจได้มากที่สุด Kevin Allocca YouTube's Trends Manager ได้เคยแชร์ไว้ในงาน TED Talks ว่า คอนเทนต์ที่เกิดไวรัลจำนวนมากมักประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 อย่างดังนี้

1. Tastemakers วิดีโอไปเข้าตาคนที่เป็ Influencer ที่เป็นกระบอกเสียงช่วยกระจายประเด็นออกไป

2. Participation วิดีโอสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ชมอื่นๆ โดยเฉพาะในมุมที่มีความสร้างสรรค์แบบแปลกๆ ยิ่งทำให้คนรู้สึกสนุกและอยากมีส่วนร่วมไปกับประเด็นนั้น

3. Unexpectedness เนื้อหาสร้างความประหลาดใจ และอาจปล่อยให้คนสงสัยอยากติดตามตั้งแต่ช่วงแรกๆ

ข้างบนคือคุณลักษณะด้านบนเป็นเพียงเทคนิคให้วิดีโอคุณน่าดึงดูด แต่ต้องไม่ลืมสิ่งสำคัญ นั่นคือการสื่อสาร Brand Message ให้ชัดเจน ต้องรู้ว่า Brand Journey ของเราอยู่ที่จุดไหน แล้วจึงค่อยพัฒนาวิดีโอ อย่าผลิตไวรัลวิดีโอโดยไม่มีเป้าหมายที่แท้จริง และหลังจากสร้างวิดีโอเสร็จ เราอาจ Boost Ads บน Facebook เพื่อลงโฆษณาเล็กน้อยให้เกิด Reach เมื่อวิดีโอน่าสนใจ คนที่เห็นจะช่วยกระจายเนื้อหาออกไป การยิงโฆษณาก็ควรต้องตั้งกลุ่มเป้าหมายให้ตรงกลุ่มด้วย เพื่อให้เงินทุนที่ลงไปคุ้มค่ามากที่สุด

ตัวอย่างของสตาร์ทอัพที่ทำวิดีโอได้นำสนใจเสมอ หนึ่งในนั้นคือ Builk ซึ่งพวกเขาทำการบ้านก่อน ค้นหา Consumer Insight และค่อยพัฒนาคอนเทนต์เพื่อตอบโจทย์ในช่วงเวลานั้นโดยเฉพาะ



โดย
อสนุช เลิศสุวรรณกิจ
CEO และผู้ร่วมก่อตั้ง Techsauce



Inbound Marketing

ในหลายบทความที่ผ่านมา เราพยายามเน้นเสมอว่าคุณควรต้องสร้างช่องทางในการสื่อสารที่เป็นของคุณเองอย่างแท้จริง และใช้สื่อของคุณให้เป็นประโยชน์สูงสุด ในการเรียกผู้คนที่เข้ามาเสพคอนเทนต์ด้วยความเต็มใจ

ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนา Blog ที่ไม่ใช่การโฆษณาผลิตภัณฑ์โดยตรง แต่เป็นการสอดแทรกให้ความรู้กับกลุ่มลูกค้า นอกจากนี้คุณต้องศึกษา Customer Journey ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของคุณให้ชัดเจนว่าพวกเขาอยู่ที่ไหน ถ้าพวกเขาต้องการหาผลิตภัณฑ์หรือโซลูชันในแบบของคุณ โดยปกติพวกเขาค้นหาผ่าน Keyword อะไรที่ Google เพื่อที่คุณจะได้วางแผนการทำ SEO ได้ตรงจุด และใช้ Facebook เพื่อสร้างคอมมูนิตีที่แข็งแรงและนำคอนเทนต์ของคุณไปเผยแพร่ที่นั่น

Data Visualization

ทุกคนเห็นความสำคัญของ Data กันแล้ว แต่สิ่งสำคัญคือทำอย่างไรให้ค้นหา Insight ให้ได้ เพื่อใช้ตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์ได้ดีขึ้น

หนึ่งในขั้นตอนสำคัญเพื่อค้นหา Insight คือ เรามี Data ในรูปแบบของ Excel Format บ้าง CSV Format บ้าง แต่เพราะเราไม่ได้นำ Data ดังกล่าวมาแสดงผลให้เข้าใจง่ายในรูปแบบของ Visualization ทำให้เราค้นหา Insight ได้ค่อนข้างยาก ปัจจุบันจึงมีเครื่องมือที่ช่วยทำ Data Visualization อย่าง Google Data Studio ที่สามารถป้อน Data Set ในหลากหลายรูปแบบได้อีกด้วย

และนี่เป็น 3 สิ่งที่ยากฝากไว้ เพื่อให้สตาร์ทอัพเตรียมพร้อมไว้

RAISE FUNDS

สรุปพัฒนาการวงการสตาร์ทอัพ ประเทศไทยปี 2560 (ตอนที่ 1)



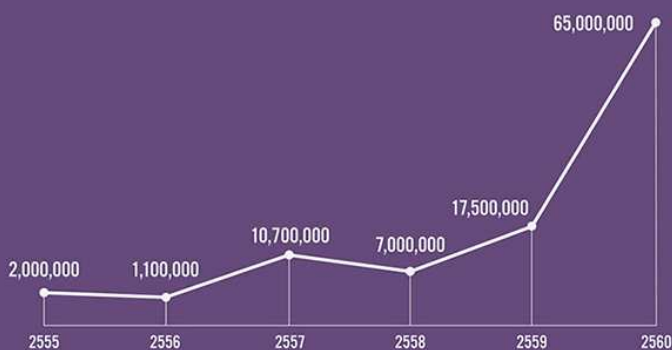
โดย
วิรินทร์ อธิกรากวิต
Senior Investment Manager,
Beacon Venture Capital

ปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา เราจะเห็นกิจกรรมการลงทุนในประเทศไทยเริ่มชะลอตัวเป็นปีแรกในแง่จำนวน แต่ยังคงเติบโตต่อเนื่องในแง่มูลค่า ในขณะที่ยังคงมีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องจากทั้งบริษัทในประเทศไทยและจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศจีน

การลงทุน

การระดมทุนครั้งใหญ่ที่สุดของปี พ.ศ. 2560 เป็นการระดมทุนรอบซีรีส์บีมูลค่า 65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 2,100 ล้านบาท) ของบริษัท aCommerce ซึ่งทำโซลูชันด้านการค้าขายออนไลน์ (e-commerce) อย่างครบวงจร (end-to-end) โดยตัวเลขนี้สูงกว่าสถิติก่อนหน้าที่มีการระดมทุนรอบซีรีส์บีมูลค่า 17.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 560 ล้านบาท) ของบริษัท Omise ทำไว้กว่า 4 เท่า

เมื่อเราดูข้อมูลการระดมทุนครั้งใหญ่ที่สุดในแต่ละปี จะเห็นแนวโน้มการเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะในช่วงสองปีล่าสุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักลงทุนทั้งในและต่างประเทศต่างรับรู้และมีความเชื่อมั่นในสตาร์ทอัพของไทยที่มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง



การระดมทุนครั้งใหญ่ที่สุดในแต่ละปีของประเทศไทยระหว่าง พ.ศ. 2555-2560

| | | |
|-----------|---------------------|-----------------------|
| พ.ศ. 2555 | บริษัท Ookbee | 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ |
| พ.ศ. 2556 | บริษัท HotelQuickly | 1.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ |
| พ.ศ. 2557 | บริษัท aCommerce | 10.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ |
| พ.ศ. 2558 | บริษัท 2C2P | 7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ |
| พ.ศ. 2559 | บริษัท Omise | 17.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ |
| พ.ศ. 2560 | บริษัท aCommerce | 65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ |

นอกจากบริษัท aCommerce แล้ว การระดมทุนอื่นๆ ที่น่าสนใจในปี พ.ศ. 2560 ได้แก่

Ookbee บริษัทแพลตฟอร์มสิ่งพิมพ์ออนไลน์

ระดมทุนจำนวน 19 ล้านดอลลาร์สหรัฐจาก Tencent ประเทศจีน เจ้าของแอปพลิเคชัน WeChat เพื่อต่อยอดสร้างธุรกิจ UGC (user-generated content) ในประเทศไทย

Omise บริษัทพัฒนาเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

ระดมทุนรอบซีรีส์บี+ จาก Krungsri Finnovate ซึ่งเป็นกองทุน VC ในเครือกรุงศรี

Pomelo บริษัทขายเสื้อผ้าออนไลน์

ระดมทุนรอบซีรีส์บี จำนวน 19 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นำโดย JD ประเทศจีน และ Provident Capital Partners ประเทศอินโดนีเซีย

Deliveree บริษัทตลาดกลางด้านบริการขนส่ง

ระดมทุนรอบซีรีส์เอ จำนวน 14.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ นำโดย Gobi Partners

Zanroo บริษัทซอฟต์แวร์วิเคราะห์ข้อมูลการตลาดในสื่อสังคมออนไลน์

ระดมทุนรอบซีรีส์เอ จำนวน 7.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐจาก Shift Ventures

สิ่งสำคัญที่ควรตระหนักอยู่เสมอคือ แม้จำนวนเงินในการระดมทุนมักถูกพูดถึงเป็นประเด็นแรกๆ และสร้างความตื่นตัวให้กับผู้อ่านโดยทั่วไป แต่เป็นเพียงสิ่งซึ่งสร้างความมั่นใจของนักลงทุนกลุ่มหนึ่ง และความตั้งใจในการสร้างให้ธุรกิจเติบโตอย่างรวดเร็วของผู้ประกอบการเท่านั้น

การระดมทุนไม่ใช่มาตรวัดถึงพื้นฐานธุรกิจที่ดี หรือสิ่งซึ่งความสำเร็จที่แน่นอนแต่อย่างใด ทั่วโลกยังคงมีตัวอย่างบริษัทที่สามารถระดมทุนได้จำนวนมหาศาล แต่กลับล้มเหลวต้องปิดกิจการไป

เช่น Jawbone บริษัทอุปกรณ์ wearable ด้านสุขภาพชื่อดัง ซึ่งทำการระดมทุนไปมากกว่า 900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ก่อนจะปิดกิจการไป

สุดท้ายแล้ว ความยั่งยืนที่แท้จริงของทุกธุรกิจ ไม่ว่าจะบริษัทสตาร์ทอัพหรือไม่ ก็กลับมามุ่งพื้นฐานที่เรียกว่า รายได้และผลกำไรที่ต้องเติบโตอย่างยั่งยืน จึงจะสามารถดูแลพนักงานตอบแทนผู้ถือหุ้น และสร้างคุณค่าให้กับสังคมได้ตามสมควร

ในอนาคต่อไป เราจะดูการซื้อและควบรวมกิจการที่เกิดขึ้นในปีที่ผ่านมา รวมถึงการเคลื่อนไหวของบริษัทใหญ่ทั้งในและต่างประเทศกันครับ

หมายเหตุ: มูลค่าการระดมทุนที่ระบุในบทความอ้างอิงจากข้อมูลสาธารณะ รายละเอียดการลงทุนที่แท้จริงอาจมีความแตกต่างออกไป

HUMAN RESOURCES

GENDER DIVERSITY

กับวิถีสตาร์ทอัพ

เขียน วนัทยา หนูแก้ว



Gender Diversity หรือ ความหลากหลายทางเพศ คือประเด็นที่องค์กรรุ่นใหม่ทั่วโลกเริ่มสนใจและมาแรงจนนับแต่ Silicon Valley ยังต้องปรับตัวกันใหญ่ ทั้งนี้เพราะความหลากหลายส่งผลสำคัญต่อภาพลักษณ์องค์กรและธุรกิจเช่นกัน

David Cohen ผู้บริหารของ Techstars องค์กร Business Accelerator ระดับโลกที่ปลูกปั้นสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จมากมาย กล่าวว่าในยุคที่มี War of Talent หรือสงครามแย่งชิงคนทำงานกันสูง การคัดเลือกผู้หญิงเข้ามาทำงานถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเพิ่มคนเก่งเข้ามาในทีม

เขาทำวิจัยในปี ค.ศ. 2010 ร่วมกับทีมวิจัยจากสถาบันชั้นนำต่างๆ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสมาชิกผู้หญิงมากกว่า มี Collective Intelligence (ปัญญาารวมหมู่) สูงกว่ากลุ่มที่มีผู้หญิงน้อยกว่า ซึ่งปัญญารวมหมู่นี้จะนำไปสู่การทำงานกลุ่มที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สอดคล้องกับรายงานจาก Harvard Business Review ที่เผยว่าสตาร์ทอัพในอเมริกาที่มีผู้หญิงเป็นผู้นำสามารถทำ Market Value ได้มากกว่าทีมสตาร์ทอัพที่มีผู้ชายล้วนเป็นส่วนตัวถึง 63% รวมถึงได้ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) และทำรายได้มากกว่าทีมชายล้วนอีกด้วย

David ย้ำว่าวงการไอทีและสตาร์ทอัพในปัจจุบันยังขาดแคลนคนทำงานเพศหญิงอยู่มาก ควรกระตุ้นให้เกิดผู้หญิงเก่งๆ มากขึ้น “นี่ไม่ได้เป็นปัญหาเฉพาะของผู้หญิงเท่านั้น แต่เป็นปัญหาของเราทุกคนด้วย”

พรทิพย์ กองชุน ผู้หญิงเก่งในวงการสตาร์ทอัพไทย เคยทำงานกับ Microsoft และ Google ปัจจุบันคือผู้ก่อตั้ง Jitta สตาร์ทอัพด้าน FinTech พร้อมรับบทบาทเป็นคุณแม่มือใหม่ของลูกสาววัย 9 เดือน

“ส่วนใหญ่เราจะเห็นว่าผู้บริหารสตาร์ทอัพมักเป็นผู้ชาย มันก็จะมีเรื่องของ Unconscious Bias เยอะ ในการรับคนเข้าทำงาน เพราะคนสัมภาษณ์ก็จะเป็นผู้ชายหมดเลย มีแนวโน้มที่เขาคงลำเอียงเข้าข้างผู้ชายมากกว่า จากประสบการณ์ที่ Google เขา กำหนดเลยว่า ในทีมสัมภาษณ์รับคนเข้าทำงานจะต้องมีผู้หญิงอย่างน้อย 1 คนด้วย ถ้าไม่มีจะถือว่าการสัมภาษณ์นี้ยังไม่สำเร็จ ต้องไปหามา สำหรับสตาร์ทอัพที่อยากจะมีหลากหลายในองค์กร เรื่อง People Management ควรต้องคิดถึงจุดนี้ เพราะต่อให้เราอยากได้ผู้หญิงมาทำงาน แต่กระบวนการรับคนยังเป็นแบบเดิม เราก็อาจจะไม่ได้ผู้หญิงเข้ามาทำงานหรอก”

“สิ่งสำคัญที่สุดของสตาร์ทอัพคือการ Deliver product เพื่อให้ไปสู่กลุ่ม Target Audience ได้ คุณควรต้อง Think Equally เพื่อให้ทุกคนทุกเพศใช้ Product ของเราได้ ยกเว้นว่าเป็น Product สำหรับเพศใดเพศหนึ่งโดยเฉพาะนะค่ะ เพราะฉะนั้น การที่คุณลดอคติ คิดอะไรจากความเท่าเทียมกัน Product Outcome ของคุณก็จะเกิดคุณภาพมากกว่า”

“เทคโนโลยีสามารถทำให้เราทำงานที่บ้านได้ ตอบอีเมลก็บนมือถือได้ HR ควรวางระบบให้ยืดหยุ่นได้ว่า ผู้หญิงที่ลาคลอดหรือลาไปเลี้ยงลูกอาจจะ Work from Home ได้นะ อาจจะ Rotate หรือปรับงานให้รับผิดชอบงานที่มันเน้นออนไลน์ ซึ่งพอทำแบบนี้แล้วประสิทธิภาพมันไม่ได้ลดลง ต้องมาคุยกัน เพราะทุกคนไม่ว่าจะหญิงหรือชาย บางทีก็อาจจะมีการกิจที่ทำให้ต้องหายไปได้เหมือนกัน เช่น ผู้ชายอาจจะติดเกม嗜อาหาร หรือไปบวช เพราะฉะนั้นก็ต้องให้ออกสัดด้วยกันทั้งคู่ค่ะ”

STARTUP THAILAND

NIA VENTURE

“ทุน” เพื่อการสร้างสรรค นวัตกรรมของสตาร์ทอัพ

เรียบเรียง สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)



สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เปิดตัวโครงการ NIA Venture สนับสนุนทุนสำหรับผู้ประกอบการสตาร์ทอัพเพื่อใช้ดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ โดยสนับสนุนในรูปแบบของเงินสนับสนุนให้เปล่า (Grant) ในวงเงินไม่เกินโครงการละ 1.5 ล้านบาท

คุณสมบัติ

- ผู้สมัครจะต้องเป็นวิสาหกิจเริ่มต้น หรือสตาร์ทอัพที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- เป็นนิติบุคคลซึ่งจดทะเบียนในประเทศไทย โดยมีบุคคลสัญชาติไทยถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละห้าสิบเอ็ดขึ้นไป
- ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น (เว้นแต่ทุนนั้นเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่ซ้ำซ้อนจากที่ขอรับการสนับสนุน)
- ไม่เป็นบุคคลล้มละลายตามคำพิพากษาในคดีแพ่ง หรือผู้ต้องโทษในคดีอาญา



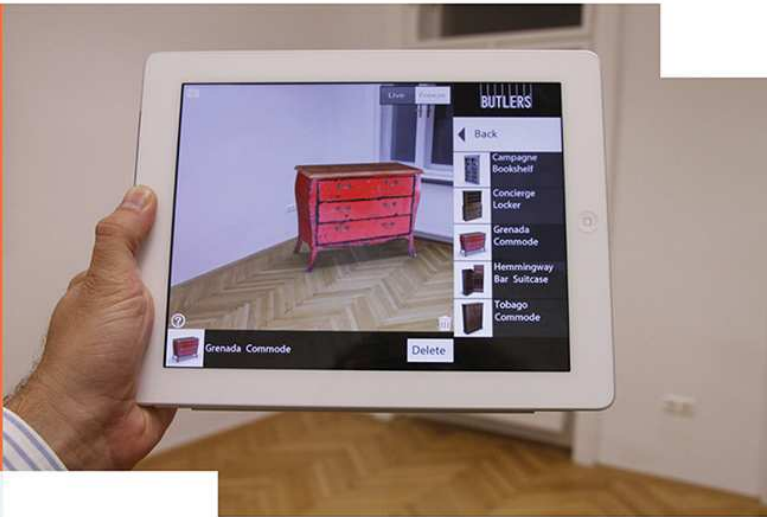
ขั้นตอนการพิจารณา



สนใจรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ <http://open.nia.or.th>
หรือ โทร. 02-017-5555 ต่อ 503, 410-411

TECHNOLOGY

AR (AUGMENTED REALITY) มายาแห่งโลกเสมือนจริง



โดย
อภิชัย เรืองศิริปิยะกุล
นักพัฒนา Augmented Reality ผลงานล่าสุด
คือ งาน AR แพนฟลิทที่ระลึกงานพระราชพิธีถวาย
พระเพลิงพระบรมศพพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร

Augmented Reality หรือ AR
ก็หลายคนเรียกเป็นไทยๆ ว่า
“ความจริงเสมือน” ฟังครั้งแรก
อาจงงและนึกภาพไม่ออกด้วย
แต่ถ้าให้นึกถึง Pokémon Go
เท่านั้นแหละ อ้อ! เลยใช้ไหมครับ

เทคโนโลยี AR นี้คือการนำสิ่งที่เราสร้างจากเครื่องคอมพิวเตอร์ มาวางซ้อนทับในโลกจริงๆ อย่างเช่น เจ้าตัวปิกาจูออกมากระโดดหรือยืนใกล้ๆ เรา ในสิ่งแวดล้อมของเรา ซึ่งตรงข้ามกับอีกเทคโนโลยีที่ชื่อคล้ายๆ กันคือ Virtual Reality หรือ VR ที่เราจะเข้าไปอยู่ในโลกดิจิทัล

จริงๆ แล้ว AR มีมานานแสนนาน แต่เริ่มเป็นที่รู้จักในปี ค.ศ. 2008 สมัยนั้นโปรแกรมที่จัดว่ามาแรงอย่าง Flash ที่มีภาษาอย่าง ActionScript3 ดูจะเป็นทางออกที่ดีในการทำให้เป็นที่รู้จัก

โดยทาง Adobe Inc. ได้เปิดตัวเทคโนโลยี AR ในงาน Adobe MAX 2009 โดยใช้ภาษา ActionScript3 เขียนผ่านโปรแกรม Adobe Flash ส่องผ่านเว็บแคมของเครื่องคอมพิวเตอร์ นับเป็นจุดเริ่มต้นของการนำเทคโนโลยี AR มาใช้งาน

และในปี Gartner ได้พยากรณ์ว่า AR กำลังเป็นหนึ่งใน IT Trend 2018 และกำลังเข้าสู่ Main Stream ต่อไป แคมบริษัทยักษ์ใหญ่อย่าง Apple, Google, Facebook ยังออกกระโดดมาพัฒนา AR อีกด้วย ทั้งนี้ค่าย Digi-Capital ประมาณการไว้ว่าในปี ค.ศ. 2021 มูลค่าตลาดของเทคโนโลยี AR จะวิ่งไปแตะระดับ 85,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

แล้วเขานำเทคโนโลยี AR ไปใช้ทำอะไรบ้าง?

เป็นคำถามที่ผู้เขียนถูกถามเป็นประจำ เลยจะขอสรุปที่ใช้บ่อยๆ มาให้ฟังดังนี้ครับ

การศึกษา

เราสามารถนำเทคโนโลยี AR ไปใช้อธิบาย สิ่งที่น่าสนใจ เช่น การไหลเวียนของโลหิต, การต่อกระแสไฟฟ้ากระแสตรง กระแสสลับ, เรื่องของโมเลกุล, ระบบสุริยะ และอื่นๆ อีกมากมาย

การตลาด

เราสามารถนำ AR มาใช้แนะนำสินค้า แสดงภาพซ้อนบนพื้นที่จริง ทำให้ลูกค้าเห็นสินค้าและเข้าใจการทำงานได้ง่าย และที่สำคัญ เทคโนโลยี AR จะนำพาไปสู่ Buzz Marketing ได้อีกด้วย

การท่องเที่ยว

เราสามารถนำเทคโนโลยี AR มาใช้บอกข้อมูลสถานที่ต่างๆ ได้ ไปจนถึงการนำทางเป็น Navigator ได้อีกด้วย และถึงสถานที่นั้นๆ จะเหลือเพียงซากปรักหักพัง เรายังสามารถนำ AR มาซ้อนทับให้เห็นยุคที่ยังรุ่งเรืองได้

เกม

สิ่งนี้แทบจะไม่ต้องบอก เพราะเราเห็นอุตสาหกรรมนี้ทำก่อนใครๆ และที่แรงๆ ทำเงินมหาศาลก็คือ Pokémon Go ที่เป็น Talk of the Town มาจนทุกวันนี้

นิทรรศการ

เราสามารถนำเทคโนโลยี AR มาใช้แสดงเพื่อดึงดูดผู้เข้าชมได้ง่าย เพราะทำให้เห็นภาพชัดเจนและเข้าใจง่ายกว่าบอร์ดที่มีแต่ตัวอักษรมากมาย

การโฆษณา

เป็นสิ่งที่ต้องนำมาเพิ่มความสนใจ เพราะสื่อแบบเก่าเริ่มไม่เป็นที่น่าสนใจสำหรับคนรุ่นใหม่แล้ว เห็นได้จากป้ายโฆษณาที่คนทั่วไปใช้บังคับ ไม่มีใครสนใจมอง

สิ่งที่กล่าวมาเป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ได้นำเทคโนโลยี AR มาใช้งาน ผู้เขียนคิดว่าเจ้าเทคโนโลยีนี้จะอยู่กับเราไปจนคุ้นชิน เพราะจะมีอยู่ในทุกๆ ส่วนของชีวิตประจำวัน ถึงตอนนั้นขอกล่าวสั้นๆ ว่า “ขอต้อนรับสู่โลกเสมือนจริง”

DISRUPT

กรณีศึกษา PROPTECH จากเกาะอังกฤษ เมื่อตลาดอสังหาริมทรัพย์ ถูก disrupt ด้วยเทคโนโลยี



ตลาดอสังหาริมทรัพย์เป็นตลาดขนาดใหญ่ แต่ในบ้านเรายังไม่ค่อยมี PropTech หรือการใช้เทคโนโลยีเพื่อบริการ “ป่วนตลาด” นี้เท่าไรนัก ผมเลยอยากเล่าเรื่องของสตาร์ทอัพสองเจ้าจากอังกฤษที่กำลัง disrupt ตลาดอสังหาริมทรัพย์ในเวลานี้ครับ



โดย
อานนทวงศ์
มฤคพิทักษ์

Head of People@ Wongnai
และผู้เขียนหนังสือ
Thank God It's Monday
ขอบคุณโลกนี้ที่บ้านประจำ

เจ้าแรกมีนามว่า Purplebricks (purplebricks.co.uk) ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. 2012 และเข้ามา disrupt ด้วยวิธีที่เรียบง่ายแต่เยี่ยมยอด นั่นคือเขาคิดค่านายหน้าตายตัวเพียง 849 ปอนด์ หรือประมาณ 38,000 บาทต่อบ้านทุกหลังหรือห้องทุกห้องที่ขายได้ โดยไม่สนใจว่าที่ขายไปนั้นราคาเท่าไร

เช่น ถ้าคุณขายบ้านที่อังกฤษได้ราคา 10 ล้านบาท ถ้าคุณขายผ่านนายหน้าเจ้าอื่นๆ จะโดนเก็บค่านายหน้า 2.5% หรือ 250,000 บาท แต่ถ้าคุณขายผ่าน Purplebricks คุณจะประหยัดได้ถึง 250,000-38,000 = 212,000 บาท ทำให้คนแห่ไปใช้ Purplebricks กันมากมาย และทำให้เอเยนต์ขายบ้านในตลาดปรับกระบวนท่าแทบไม่ทัน

เหตุผลที่ Purplebricks คิดค่านายหน้าถูกๆ ได้เพราะว่าเขานำมาใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ ทำให้ไม่จำเป็นต้องจ้างคนเยอะ จึงมีต้นทุนต่ำและสามารถเก็บค่านายหน้าถูกๆ ได้

วิธีคิดค่านายหน้าแบบ flat rate นี้ น่าจะมีคนเอามาทำที่เมืองไทยนะครับ เพราะค่าธรรมเนียมนายหน้าของบ้านเราคือ 3% แพงกว่าที่อังกฤษอีก

ถ้า Purplebricks มาป่วนตลาดซื้อขาย สตาร์ทอัพนาม No Agent (noagent.co.uk) ซึ่งเพิ่งก่อตั้งมาไม่ถึง 2 ปี ก็กำลังป่วนตลาดการเช่าห้อง

ส่วนใหญ่เวลาคนอังกฤษปล่อยห้องให้เช่า เขาจะใช้บริการของเอเยนต์ในการหาผู้เช่าและดูแลทุกอย่างให้เสร็จสรรพ (เพราะเจ้าของห้องอาจจะอยู่คนละเมืองกับห้องที่เขาปล่อยเช่า จึงไม่มีเวลาไปดูแล) โดยเอเยนต์จะทำหน้าที่หาผู้เช่า เช็กรีวิวติ เช่นสัญญา ตามเก็บค่าห้อง และรับแจ้งเวลามีอุปกรณ์ในห้องเข้านั้นชำรุด (เช่น ส้วมตัน ท่อประปาแตก)

เอเยนต์จะเก็บเงินทั้งสองฝั่ง โดยปกติผู้เช่าต้องจ่ายเงินราวๆ 200-300 ปอนด์ (9,000-13,500 บาท) และเจ้าของห้องเช่าต้องจ่ายเอเยนต์ถึงปีละ 1,000-2,000 ปอนด์ (45,000-90,000 บาท) เพื่อให้ได้มาซึ่งบริการนี้ ซึ่งถ้าได้เอเยนต์ดีก็แล้วไป แต่ถ้าได้เอเยนต์แย่ๆ (ซึ่งมีอยู่ไม่น้อย) เขาก็ทำงานล่าช้า มีค่าธรรมเนียมแฝงยับยั้ง แถมเวลามีปัญหาที่แก้ปัญหาก็ให้เราไม่ได้อีกต่างหาก

No Agent จึงเข้ามาแก้ไขความไม่มีประสิทธิภาพตรงนี้ด้วยการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อตัดคนกลางออกไป เพียงเจ้าของห้องจ่ายค่าสมาชิกเดือนละ 35 ปอนด์ (420 ปอนด์หรือประมาณ 19,000 บาทต่อปี) No Agent จะช่วยหาและคัดกรองคนเช่าโดยดูจากประวัติและเครดิตเรตติ้ง ช่วยเตือนและเก็บค่าเช่าออนไลน์ ช่วยวิเคราะห์ปัญหาเวลามีอุปกรณ์ชำรุด ช่วยเรียกช่างที่ไวใจได้ แถมยังคอยส่งข่าวคราวหากกฎหมายด้านอสังหาริมทรัพย์มีการเปลี่ยนแปลงอีกด้วย

สังเกตว่าทั้ง Purplebricks และ No Agent ต่างก็ใช้เทคโนโลยีมาลดต้นทุน ทำให้สามารถคิดค่าบริการที่ถูกลง ตลาด 5-10 เท่า

PropTech อาจเป็นชื่อที่ไม่คุ้นหูเท่า FinTech แต่ก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับคนไทยที่คิดอยากทำธุรกิจสตาร์ทอัพ เพราะเป็นตลาดที่มีมูลค่ามหาศาล การใช้เทคโนโลยียังมีไม่มากนัก และยังเป็นปัจจัยสี่ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นของมนุษย์ในทุกยุคทุกสมัยครับ

SILICON VALLEY

รู้จักกับสตาร์ทอัพ CREATIVE VENTURE สัญชาติไทยใน SILICON VALLEY



สวัสดีครับ ปีที่แล้วได้เห็นมุมมองของคนไทยที่ทำงานใน Silicon Valley ไปบ้างแล้ว ปีนี้ผมขอเสนอบทสัมภาษณ์คนไทยที่เป็นเจ้าของธุรกิจที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีหรือสตาร์ทอัพใน Silicon Valley กันบ้าง

เดือนนี้ขอเริ่มจาก แชมป์ - ปุณยรร สุกธิพงษ์ชัย จาก Creative Venture ครับ

Creative Venture คืออะไร

Creative Venture เป็น Venture Fund ลงทุนในบริษัทที่อเมริกาเน้น Deep Tech เพราะมันแก้ปัญหาได้จริง

โดยระดมทุนจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เราเน้นลงทุนในสตาร์ทอัพที่พยายามแก้ปัญหาใน 3 Mega Trend คือ ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน สังคมสูงอายุ และโลกร้อน เพราะเป็นภาคเศรษฐกิจจริง เป็นตลาดที่สร้างคุณค่า และเรามองว่าปัญหาพวกนี้กระทบ 3 ภาคธุรกิจ คือ อุตสาหกรรม Healthcare และการเกษตร

อะไรเป็นตัวกระตุ้นปัญหา

ความต้องการผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะการเข้ามาของอินเทอร์เน็ต ทำให้รสนิยมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปเร็วขึ้นมาก วันนี้อาจจะชอบน้ำหอมแบบนี้ พรุ่งนี้อาจจะชอบอีกแบบหนึ่ง หรือการเข้ามาของ Food Delivery ที่เปลี่ยนพฤติกรรมกรซื้ออาหาร แต่การปฏิบัติงานหลังบ้านหรือในครัวยังเหมือนเดิม ซึ่งความเสี่ยงจะตกอยู่กับผู้ประกอบการที่จะต้องรับมือกับความผันผวนของตลาดได้

ทุกวันนี้แรงงานหายากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งที่ไม่ต้องใช้ทักษะสูง เช่น งานล้างจาน หรืองานที่ต้องใช้ทักษะสูงเช่น เช่น แรงงานก่อสร้าง งานของเราคือตามหาบริษัทที่สามารถแก้ปัญหาพวกนี้ให้เจอ

Portfolio เป็นอย่างไรบ้าง

รอบแรกเราลงทุนไป 11 ล้านเหรียญสหรัฐ ลงทุนไป 10 บริษัท รอบที่สองเรากำลังระดมทุนอยู่ ตั้งเป้าไว้ที่ 50 ล้านเหรียญสหรัฐ

บริษัทที่น่าสนใจก็มี Dishcraft ที่ทำเครื่องล้างจานระดับอุตสาหกรรม สามารถ Exit ในเวลาไม่ถึงปี

ALICE เป็น AI ที่เอาไว้ช่วยวางแผนการก่อสร้าง ช่วยลดได้ทั้งเวลาและต้นทุน ปัจจุบันมีบริษัทในเมืองไทยเอาระบบนี้ไปใช้แล้ว

EXO ทำ Ultrasound ขนาดเล็กที่ราคาถูก และมาพร้อมกับ AI สามารถวินิจฉัยผลได้เลย

IOTAS ทำ B2B Smart Home Platform

reNature เป็นตัวกระตุ้นให้พืชผักออกผลได้เท่าตัวโดยใช้น้ำและปุ๋ยน้อยลง เป็นผลงานจาก MIT

เวลาพิจารณาบริษัทดูอะไรบ้าง

ตลาด เราเน้นที่ตลาดขนาดใหญ่ที่รองรับด้วย 3 Mega Trend

เทคโนโลยี ที่สามารถแก้ปัญหาได้ เช่น การลดเวลาหรือต้นทุนได้อย่างมหาศาล หรือสามารถสร้างรายได้ให้ได้ และที่สำคัญลอกเลียนแบบยากหรือไม่ได้

ผู้ก่อตั้งและทีมงาน ต้องทำธุรกิจได้ สามารถเข้าถึงตลาดและขายได้ และที่สำคัญต้องมี Insight ที่ดีในธุรกิจนั้นๆ

คุณเรียนรู้อะไรบ้าง

ผมค้นพบว่า Early Stage VC มันคือการดูแลคนดีๆ นี่เอง คนเป็น VC ไม่ได้สร้างอะไรให้บริษัทมากเท่ากับผู้ก่อตั้ง พวกเขาเป็นคนที่มีทุกอย่างลงไปในธุรกิจของตัวเอง พวกเขาแค่อยากให้เราเข้าใจว่าเขาเจออะไรมาบ้าง ในบางครั้งเราก็แค่มีหน้าที่ดูแลเขาให้เขาเดินหน้าต่อไปได้ ซึ่งความเชื่อใจมันจะเกิดขึ้นจากตรงนั้น พอมีความเชื่อใจเกิดขึ้นแล้ว การทำธุรกิจด้วยกันมันก็ง่ายขึ้น

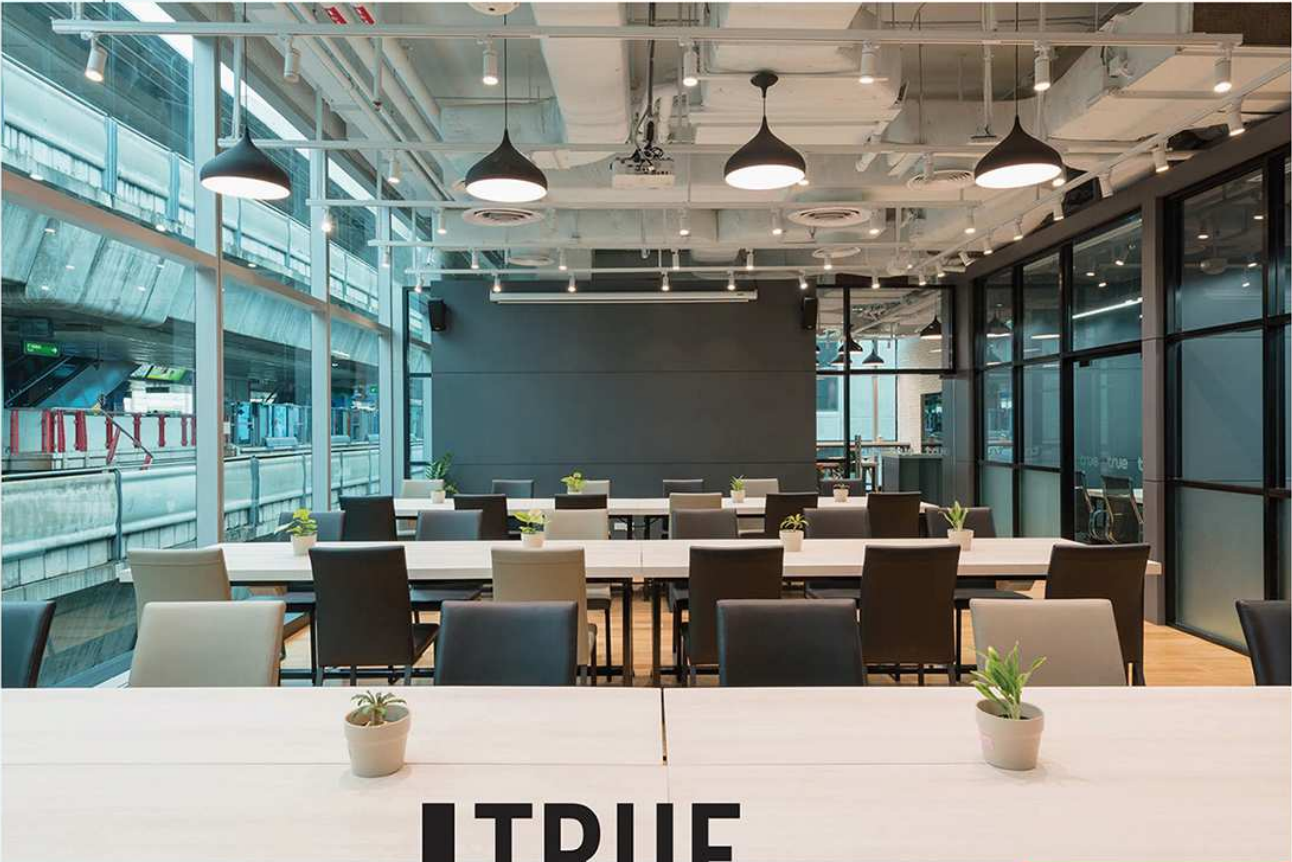
มีอะไรฝากถึงสตาร์ทอัพในเมืองไทยบ้าง

คุณสร้างธุรกิจของคุณขึ้นมา คุณต้องเข้าใจว่าอะไรคือจุดแตกต่างของคุณในโลกนี้ การมี Passion ไม่ได้ทำให้คุณประสบความสำเร็จมันเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี แต่คุณต้องมีอะไรมากกว่านั้น



โดย
อริวรรณ์
วงศ์ไศยวรรณ
Software Developer
US@ThoughtWorks,
Silicon Valley
siliconvalleycolumn
@gmail.com

CO-WORKING SPACE



TRUE INCUBE

โรจน์เฉพาะ TECH STARTUP
รุ่นใหม่

เรื่อง วนิทยา หนูแก้ว

Blockchain Technology, Artificial Intelligence, Robotics,
Healthcare, Agriculture Tech, Digital Services, E-Commerce,
AdTech, Big Data, FinTech หรือ Real Estate Technology

นี่คือกลุ่มของสตาร์ทอัพสุดล้ำที่เราจะได้พบเห็นที่นี่

True Incube คือโรงบ่มเพาะ Tech Startup รุ่นใหม่ที่มีไอเดีย ผลิตภัณฑ์หรือบริการด้านเทคโนโลยี อย่างที่รู้ว่าผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยประสบปัญหาในการแปลงไอเดียของตัวเองให้เป็นธุรกิจที่พร้อมเติบโตไปสู่ความสำเร็จ

ในกรณีนี้ “โครงการบ่มเพาะธุรกิจ” หรือ Business Incubator นับเป็น One-Stop Solution ที่น่าสนใจ และการเลือกใช้ Co-working Space ที่เหมาะสมลงตัวนั้น จะช่วยลดขั้นตอนยุ่งยากไปได้มากมาย

บทบาทของ Business Incubator แตกต่างจากนักลงทุนทั่วไปตรงที่ไม่ได้ลงทุนด้วยเม็ดเงินอย่างเดียว แต่เข้ามาช่วยบ่มเพาะธุรกิจช่วงเริ่มต้นให้ผู้ประกอบการโดยสนับสนุนในทุกๆ ด้านที่จำเป็นต่อความสำเร็จ ตั้งแต่ทรัพยากรในการทำสำนักงาน พื้นที่ทำงานแบบ Co-working Space ทีมให้คำปรึกษาด้านการทำธุรกิจและการตลาด ตลอดจนเครือข่ายนักลงทุนและคอนเนกชันอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการต่อยอดโอกาส

เรียกได้ว่ามาหา Incubator แค่นี้ก็โอเคแล้ว กับการโอเคจริงๆ ก็มีสิทธิ์ก้าวกระโดดไปสู่ความสำเร็จได้

จุดแข็งที่สำคัญของ True Incube คือการดึงพันธมิตรที่เป็นบริษัทลงทุนที่มีชื่อเสียงระดับโลกมาร่วมทีมด้วย โดยเฉพาะ 500 Startups จากซิลิคอนวัลเลย์ในสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็น 1 ใน 3 บริษัทลงทุนในสตาร์ทอัพระยะเริ่มต้นที่ใหญ่ที่สุดในโลก, ITOCHU บริษัทการค้าชั้นนำจากญี่ปุ่นที่มีกองทุนลงทุนในสตาร์ทอัพขนาดใหญ่ในสาขา Ant Financial ในเครือ Alibaba Group และ AGW Group บริษัทลงทุนในสตาร์ทอัพจากอิสราเอล

นั่นหมายความว่า ทีมสตาร์ทอัพที่เข้าร่วมโครงการกับ True Incube ก็จะได้รับผลกระทบดีจากกลุ่มทุนเหล่านี้เข้าสู่เครือข่ายระดับโลกต่อไปแน่นอน

กิจกรรมต่างๆ ที่ True Incube จัดขึ้นเป็นประจำไม่ใช่สำหรับสตาร์ทอัพที่ได้รับคัดเลือกเข้าร่วมโครงการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผู้สนใจและนักเรียนนักศึกษาทั่วไปด้วย เพราะต้องการกระตุ้นสร้างแรงบันดาลใจเพื่อให้เกิดสตาร์ทอัพรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพ



TRUE INCUBE

🏠 อาคาร Centerpoint of Siam Square ชั้น 4

🕒 เปิดบริการทุกวัน 10.00 - 21.00 u.

📞 +66 (0) 2-658-0402

🌐 www.trueincube.com

📌 [trueincube](https://www.facebook.com/trueincube)

มีการจัดอบรมสัมมนาและเวิร์กช็อปอยู่ตลอด เช่น Startup Wednesday ทุกเย็นวันพุธ จะมีวิทยากรที่มาจาก Co-Founder ต่างๆ ในวงการธุรกิจมาถ่ายทอดองค์ความรู้และคำแนะนำจากประสบการณ์จริง หรือโปรแกรม Innovation Weekend ที่ให้สตาร์ทอัพมาเข้าอบรมหลักสูตรสำหรับผู้ประกอบการมืออาชีพได้ ทุกสุดสัปดาห์ ไม่เสียค่าใช้จ่าย และ Demo Day จะถูกจัดขึ้นเมื่อสตาร์ทอัพพร้อมเปิดตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยที่ True Incube จะเชิญ Venture Capital และพันธมิตรธุรกิจจากทั่วโลก มาร่วมฟังการนำเสนอผลงาน เพื่อให้กลุ่มทุนเหล่านี้เลือกลงทุนกับ Startup ที่มีผลงานน่าสนใจ

เรียกได้ว่า “ครบวงจร” ของคนมีฝันและกล้าลงมือทำจริงๆ



DISTRICT

SUMMIT 2018



INNOVATION IN **THE CITY**

13-14 FEBRUARY 2018

KBANK SIAM PIC-GANESHA THEATRE
7th FLOOR • SIAM SQUARE ONE • BANGKOK

