

DISRUPT
จงเป็นตัวป่วน

DESIGN
USERS MATTER

MARKETING
GROWTH HACKING

INTERVIEW
วัชร: เอมวัฒน์

STARTUP THAILAND MAGAZINE



LIVE A STARTUP LIFE

SMG

กรกฎาคม 2560 ฉบับที่ 1

EDITOR'S NOTE

ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับ
Startup Thailand ได้ทุกวันที่



startupthailand.org



Startup Thailand



LIVE A STARTUP LIFE

ขณะที่ Henry Ford อายุได้ 38 ปี เขากำลังเผชิญความท้าทายใหญ่หลวงในการทำให้ตนเองเป็นที่รู้จักและดึงดูดนักลงทุนที่จะมาทำให้ความฝันที่จะผลิตรถยนต์ของเขาเป็นจริง วิธีการอันแยบยลและเสียงสูงคือการทำประลองความเร็วกับ Alexander Winton นักแข่งรถเครื่องซื้อของสหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 1901 หรือ 116 ปีก่อน

ผลปรากฏว่า Ford เอาชนะได้และทำให้อีกสองปีต่อมา Ford Motor Corporation ได้ถือกำเนิดขึ้น ทำให้โลกรู้จักกับ Mass Production และรถยนต์กลายมาเป็นปัจจัยที่ห้า เหตุการณ์นี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นการ Pitching ระดับโลกครั้งแรกๆ

ในช่วงทศวรรษที่ 1990 หรืออีกเกือบศตวรรษ Microsoft ของ Bill Gates ก็ได้สร้างปรากฏการณ์ที่มีอิทธิพลเปลี่ยนแปลงโลกแบบ Henry Ford อีกครั้ง ด้วยการทำให้ Personal Computer หรือ PC เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนทั่วไป

กระทั่ง ยี่สิบปีต่อมา “วิสาหกิจเริ่มต้น” หรือสตาร์ทอัพได้กลายมาเป็นทางเลือกในการค้นหาตัวตน และเติมเต็มชีวิตของคนรุ่นใหม่ทั่วโลก

บริษัทแบบเดิมๆ กำลังเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการทำธุรกิจ จนหลายๆ คนหันมาสนใจ “วิถีชีวิต” แบบใหม่นี้

แม้แต่หลี เค่อเฉิง ผู้นำจีน ก็ถึงกับออกนโยบาย Mass Entrepreneurship เพื่อเปลี่ยนเงินไปสู่ผู้นำทางเศรษฐกิจด้วย “นวัตกรรม”

ประเทศไทยในบริบทของ Thailand 4.0 ได้ถือกำเนิด Startup Thailand ที่เป็นแพลตฟอร์มของการสร้างการเปลี่ยนแปลงอันยิ่งใหญ่ ผมหวังว่าวิถีชีวิตสตาร์ทอัพจะเป็นทางเลือกที่น่าสนใจ สำหรับผู้มีความฝันที่จะเปลี่ยนโลกให้ดีขึ้นด้วยโมเดลธุรกิจแนวใหม่

ดร.พันธู์อาจ ชัยรัตน์

ผู้อำนวยการ

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



CONTENTS

4
COVER STORY
LIVE
A STARTUP LIFE

10
INTERVIEW

วัชร ेमวัฒน์
บทเรียนจากสมรภูมิสตาร์ทอัพ



13
5 LITTLE THINGS
THAT MIGHT BE
BIG

14
DISRUPT
จงเป็นตัวป่วน

16
MARKETING
GROWTH HACKING
การตลาดสไตล์สตาร์ทอัพ



15
DESIGN
USERS MATTER

17
SILICON VALLEY
สิ่งที่เราเรียนรู้ได้จาก
SILICON VALLEY

18
STARTUP THAILAND
SPARK
เพื่อสตาร์ทอัพไทยก้าวไกลสู่สากล

20
CO-WORKING SPACE
PUNSPACE



22
RAISE FUNDS
RAISE FUNDS 101

ทำความเข้าใจประเภทแหล่งทุนเบื้องต้น
และหนทางที่คุณจะได้ทุน

23
HUMAN RESOURCES
THE NEW AGE OF OFFICE MANAGEMENT

เทคนิคบริหารจัดการ 'ออฟฟิศ' ยุคใหม่

STARTUP
THAILAND
MAGAZINE

กระทรวงวิทยาศาสตร์
และเทคโนโลยี

ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์
สาคร ชนะโพทรัพย์
ปวีรรต วงษ์สำราญ
วิเชียร สุขสร้อย
สุพจน์ สุทธิรัตน์
พรพิชา เพชรแก้วกุล
ธัญญารัตน์ ทองอัน

บริษัท ทีซีบีเอ็น จำกัด

บรรณาธิการบริหาร
วีรณา โอฬารักษ์ธรรม

บรรณาธิการ
ภาวนา อุณหเวศย์

ผู้ช่วยบรรณาธิการ
เสริมสิริ อังคะเวณิช

บรรณาธิการบทความ
พิทยา ภูดี

ช่างภาพ
ปิยนันท์ เกียรติณฤกษ์

พิสูจน์อักษร
กฤตภัทร ร่ำพรรณ

บรรณาธิการศิลปกรรม
ฐิติพงศ์ จรุงธรรมวงศ์

ศิลปกรรม
ธีรพงศ์ คงเชื้อ
เทวินทร์ เจริญรักษา
สุรี ชันตยาภรณ์
ปทิตตา สังข์โชติ

COVER STORY

LIVE A STARTUP LIFE



สตาร์ทอัพคืออะไร ทำไมจึงมีอิทธิพลในการขับเคลื่อนอนาคตของโลกได้มากถึงเพียงนี้ ทำไมคนรุ่นใหม่ถึงมุ่งความสนใจไปที่สตาร์ทอัพมากกว่าการประกอบธุรกิจแบบอื่นๆ เปิดเงินมหาศาลที่ลอยอยู่ในอากาศหรืออิสรภาพในการทำงานแบบสตาร์ทอัพกันแน่ ที่ดึงดูดความสนใจของทุกคน Startup Thailand เล่มแรกจะพาคุณไปรู้จักคำนี้ ให้มากกว่าที่เคยรู้

WHAT IS A STARTUP?

สตาร์ทอัพหมายถึงธุรกิจที่มีลักษณะสำคัญอันเข้ายวนใจ คือ เป็นบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความใหม่แบบที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน (Newness) มีผลทำให้พฤติกรรมของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป เราลองเปรียบเทียบวันที่เราไม่มี Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat เราสื่อสารกันอย่างไร แล้ววันนี้พฤติกรรมสื่อสารของเรา เปลี่ยนแปลงไปมากมายขนาดไหน เราก็คงจะพอนึกออกว่าความท้าทายของสตาร์ทอัพนั้น ไม่ใช่แค่ทำธุรกิจแต่คือการเปลี่ยนแปลงโลก

เมื่อความท้าทายไม่มีข้อจำกัดเรื่องพรมแดน จึงตามมาด้วยลักษณะที่สองของสตาร์ทอัพนั่นคือการออกแบบให้สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว (Exponential Growth) ไม่ใช่เติบโตจาก 1 ไป 2 และไม่เติบโตแบบเพิ่มการผลิต 1 เท่าเพื่อผลิตได้ขึ้น 1 เท่า สตาร์ทอัพไม่จำเป็นต้องเพิ่มกำลังการผลิตมากมายแต่กลับทำให้ผลผลิตเติบโตขึ้นไปหลายเท่าได้ เรียกได้ว่าไม่ต้องลงทุนเพิ่มแต่มีโอกาสที่จะได้รายได้เพิ่มขึ้นนั่นเอง จึงยั่วน้ำลายคนรุ่นใหม่ให้อยากทำสตาร์ทอัพ แต่มันไม่ได้ง่ายดายนขนาดนั้น

เรื่อง

วีรณา โอฟารักษ์ธรรม
กมลภานต์ โทศลกาญจน์
เสริบสิริ อังคะวิช

ภาพถ่าย

ปิยบัณฑิต เกียรตินฤยต

EMBRACE STARTUP CULTURE

สตาร์ทอัพคือการทำงานที่มี “บรรยากาศของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่และมีพลังของความกระตือรือร้น” ซึ่งมาจากสิ่งเหล่านี้

Passion

หรือแรงทะยานอยากที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ประสบความสำเร็จ สตาร์ทอัพเริ่มจากผู้ก่อตั้งทั้งแนวคิด โมเดลทางธุรกิจ และวัฒนธรรมในการทำงาน เขาจะทุ่มเทให้กับธุรกิจอย่างเต็มที่ และในช่วงเริ่มต้นเขาจะทำงานกับผู้ร่วมก่อตั้งไม่กี่คน ให้ได้งานดี ภายใต้งบประมาณที่จำกัด

ไอเดียของคนเล็กๆ ส่วนมากเริ่มต้นจากพื้นที่เล็กๆ อย่างห้องทำงาน ห้องนอน ไปจนถึงโรงรถ เมื่อขยายตัวได้ เหล่าสตาร์ทอัพก็เลือกเช่าออฟฟิศขนาดเล็ก หรือห้องประชุมใน Co-working Space

Agility

หรือความคล่องตัว สตาร์ทอัพมีความสามารถที่จะตอบสนองและเปลี่ยนแปลงได้อย่างฉับไว รวมทั้งมีการทำงานเป็นทีมอย่างเต็มที่ ในขณะที่บริษัทใหญ่มักจะสร้างกำแพงเฉพาะกลุ่มของตัวเองขึ้นมาแล้วเสียเวลาไปกับการเอาชนะแผนกอื่นๆ เมื่อมีความท้าทายหรือไอเดียใหม่ทุกคนในทีมพร้อมที่จะทดลอง เรียนรู้และปรับเปลี่ยนในเวลาอันรวดเร็ว การจัดพื้นที่ในออฟฟิศก็เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลง เช่น มีพื้นที่ให้พนักงานยืนทำงานหรือมีพื้นที่สร้างสรรค์ที่กว้างขวาง

การจะเป็นสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ ยังมีวิธีการและแนวคิดอีกหลายข้อที่คุณจะหาได้จาก Startup Thailand Magazine ทุกฉบับ ฉบับแรกเราจะมาดูแนวคิดของ 7 สตาร์ทอัพที่น่าสนใจกัน

Personality

หรือบุคลิกภาพ ในขณะที่ผู้ก่อตั้งหรือซีโอโอ มีความมุ่งมั่นและทำงานหนัก แต่เขาจะมีกฎของเขาเอง โยนกฎระเบียบเดิมๆ ขององค์กรทิ้ง สะท้อนให้เห็นชัดจากการตกแต่งออฟฟิศที่ไม่ใช้วิธีคิดแบบเดิมๆ โต๊ะทำงานไม่มีผนังกัน เน้นพื้นที่ส่วนกลางที่ให้ทุกคนเอาคอมพิวเตอร์มานั่งทำงานด้วยกัน บางบริษัทซีโอโอไม่มีโต๊ะทำงาน มีห้องประชุมที่ให้ทุกคนยินประชุม มีห้องพักผ่อน และกิจกรรมพิเศษประจำสัปดาห์ เช่น การสั่งอาหารมื้อพิเศษ การแต่งตัวตามธีม เพื่อหาต้นทุนทางความคิดใหม่ๆ หลายบริษัทใช้เครื่องมือเหล่านี้ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและความไว้วางใจ

Authenticity

หรือความเป็นตัวจริง ซีโอโอของสตาร์ทอัพจะสร้างวัฒนธรรมของความเป็นตัวจริงให้เกิดกับพนักงานทุกคน จัดออฟฟิศให้รู้สึกเหมือนอยู่กลับบ้านมากกว่า เพื่อให้ทุกคนเป็นตัวของตัวเอง แต่งตัวสบายๆ ซีโอโอใส่เสื้อยืด รองเท้าผ้าใบเข้าร่วมประชุม เส้นแบ่งระหว่างความเป็นทางการและความสบายพรา่เลือน มีค่านิยมในการให้คุณค่ากับไอเดียมากกว่าภาพลักษณ์

ลักษณะสำคัญที่สามคือการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี (Enabled Technology) นี่เป็นเหตุที่ทำให้สตาร์ทอัพเติบโตได้อย่างก้าวกระโดด เข้าถึงผู้ใช้งานได้ทั่วโลก การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นเครื่องมือสำคัญ เพราะเป็นประตูไปสู่พลเมืองโลก

ด้วยสามลักษณะสำคัญนี้จึงส่งผลต่อการก่อกำเนิดของสตาร์ทอัพและวิธีการทำงานที่แตกต่างออกไปจากการทำงานแบบเดิมๆ ตั้งแต่การคัดเลือกทีมงาน สถานที่ทำงาน การกำหนดโครงสร้างธุรกิจ การลงทุน ไปจนถึงการตลาด

ไม่ต้องรอนจนเรียนจบมหาวิทยาลัย หรือไปสมัครงานที่ไหน เพราะการที่คนรุ่นใหม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและเปลี่ยนไอเดียเป็นธุรกิจได้ ทำให้พวกเขาสามารถเป็นเจ้าของธุรกิจที่มีมูลค่ามหาศาลได้ด้วยตัวเอง ส่งผลให้กลุ่มคนรุ่นใหม่เหล่านี้เป็น “ผู้เล่นที่เปลี่ยนโลก” เขย่าเศรษฐกิจได้ในระดับนานาชาติ

จากโมเดลเดิมที่มุ่งทำธุรกิจเพื่อกำไร แต่สตาร์ทอัพกลับทำเพื่อแก้ปัญหาและเข้าไปในความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนธุรกิจจาก Passion

STARTUPS CHANGING THE WORLD



Tesla

Elon Musk
ผู้ก่อตั้งและซีอีโอ

“
ว่าจ้างคน
ที่มีความสามารถ
”

จากรถสปอร์ตไฟฟ้าตัวต้นแบบอย่าง Tzero เคลื่อนไปสู่ธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงการคมนาคมของโลกให้เปลี่ยนไปตลอดกาล เพราะเทสลา มอเตอร์ (Tesla Motors) คือรถยนต์ไฟฟ้าที่เลือกใช้เซลล์แบตเตอรี่ลิเทียม ที่ให้ความหนาแน่นพลังงานสูงสุด ในราคาต่ำที่สุด สมดังประโยคที่ว่า “การกระตุ้นให้เกิดการเข้าสู่ยุคของการเดินทางที่ยั่งยืน” เบื้องหลังความสำเร็จคือ การไม่ลังเลที่จะว่าจ้างคนรุ่นใหม่ที่มีความสามารถ Elon ลงมือเลือกวิศวกรด้วยตัวเอง เขาไม่เชื่อว่าคนที่ยังไม่มีประสบการณ์จะสร้างความผิดพลาดเสมอไป แต่เขาเชื่อว่าคนรุ่นใหม่จะสร้างผลลัพธ์อันน่าทึ่งด้วยพลังที่ล้นเหลือ “ว่าจ้างคนที่มีความสามารถ และเชื่อใจพวกเขา”

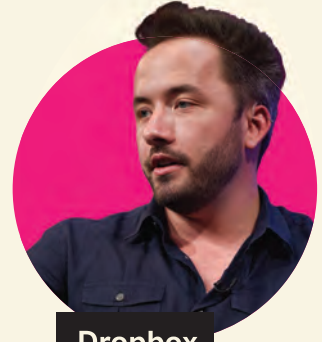


Airbnb

Brian Chesky
ผู้ก่อตั้ง

“
โยนความอาย
ทิ้งไป
”

จากโอเดียบประกาศให้เขาเตียงลม 3 อัน ในพื้นที่ห้องนั่งเล่น สูการเป็นแพลตฟอร์มที่ต่อยอดบริการ Bed and Breakfast เขาย่างการโรงแรมอย่างไม่เคยมีมาก่อน โอเดียบที่ดีที่สุดมาจากการแก้ปัญหาส่วนตัว ดังที่ Brian Chesky กล่าว “ถ้าหากพวกเรามัวแต่ระดมสมองเพื่อหาโอเดียบๆ เราก็คงไม่ได้อะไรมา แต่ถ้าเราลองมองหาทางแก้ปัญหาของตัวเอง เราอาจได้ความคิดดีๆ มากกว่า” นอกจากนี้การแวดล้อมไปด้วยคนต้นแบบเป็นเรื่องสำคัญ “ทุกครั้งที่ผมไม่รู้ว่าจะทำบางสิ่งได้อย่างไร ผมคิดว่าต้องมีบางคนที่ยังรู้” Brian ยังกล่าวอีกว่า ผู้ประกอบการบางคนอาจรู้สึกไม่ชอบใจ หากต้องได้รับคำแนะนำจากคนอื่น แต่สิ่งที่เขาเรียนรู้คือ “ผู้ประกอบการที่ดีที่สุดคือคนที่ไม่รู้จุกอวยที่สุด”



Dropbox

Drew Houston
ผู้ก่อตั้งและซีอีโอ

“
จงภูมิใจ
ที่ได้เป็นผู้ริเริ่ม
”

ซอฟต์แวร์ที่ช่วยชีวิตนักศึกษากฎหมายให้สอบได้ในวันที่คอมพิวเตอร์ของเขาหล่นแตกกระจาย หรือช่วยให้สตูดิโอในเมืองเวนิส อิตาลี กับนักออกแบบในนครแมนโดซา อาร์เจนตินา สร้างสรรค์งานร่วมกันได้ เพราะนี่คือเว็บไซต์ฝากไฟล์ที่มีผู้ใช้งานกว่า 500 ล้านคน “จงภูมิใจที่ได้เป็นผู้ริเริ่ม เพราะการเริ่มต้นจะทำให้มีมุมมองที่สดใหม่ ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้ถ้าผู้ก่อตั้งมีทัศนคติว่าอะไรก็เป็นไปได้”

สำหรับสตาร์ทอัพ ทัศนคติที่ว่าอะไรก็เป็นไปได้ เป็นพื้นฐานความคิดที่สำคัญมาก รวมทั้งทัศนคติเรื่องนี้ด้วย “ถ้าหากคุณเริ่มทำบางอย่างด้วยตัวเอง คุณจะเรียนรู้ได้ดีและรวดเร็ว จากความผิดพลาดทั้งหมดที่ทำงานและเรียนรู้ให้มากที่สุด”



Wongnai

ยอด ชินสุภัคกุล
ผู้ก่อตั้งและซีอีโอ

“
ไม่
ยอม
แพ้”

ตั้งแต่เรียนปริญญาโทที่อเมริกา ยอดมองเห็นว่าอาหารในเมืองไทยติดอันดับโลก เราจะทำแหล่งที่รวบรวมและแนะนำร้านอาหารในเมืองไทยได้ จากจุดนั้นเมื่อปี 2010 จนวันนี้เมื่อพูดเรื่องการแนะนำร้านอาหาร “Wongnai” เป็นเว็บและแอปพลิเคชันแรกๆที่เราจะค้นหา ปัจจุบันมีผู้ใช้งานประจำ 2.6 ล้านคน และมีผู้ใช้งานชาจร 10 ล้านคน “กว่าจะมีวันนี้ได้ ผมใช้ความอดทนเป็นปัจจัยหลัก ต้องมีความอดทนไม่ยอมแพ้ง่ายๆ” ไม่ว่าเขาจะเคยขาดทุนหลายล้านมาก่อนหรือเจอปัญหาสารพัดจากคนที่มารีวิวและผู้ใช้ ซีอีโอคนนี้ก็มุ่งมั่นทำงานหนักด้วยการมีจริยธรรมในการทำงาน (Work Ethic) เขาบอกว่า “เพราะนี่คือสิ่งที่ซื้อใจลูกค้าและสปอนเซอร์”

ยอดเป็นซีอีโอที่ให้ความสำคัญกับทีมงานและเขากำหนดทิศทางในการทำงานอย่างชัดเจน “วัฒนธรรมองค์กรที่นี้มี 4 เรื่อง Impact เราโฟกัสที่ผลของงาน ทำแล้วต้องมีอิมแพ็ค Passion มุ่งมั่นอย่างแรงกล้าในงานที่เราทำ Speed เราทำอะไรก็แล้วแต่ต้องวัดผลได้เร็ว ผมเชื่อในการวัดผล แล้วปรับทันที Flexible เราทำงานกันแบบยืดหยุ่นสูง พร้อมจะปรับให้เข้ากับสถานการณ์ทางการตลาด”

เพราะมองว่าการท่องเที่ยวไม่ใช่เครื่องมือทางเศรษฐกิจ แต่เป็นเครื่องมือในการพัฒนา ที่จะนำความเปลี่ยนแปลงมาให้ชุมชนได้ Local Alike จึงได้ถือกำเนิดขึ้น เริ่มแรก Local Alike ทำการตลาดกับบริษัททัวร์ต่างๆ ก่อน แต่ไม่ประสบความสำเร็จ ทีมผู้ก่อตั้งจึงได้ติดต่อกลุ่มลูกค้าที่เป็นองค์กรใหญ่ๆ เพื่อจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนให้กับบริษัทต่างๆ ด้วยการท่องเที่ยว

“
มองให้เห็น
ภาพใหญ่”

ที่แตกต่างออกไป ทำให้ลูกค้าประทับใจและบอกต่อกลายเป็นสตาร์ทอัพด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นมากที่สุด สุริชานาบอกว่า “ต้องมองให้เห็นภาพใหญ่ให้ได้ หัวใจของการทำงานคือการเข้าใจคน

เรียนรู้ให้มาก ทีมเราแข่งแกร่งเพราะปรับตัวเก่งอดทน”

“การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คือเป้าหมายสำคัญ เรามีความเป็นเพื่อนกับชุมชน เวลาลงพื้นที่ชุมชน เราไม่ได้เข้าไปช่วยเหลือ แต่เป็นการทำงานร่วมกัน เพราะการช่วยเหลือไม่ยั่งยืนยาว”

Local Alike

สุริชานา ภควลีรส
ผู้ก่อตั้งและซีอีโอ





Ookbee

ณัฐวุฒิ พึงเจริญพงศ์
ผู้ก่อตั้งและซีอีโอ

“ ลงมือ ทำซะ ”

“มองเห็นโอกาสมองเห็นอนาคต” ในวันที่ประเทศไทยยังไม่มีผู้นำเข้า iPad แต่ณัฐวุฒิมองเห็นแล้วว่า จะดีแค่ไหนถ้าหนังสือทุกเล่มมารวมกันในเครื่องมือชิ้นเดียว จากวันแรกที่มีคนเข้ามาใช้บริการเพียง 200 คน วันนี้ Ookbee มีสมาชิก 8.5 ล้านคน มีผู้อ่านอย่างน้อย 1 ครั้งต่อเดือน 5 ล้านคน จากวันที่เอาเนื้อหาจากหนังสือมาลง จนพัฒนาเป็นแพลตฟอร์มให้ทุกคนสร้าง Content เอง ไม่ว่าจะเป็นบทความ นิยาย เพลง ไปจนถึงวิดีโอ วันนี้ Content บางเรื่องมียอดผู้อ่านมากกว่า 10 ล้านครั้งได้รับความนิยมจนกลับมาพิมพ์เป็นหนังสือ “เคยคิดว่าเราเก่ง เราทำได้ทุกอย่าง แต่มันไม่ใช่ เรามีคนที่เก่งกว่า ทำงานได้ดีกว่า เช่น พนักงานบัญชี เขารู้เรื่องการเงินมากกว่าผม ผมมีหน้าที่ทำให้ทุกคนเห็นเป้าหมายร่วมกัน”

ณัฐวุฒิอยากบอกคนที่คิดจะทำสตาร์ทอัพว่า “ลงมือทำซะ ออกจาก Comfort Zone เมื่อมองย้อนกลับมาก็จะไม่เสียใจภายหลังที่ไม่ได้ทำทดลองทำเล็กๆ ลองดูว่าไอเดียเวิร์คหรือเปล่า ลองเปิดเพจเฟซบุ๊กก่อน เพื่อดูว่าลูกค้าจะซื้อหรือไม่ ถ้าไม่ผ่านก็ยังไม่ต้องทำเป็นแอปพลิเคชัน การทดลองช่วยให้ประหยัดเวลาได้”

*ติดตามบทสัมภาษณ์เจาะลึกเบื้องหลังความสำเร็จพันล้านของ Ookbee ใน Startup Thailand ฉบับที่ 2

คุณกล้าแคไหนที่จะทำสิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อน ดูเหมือนว่าความท้าทายนี้ จะเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนให้ Exzy ก้าวขึ้นมาเป็นสตาร์ทอัพที่น่าจับตามองมากที่สุดบริษัทหนึ่งในด้าน Total Experience Solution ทั้ง Interactive Software Solution, Multi-Touch Interactive Table ที่เจาะกลุ่มลูกค้าชั้นนำ

“ กล้าทำ ในสิ่งที่ ไม่เคยมี ”

“เราใช้ความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีบวกกับงานดีไซน์ที่ทันสมัย มาทำให้บริษัทหรือสินค้าของลูกค้าไฮเอนด์มีภาพลักษณ์ที่ล้ำหน้า ในขณะที่เดียวกันก็ทำให้เขาทำงานได้ดีขึ้น และสะดวกขึ้นด้วย”

ล่าสุด จอมทรัพย์มุ่งมั่นพัฒนา VR Sphere พาหนะที่จะพาผู้ใช้ไปท่องโลกด้วย Virtual Reality 360 ในแบบที่ต่างไปจาก VR ที่มีอยู่

“เราอยากจะทำอะไรที่มันไม่เคยมีมาก่อน ทำอะไรที่ใหญ่กว่าเดิม โลกกว่าที่มีอยู่ ทำสิ่งที่มันสุดยอด สิ่งที่เป็นอนาคต ด้วยฝีมือคนไทยซึ่งแน่นอนว่ามันต้องแลกมากับความเหนื่อยยากแสนสาหัส แต่เราเลือกแล้วว่านี้แหละคือทางของ Exzy”

Exzy

จอมทรัพย์ สิกิริพิทยา
ผู้ก่อตั้งและซีอีโอ

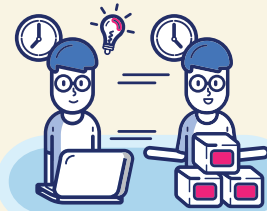


กฎเหล็ก 13 ข้อ สำหรับสตาร์ทอัพ

โดย พล เกรแฮม



ผู้ร่วมก่อตั้งคือหัวใจ
จงเลือกคนที่ใช่ที่สุด



เปิดตัวผลงานให้เร็ว



มีลูกค้าผู้จงรักเพียงหยิบมือ
ก็ยิ่งดีว่ามีคนมากมาย
ที่ยังไม่แน่ใจว่าจะใช้สินค้า



เข้าใจลูกค้าของคุณ



พัฒนาไอเดียอย่าได้หยุด



ส่งมอบบริการแบบ
เหนือความคาดหมายเสมอ



ผลงานที่ดี ต้องวัดผลได้



ใช้จ่ายแต่พอดี



อย่าหมกมุ่นกังวลใจ



โฟกัสกับเป้าหมายหลัก
อย่าวอกแวก



มีกำไรพอเลี้ยงตัวได้ก่อน



เป็นคนไม่ยอมแพ้



เดินต่อ
ถึงแม้ว่าโดนปฏิเสธ

INTERVIEW

วัชร
เอมวัฒน์
บทเรียน
จากสมรภูมิ
สตาร์ทอัพ



ว่ากันว่า 95 เปอร์เซ็นต์ ของคนที่กระโจนลงสมรภูมิสตาร์ทอัพต้องพ่ายแพ้กลับมาเสียแพลงใจทั้งนั้น

วัชร เอมวัฒน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท “คอมพิวเตอร์โลจิส” จำกัด (Computerlogy) จะเข้าใจความหมายของสิ่งนี้ดี เพราะก่อนที่เขาจะปั้นคอมพิวเตอร์โลจิส จนขายให้กับกลุ่มทุนเกาหลีใต้ภายในไม่กี่ปี เขาเคยล้มเหลวมาก่อน สาเหตุของความล้มเหลวและการลุกขึ้นมาใหม่อีกครั้งคืออะไร เราชวนเขามาคุยทั้งในฐานะสตาร์ทอัพ และนายกสมาคม Thailand Tech Startup Association

เพื่อเราจะได้รู้เคล็ดลับในการเป็นผู้อยู่รอด “5 เปอร์เซ็นต์” นี้

สัมภาษณ์
เสริบสิริ อังคะฉวนิช
เรียบเรียง
หัตยา ภูดี
ถ่ายภาพ
ภคินุช บุญเรือง

จุดเริ่มต้นของคุณในวงการสตาร์ทอัพเริ่มจากตรงไหน

ผมเรียนมาทางวิทยาการคอมพิวเตอร์ แล้วจบโทบริหารธุรกิจที่ออสเตรเลีย ก็ทำงานบริษัทซอฟต์แวร์ ทำมาทุกตำแหน่งจนเปิดบริษัทของตัวเองกับเพื่อนๆ เราทำเว็บไซต์ท่องเที่ยวชื่อ Travel.in.th ตอนปี 2010 ไม่ได้เปิดเพราะชอบเที่ยว แต่เพราะได้โดเมนมาแล้วมันสวยดี ตั้งใจว่าจะทำให้เป็นเว็บไซต์ท่องเที่ยวอันดับ 1 ของเมืองไทย คู่แข่งตอนนั้นน้อยมากแต่ปัญหาคือ เราโฟกัสในงานพัฒนาเว็บไซต์มากเกินไป ไม่เข้าใจเรื่องการตลาด การขาย การวางแผนธุรกิจ ภายในเวลาปีครึ่งเราก็จ้าง พอเจ๊งก็ตัดสินใจพับโปรเจกต์นี้ไปเลย คิดว่าถ้ามันไปต่อไม่ได้เราต้องไม่ย้อ ตอนนั้นคือบริษัทไม่มีเงินเลย เราต้องไปรับงานนอกมาทำ

แต่วันที่มันเพลจจริง ๆ เราก็คิดนะว่ามันต้องไปได้ ต้อง “สะกตจิตตัวเอง” เพื่อที่จะไปสะกตจิตคนอื่นต่อ ธุรกิจแบบสตาร์ทอัพ เราอยู่บนหน้าผาตลอดเวลา เราทุ่มเทไปกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งมันไม่มีจังหวะที่สบายได้ตลอดเวลา มันมีความเสี่ยงตลอดเวลา แต่เราก็ต้องมองบวกนะ ผมว่าการมองบวกมันสำคัญสำหรับการทำธุรกิจ

คิดว่าความล้มเหลวตอนนั้นมันเกิดจากอะไร

- 1) การบริหารจัดการและการวางแผนด้านต่างๆ ทั้งเงินสด แผนการพัฒนาและการตลาด เราวางแผนได้ไม่ดี เรามองโลกมุมบวกเกินไป คิดว่าจะมีเงินสดเข้ามาได้ง่ายๆ แต่มันไม่เป็นแบบนั้น
- 2) เรื่องทีม ผมครั้งหนึ่งเป็น Developer ครั้งหนึ่งเป็น Manager อีก 2 คนก็เป็น Developer เราไม่มีคนเชี่ยวชาญการขายและการตลาด จะดึงคนมาก็ไม่ได้ ที่สำคัญเราปรับตัวไม่ทัน เราสนใจแต่ Product ของเราเอง ไม่ได้สนใจว่าลูกค้าต้องการอะไร ความผิดพลาดพวกนี้ คือบทเรียน

แล้วเริ่มดีขึ้นได้อย่างไร

ผมคิดว่าถ้าเราเก่งด้านนี้เราก็โฟกัสด้านนี้ แต่คราวนี้เราฟังลูกค้าว่าเขาต้องการอะไร เขาต้องการ Insight จากข้อมูล ถ้าบอกว่าเราสร้าง Platform เพื่อให้ลูกค้าวิเคราะห์ห้มันไม่ใช่ เราสร้าง Platform ให้ลูกค้าวิเคราะห์ไปจน ถึงจุดที่เห็น Insights นี่คือหัวใจของการทำ Solution ของเราวันนี้ คือเราสร้าง Solution เพื่อตอบโจทย์ลูกค้า

ตอนนั้น Social Media กำลังมาแล้วงานที่เรา ทำปรับใช้กับ Facebook ได้พอดี เราเลยเป็น Facebook Preferred Marketing Developer รายแรกรายเดียวในเมืองไทยและเป็นรายแรก ใน Southeast Asia ด้วย

ปี 2016 เราไปร่วมมือกับ YDM (Yello Digital Marketing) ประเทศเกาหลี เป้าหมายเราคือ สร้าง Solution ที่ระดับโลกให้ได้ เราหวังว่า จะไปสู่ตลาดเกาหลีและ Southeast Asia

ปัจจุบันคุณเป็นนายกสมาคมการค้า เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการเทคโนโลยี รายใหม่ ช่วยเล่าถึงที่มาของสมาคม ให้ฟังหน่อย

ปี 2557 กระแสสตาร์ทอัพเริ่มแพร่หลาย มีการ จัดงานสตาร์ทอัพในเมืองไทย เรียกได้ว่าเริ่มโต ซึ่งมีทั้งเรื่องดีและไม่ดี มีบางกลุ่มเริ่มเข้ามาคุย กับสตาร์ทอัพและมีเงื่อนไขสัญญาแปลกๆ เราจึงตั้งสมาคมขึ้น โดยมีคุณไพท ผดุงถิ่น แห่งบิลค์ (Builk) เป็นนายกสมาคมคนแรก

พอเริ่มมีสมาคมเราเริ่มมีเสียงมากขึ้น รัฐบาลไทย เริ่มหันมาสนใจสตาร์ทอัพ และจัดงาน “Startup Thailand 2016” ขึ้นในปี 2559 ซึ่งสมาคมก็ช่วย จัดงาน เป้าหมายของสมาคม คือเพื่อสื่อสาร และให้ความรู้กับสตาร์ทอัพรายใหม่ๆ เขาจะได้ ไม่เดินผิดเหมือนเรา อีกส่วนหนึ่งคือ พอเริ่มมี การสนับสนุนจากหลายหน่วยงาน เราเลยต้องการ ให้การสนับสนุนเป็นไปในทางที่ถูกต้องขึ้น

“
ไอเดีย
จะเป็นแค่
ขยะก้อนหนึ่ง
ถ้าไม่ได้เกิด
การทำให้เป็น
รูปธรรมขึ้นมา
เราต้องกล้า
ที่จะลอง
”

ที่ผ่านมาคุณคิดว่าปัญหาของ วงการสตาร์ทอัพเมืองไทยคืออะไร

อย่างแรกคือ ลูกค้าไม่จ่ายเงินเพื่อใช้บริการ และยังไม่กล้าใช้ เราคุ้นชินกับการใช้บริการฟรี มาตลอด ทำให้ทุกวันนี้สตาร์ทอัพต้องเก็บ ค่าโฆษณาเพื่อให้เติบโตต่อไปได้

อีกอย่างคือกลุ่มลูกค้าในไทยยังกระจุกตัว ยกตัวอย่างในต่างประเทศ Uber มีผู้ใช้ ตั้งแต่เด็กถึงคนแก่ แต่ที่เมืองไทยลูกค้า ยังเป็นแค่คนกลุ่มเดียว คือ กรุงเทพฯ คนใช้บริการอยู่ตรงนี้เท่านั้น

ส่วนปัญหาของกลุ่มพวกผมเอง เราเป็น B2B (Business-to-Business) เราขายงานให้องค์กร ก็เจอว่าองค์กรสนับสนุนสตาร์ทอัพจริง แต่ไม่เคยใช้บริการสตาร์ทอัพเลย คำถามคือ แล้วเมื่อไรสตาร์ทอัพไทยจะโตเสียที องค์กรเอง สนับสนุนโดยไม่เข้าใจแก่นแท้ เพราะการ สนับสนุนที่ดีที่สุดคือการใช้บริการสตาร์ทอัพ

คิดว่าทิศทางของสตาร์ทอัพไทย ในอนาคตจะเป็นอย่างไร

เมื่อปีที่แล้ว คุณไพท เคยพูดไว้ว่า “งาน Startup Thailand 2016 ถ้าไม่ได้ก็ตาย” ปรากฏกระแส สตาร์ทอัพดีมาก สิ่งที่เราเห็นคือสตาร์ทอัพ ที่เกิดใหม่ มีความหลากหลายขึ้น หลายธุรกิจ ใช้เทคโนโลยีมาแก้ปัญหาได้ดีขึ้น เช่น ฟิตเนส จัดเทรนนิ่งออนไลน์ วัดปริมาณแคลอรีให้ลูกค้า รู้ว่าต้องกินปริมาณเท่าไร ช่วงสองสามปีนี้จะเจอ เห็นธุรกิจแบบนี้โตขึ้นมาก ถ้าไม่โดนเกมการเงิน จากต่างประเทศเข้ามาถล่มจนครบ แต่เราจะถึง ยูนิคอร์น (Unicorn) โหม คงต้องดูกันต่อไป

ยูนิคอร์นคือสตาร์ทอัพระดับ 1 พันล้านเหรียญ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ถ้านับปริมาณ ที่เป็นยูนิคอร์น ตอนนี้ไทยอยู่อันดับเดียวกับลาว และกัมพูชา ซึ่งเป็นศูนย์ ในขณะที่เวียดนาม สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และมาเลเซียมีหมดแล้ว เวียดนามมีบริษัทที่รับทำเกมขนาดใหญ่ 1 ราย อินโดนีเซียมี 2 ราย สิงคโปร์เองมีบริษัทที่ทำ เกมระดับโลก ส่วนมาเลเซียมีแกร็บ (Grab)

ปริมาณสตาร์ทอัพไทยไม่ได้ยิ่งหย่อนกว่าที่อื่น มีสตาร์ทอัพประมาณ 400-500 ราย และมีศักยภาพพอสมควร แต่ด้วยขนาดตลาด ของเราที่ไม่ได้ใหญ่มาก ทำให้ตามหลังประเทศ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และเวียดนามอยู่ ถ้าอะไร หลายๆอย่างมันคืออย่างที่เป็นอย่างตอนนี ผมว่า โอเคละ ประเทศไทยน่าจะโตไปได้เรื่อยๆ

ปัจจัยอะไรที่เอื้อต่อความสำเร็จ ของสตาร์ทอัพไทย

ผมว่าการช่วยเหลือกัน เราเป็นคอมมูนิตีมากๆ สตาร์ทอัพไทยมีความเป็นปึกแผ่นค่อนข้างสูง เราพูดคุยกัน เจอกัน สมัยก่อนตอนที่ผมได้เงิน จากกลุ่มทุนมา ผมไม่รู้ว่าจะใช้เงินอย่างไร ผมก็ตั้งกลุ่มชื่อว่า “Raise Fund แล้วไปไหน” มากินข้าวกันทุกเดือน คุยกันว่าจะอย่างไรกับ กองทุนที่เราได้มาบ้าง เพื่อนๆ พี่ๆ ให้คำแนะนำ อย่างจริงจัง มีการสอบถามกัน เป็นห่วงกัน ผมว่าเรามีความเป็นครอบครัวค่อนข้างสูง



24 ชั่วโมงของวัชระ เอมวัฒน์

ส่วนใหญ่ผมจะทำงานที่ศรีราชา และเข้ากรุงเทพฯ วันอังคาร-พฤหัสบดี

- 7.00 ตื่น ทำธุระส่วนตัว กินอาหารเช้า ส่งลูกไปโรงเรียน
- 8.00 เข้าออฟฟิศ ตอบอีเมล เคลียร์อีเมลทั้งหมด
- 10.00 เริ่มประชุม Team Leader ประมาณ 15 นาที Catch Up งานต่างๆ จากนั้นเก็บงานต่อ
- 11.30 กินอาหารกลางวัน
- 12.30 กลับเข้ามาทำงาน
- 13.00 ประชุมกับ Co-Founder
- 14.00 ประชุม Call Meeting
- 15.00 นั่งทำงานกับน้องๆ ออกแบบโครงสร้างเองทั้งหมด UI ของ Computerlogy ผมออกแบบเองแล้วมีน้องทำ
- 16.00 คุยงาน ประชุมทางโทรศัพท์
- 18.00 กลับบ้าน กินข้าวกับครอบครัว
- 19.00 ออกกำลังกาย เช่น ซี่จักรยาน ประมาณ 5 กิโลเมตร
- 21.00 ดูซีรีส์
- 22.00 เริ่มทำงานสมาคม
- 23.00 เล่นเกม เล่น Facebook
- 24.00 นอน

จากประสบการณ์ของคุณ เคล็ดลับความสำเร็จของสตาร์ทอัพคืออะไร

มี 3 อย่างนะครับ คือการทำธุรกิจ ทีมงาน และเทคโนโลยี ต้องเข้าใจมันอย่างดีด้วย สำหรับผมแล้วประสบการณ์และความเข้าใจธุรกิจคือสิ่งสำคัญที่สุด

ยกตัวอย่าง ธุรกิจผมเกี่ยวกับดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง ผมต้องเข้าใจเชิงลึกว่าลูกค้าต้องการอะไรกันแน่ มีหลายสตาร์ทอัพที่ทำโซลูชันขึ้นมาเพื่อตอบ โจทย์ปัญหาของตัวเองไม่ได้ตอบโจทย์ของตลาด เช่น หาตัวเตอร์ไม่ได้ เลยสร้างระบบหาตัวเตอร์ขึ้นมา แต่ไม่เคยรู้ว่าตัวเตอร์ไม่ใช่ใครมาเป็นก็ได้ เราจะไม่หาครมั่วจากเน็ต นี่คือสิ่งที่เขาไม่เข้าใจ โครงสร้างธุรกิจ สิ่งนี้เป็นหลุมพรางคือการสร้างธุรกิจโดยไม่มี ความเข้าใจ

เรื่องที่ 2 คือทีม เราอยากทำงานกับคนเก่ง ปัญหาคือการหาคนเก่งนั้นไม่่ง่าย จะให้คนเก่งอยู่กับเราก็ไม่่ง่ายอีก เพราะเขาเก่ง การหาทีมก็ยาก บางทีเริ่มด้วยกัน แต่ไปกลางทางแล้ว ไม่อยากทำ หรือทำด้วยกันแต่วิ่งคนละความเร็ว ซึ่งถ้าจะให้ดี ทีมต้องวิ่งด้วยความเร็วที่เท่ากัน ทีมต้องครบ เราขาดอะไรต้องหาคนมาเติมเต็มจุดนั้นให้ได้

สุดท้ายคือเทคโนโลยี ขาดไม่ได้ การมีเทคโนโลยีที่ดีเป็นกำลังสำคัญ ที่ทำให้เราแตกต่างจากคนอื่น ไม่ต้องถึกมากแต่ควรแก้ปัญหาธุรกิจได้อย่างตรงจุด

คำว่า “โลกสวย” ใช้ได้กับการเริ่มต้นทำธุรกิจสตาร์ทอัพไหม

ผมเชื่อในพลังบวก การมองทุกอย่างแง่ลบ เป็นการปิดกั้นโอกาส โลกสวยของผมคือเรามองด้วยมุมมองเชิงบวกว่าสิ่งที่เราทำเติบโตได้

แต่ต้องระวังว่าโลกสวยไปก็ไม่ดี กลัวเกินไปก็ไม่ดี เพราะการทำสตาร์ทอัพเป็นเรื่องของการเข้าไปเปลี่ยนแปลง ทำอะไรใหม่ๆ เพื่อทดแทนสิ่งเก่า

โอเคมีเยอะมาก แต่คนที่ทำให้เกิดผลจริงๆ มีน้อย โอเคจะเป็นแค่ขยี้ก่อนหนึ่ง ถ้าไม่ได้เกิดการทำให้เป็นรูปธรรมขึ้นมา เราต้องกล้าที่จะลองและรู้จักเริ่มต้น ความเพ้อไม่ใช่อุจจวบ แต่คือการถอดใจล้มเลิกต่างหาก ที่ทำให้เราเป็นผู้แพ้อย่างถาวร เราลองทำดู ถ้ามันไม่เวิร์คก็เปลี่ยนไปทำสิ่งที่ดีกว่าเอาประสบการณ์มาทำสิ่งที่ตรงกับตลาดมากขึ้น

คุณไม่ได้มองว่าความล้มเหลวเป็นเรื่องแย่อะไร

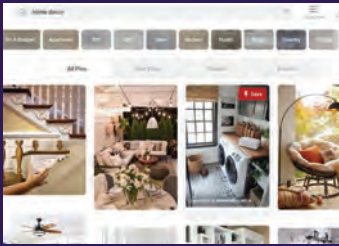
ไม่ครับ ผมมองว่ามันเป็นเรื่องที่รับได้ ขึ้นอยู่กับว่าเฟลแบบไหนด้วยนะครับ ถ้าเราทำทุกอย่างดีแล้ว แล้วมันไปต่อไม่ได้จริงๆ ก็ต้องยอมรับ เรียนรู้จากมันให้ได้และแก้ไข

สิ่งสำคัญคือข้อมูล น้องๆ ที่เริ่มทำสตาร์ทอัพ ต้องมีการเก็บข้อมูลและการวัดผล อย่าคิดว่าง่าย เพราะมันคือการทำธุรกิจ ไม่ใช่การนั่งชิลตามร้านกาแฟ วิธีของสตาร์ทอัพโหดกว่านั้น คุณต้องทำงานหนักมากๆ

ใครคือโรลโมเดลในการทำงานของคุณ

อีลอน มัสก์ (Elon Musk) เขากล้าทำอะไรที่คนอื่นคิดไม่ถึงอย่างสร้างจรวดไปดาวอังคาร สร้างรถยนต์ไฟฟ้า เขาขาย PayPal ได้เงินมาเยอะมาก เอาเงินไปลงธุรกิจ เจิง กู้เงินมาโปะอีก ยิ่งจรวดไปสองครั้งก็เงินหมด ไปหาเงินมา ยิ่งอีกครึ่งถึงสำเร็จได้ เขาไม่ยอมแพ้ และมีความคิดที่เปลี่ยนโลกใบนี้จริงๆ เจิงมากๆ

5 LITTLE THINGS THAT MIGHT BE BIG



จากการเปิดตัวเขียนราวป่าช้า Pinterest กลับมาฮิตสุด ๆ

ตอนที่ Silbermann เปิดตัว Pinterest เดือนมกราคม ปี 2010 นั้น แทบไม่มีใครสนใจใช้มันเลย 4 เดือน มียอดผู้ใช้เพิ่มขึ้นเพียง 200 คนเท่านั้น จนเดือนพฤษภาคม ปีเดียวกัน หญิงสาวนาม Victoria มาช่วยจัดโปรแกรมที่เรียกว่า Pin It Forward ชวนเหล่าบล็อกเกอร์ มาแลกเปลี่ยนพินบอร์ด (Pin Board) ในหัวข้อ “สำหรับพวกเขาบ้านคืออะไร” เหตุการณ์นี้ปลุกกระแสให้ Pinterest มีผู้คนหลั่งไหลเข้ามาใช้งานอย่างคับคั่ง ปัจจุบัน Pinterest มีผู้ใช้ทั่วโลกราว 150 ล้านคน และใหญ่เป็นอันดับ 4 รองจาก Facebook, Google+ และ Twitter... เหตุการณ์นี้บอกเราว่า การตลาดที่เจ๋งๆ สามารถเปลี่ยนความฝันให้กลายเป็นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จได้!



Change.org ได้ทั้งเงิน ได้ทั้งกล่อง

ปี 2007 Ben Rattray สร้างเว็บไซต์ Change.org ขึ้นมา โดยเริ่มต้นเป็นแค่เว็บข่าวสารประเด็นปัญหาในสังคม หลายปีต่อมาเขาปรับให้ Change.org อยู่ในรูปแบบของ ‘Online Petition’ เปิดพื้นที่ให้คนทั่วไปสามารถเข้ามาสร้างแคมเปญรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมให้ดีขึ้น ปัจจุบัน Change.org กลายเป็นหนึ่งในองค์กรธุรกิจยุคใหม่สไตล์ Benefit Corporation ที่ประสบความสำเร็จ ทั้งทำรายได้สูงควบคู่ไปกับการทำประโยชน์เพื่อสังคม...ปรับมือให้กับแนวทางการเปลี่ยนโลกอย่างสร้างสรรค์ เช่นนี้รั้วๆ



Facebook คิดใหญ่ เริ่มเล็ก

ตอนที่ Mark Zuckerberg ปล่อก Facebook ออกไปนั้น เขาเจาะกลุ่มที่นักศึกษา ต่อมาก็ขยายไปยังกลุ่มคนที่เปิดรับเรื่องนวัตกรรม จากนั้นก็ขยายวงกว้างขึ้นเรื่อยๆ ให้คนทั่วไปใช้งานได้ การเติบโตของ Facebook ยึดแนวทาง “Think Big, Start Small” ซึ่งแนวทางนี้เองที่ทำให้ Facebook ประสบความสำเร็จระดับโลก



Uber แก้ปัญหาให้คนทั้งโลก

ปี 2017 สองเศรษฐีอย่าง Kalanick และ Camp พบปัญหาว่าเรียกรถแท็กซี่ยากขณะเที่ยวปารีส จึงเกิดไอเดียทำแอปพลิเคชันเรียกรถหรู กดปุ่มมารับปั๊บ ผู้โดยสารที่แม้ไม่ใช่เศรษฐีก็ขึ้นได้ ไม่บอกก็คงเดาถูกว่านี่คือสิ่งที่ชาวโลกตั้งตารอคอยมาแสนนาน จึงไม่แปลกที่ Uber จะประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง...ภายใต้วิสัยคิด “เปลี่ยนความต้องการให้กลายเป็นความจริง”



EasyLunchboxes แม่บ้านลูกสามก็ทำได้

Kelly Lester แม่บ้านลูกสาม สร้างธุรกิจจากปัญหาในชีวิตประจำวัน เธอต้องการอะไรสักอย่าง “ง่ายและรวดเร็ว” สำหรับแพ็คเกจอาหารกลางวันให้กับลูกๆ และสิ่งนั้นคือ “กล่องเบนโตะ” ซึ่งเธอได้ต่อยอดความคิดนี้จนกลายเป็นธุรกิจอาหารกลางวันที่มีมูลค่ากว่า 1 ล้านเหรียญได้ในที่สุด... ง่ายและดีงามมาก

DISRUPT

จงเป็นตัวป่วน

สวัสดีครับน้องๆทุกท่านที่มีความฝันอยากทำสตาร์ทอัพ ยินดีต้อนรับเข้าสู่คอลัมน์ Disrupt นะครับ

อย่างแรกสุด เรามาทำความเข้าใจความหมายของคำว่า Disrupt กันก่อน

ถ้าเปิดดิกชันนารี เราจะเจอคำแปลของคำนี้ว่า ทำให้ยุ่งเหยิง, ทำให้ยุ่งยาก, ทำให้แตกแยก, ทำให้เสียกระบวนการ, ทำให้เสียระบบ ดูแล้วมีแต่ความหมายในเชิงลบทั้งนั้นเลย

แต่สำหรับโลกสตาร์ทอัพแล้ว คำว่า Disrupt เป็นคำที่ตื่นะครับ

เพราะหน้าที่ของสตาร์ทอัพคือ การสร้างผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่แปลกใหม่จนคู่แข่งในตลาดตั้งตัวไม่ทัน

พูดง่าย ๆ ถ้าคุณอยากจะเป็นสตาร์ทอัพที่ดี คุณต้องเป็น "ตัวป่วน" ระดับหนึ่งเลย

เหมือนอย่างที iPhone ป่วน BlackBerry, Uber ป่วนแท็กซี่ และ Airbnb ป่วนธุรกิจโรงแรม

จึงเป็นที่มาของคำขวัญที่ว่า Disrupt or Be Disrupted-จงเป็นตัวป่วน ไม่เช่นนั้นคุณจะถูกป่วนเสียเอง

แล้วเราจะเป็นตัวป่วนได้อย่างไร

ผมเชื่อว่าองค์ประกอบของการเป็นตัวป่วนมีอยู่สามข้อ หนึ่ง การตั้งคำถาม สอง ความคิดสร้างสรรค์ และสาม เทคโนโลยี

เริ่มจากการตั้งคำถามสิ่งที่อยู่รอบตัวว่า มีปัญหาอะไรที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข หรือถึงได้รับการแก้ไขแล้ว ก็ยังไม่มีใครทำได้ดีสักที



โดย
อานนวงศ์
มฤคพิทักษ์

Head of People
@ Wongnai

จากนั้นเราต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อแก้ไขปัญหาที่เรารู้สึกว่าเดิม รวมถึงการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอบริการ ที่จะทำให้อุปกรณ์เป้าหมายเปลี่ยนใจมาเป็นลูกค้าของเรา

การใช้เทคโนโลยีก็สำคัญมาก เพราะจะช่วยสร้างความแตกต่าง และเอื้อธุรกิจให้โตอย่างรวดเร็ว โดยที่ยังรักษาต้นทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

ยกตัวอย่างธุรกิจ Airbnb ที่มีจุดกำเนิดในปี 2007 เมื่อชาวอเมริกันสองคนนาม Brian Chesky และ Joe Gebbia เพิ่งย้ายมาอยู่ซานฟรานซิสโก พวกเขาไม่มีเงินจ่ายค่าเช่าอพาร์ทเมนต์ที่ตัวเองอยู่ จึงหารายได้เสริมด้วยการไปซื้อที่นอนเป่าลมมา 3 ใบ แล้วประกาศให้คนมาเข้าพักและกินอาหารเช้าได้ (จึงเป็นที่มาของชื่อ Airbnb-Air Bed & Breakfast)

เพียงไม่นานก็มีคนสนใจมาพักเต็มทั้งสามเตียง ทั้งสองเลยเกิดความคิดขึ้นมาว่า แทนที่จะปล่อยให้แค่ห้องของตัวเอง ทำไมไม่ทำเว็บไซต์ให้ใครก็ได้ที่มีห้องว่างมาประกาศหาคนพัก และให้ทุกคนสามารถจองห้องได้เหมือนกับการจองห้องโรงแรม ธุรกิจนี้จะทำให้คนที่ไม่มีห้องว่างสามารถหารายได้เสริมได้ ส่วนคนเดินทางก็สามารถ



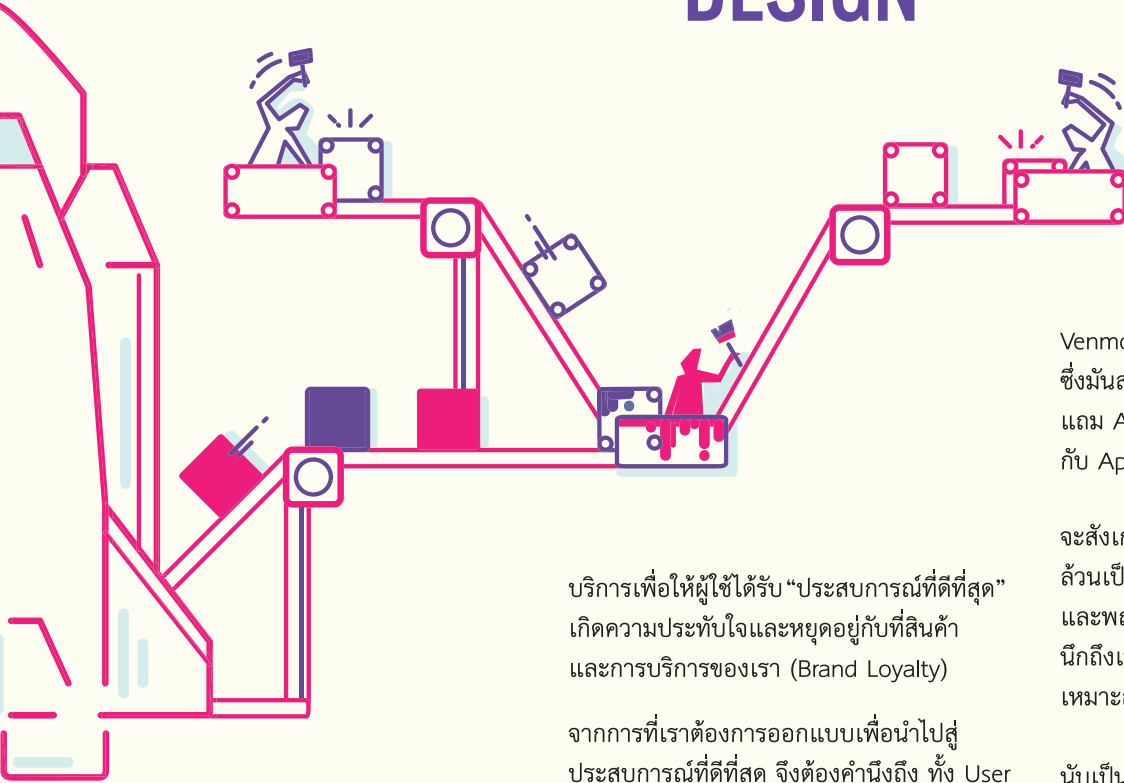
จองห้องที่อยู่ไหนทำเลดี ๆ ในราคาที่ถูกกว่าห้องพักในโรงแรมได้

ด้วยการตั้งคำถามจากปัญหาที่ตัวเองเจอ (มีเงินไม่พอจ่ายค่าเช่าอพาร์ทเมนต์) นำไปสู่การคิดแบบสร้างสรรค์ (เปลี่ยนห้องว่างของทุกคนให้กลายเป็นโรงแรม) และใช้เทคโนโลยีในการตอบโจทย์นั้น (สร้างเว็บไซต์ที่ให้เจ้าของห้องลงประกาศ และให้นักเดินทางจองห้องเหล่านั้นได้) ทำให้ Airbnb กลายเป็นหนึ่งในสตาร์ทอัพที่ร้อนแรงที่สุดในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา โดยเมื่อสิงหาคมปีที่แล้ว Airbnb ถูกประเมินว่ามีมูลค่าถึง 30,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สูงกว่าเครือโรงแรมใดๆ ในโลก ทั้งๆที่ไม่ได้เป็นเจ้าของห้องพักเลยแม้แต่ห้องเดียว

ตั้งคำถาม คิดอย่างสร้างสรรค์ และใช้เทคโนโลยีให้เป็น

ถ้าทำสามสิ่งนี้ได้ เราก็จะกลายเป็นสตาร์ทอัพที่พร้อมจะสร้างความปั่นป่วนให้คู่แข่งได้แล้วครับ

DESIGN



USERS MATTER



โดย
ดร.สัชช ญกรณิกษม
Design Consultant, New York

“การออกแบบ” เป็นเรื่องสำคัญ เพราะผู้ใช้คือคนสำคัญที่สุด

การที่เรามีไอเดียใหม่ๆ ทุ่ทุเท คิด และทำงานหนักก็เพื่อให้ได้สินค้า การบริการ และผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด สุดท้ายแล้ว สิ่งไปถึงมือผู้บริโภคคือ “งานออกแบบที่ตอบสนองการใช้งานได้อย่างดีที่สุดและมีความสวยงามน่าใช้ที่สุดด้วย”

ความท้าทายของการออกแบบในยุคนี้คือ เป็นยุคสมัยที่สินค้าและการบริการมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มีสินค้าเกิดใหม่รายวัน มีทางเลือกดีๆ มีสิ่งใหม่เพียบพร้อมมากมาย ผู้ประกอบการต้องออกแบบสินค้าและการ

บริการเพื่อให้ผู้ใช้ได้รับ “ประสบการณ์ที่ดีที่สุด” เกิดความประทับใจและหยุดอยู่กับที่สินค้า และการบริการของเรา (Brand Loyalty)

จากการที่เราต้องการออกแบบเพื่อนำไปสู่ประสบการณ์ที่ดีที่สุด จึงต้องคำนึงถึง ทั้ง User Interface (UI) และ User Experience (UX)

UI เป็นตั้งแต่หน้าจอที่เราเห็น เราสามารถสัมผัสได้ด้วยนิ้วมือ หรือคีย์บอร์ดที่เราใช้กดปุ่มข้อมูลหรือเกม Controller ที่ใช้บังคับการเคลื่อนไหว UI จึงเป็นการออกแบบที่ให้ความสำคัญกับความสอดคล้องเชื่อมต่อระหว่างผู้ใช้กับตัวเทคโนโลยี ที่มีหลากหลายอย่าง

แต่แค่นั้นยังไม่พอ มันต้องมี UX หรือ User Experience ซึ่งเป็นการออกแบบที่เน้นไปที่ประสบการณ์จากการใช้ Interface นั้นๆ ไปถึงการออกแบบวางแผนเรื่องราวทั้งหมด ตั้งแต่ต้นจนจบ เพื่อให้ผู้ใช้มีความรู้สึก ได้อารมณ์ที่มีความประทับใจที่ดีที่สุด อย่างเวลาเราแชท การเขียนข้อความ จริงๆ มันก็ได้ใจความสื่อสารกัน แต่พอมีสติกเกอร์ด้วย ได้ความเข้าใจถึง อรรถรสมากขึ้นไปอีก

ตัวอย่างการเรียกรับจ้างอย่าง Uber ก็เช่นกัน เราเห็นราคา เห็นข้อมูลความน่าไว้วางใจของคนขับ เห็นรถที่กำลังเคลื่อนใกล้เข้ามา มันทำให้เรารู้สึกควบคุมได้ เรารู้สึกปลอดภัย เราก็ชอบ หรือการออกแบบการจ่ายเงินของ Venmo (ที่เขาเรียกว่า Digital Wallet) ใช้เวลาที่เรากำลังกินข้าวหรือไปดูหนังกับเพื่อน ที่เพื่อนจ่ายเงินให้เรา ก่อน เพราะเราไม่มีเงินสดขณะนั้น แต่เราก็ส่ง

Venmo ให้เพื่อนเลยเดี๋ยวนั้นได้โดยผ่านมือถือซึ่งมันสะดวกมากขนาดที่ PayPal ก็เอามาใช้ แถม Apple ก็เพิ่งลอก Feature นี้ มาลองใช้กับ Apple Pay ผ่าน iMessage สดๆ ร้อนๆ

จะสังเกตได้ว่า การออกแบบเหล่านี้มันล้วนเป็นการออกแบบที่คำนึงถึงประสบการณ์ และพฤติกรรมของผู้ใช้ ผู้บริโภค ที่เมื่อก่อนไม่นึกถึงเท่าไร หรือเพราะเมื่อก่อนไม่มีเทคโนโลยีเหมาะสม

นับเป็นการออกแบบเพื่อให้ผู้ใช้ประทับใจที่สุด ได้รับความสะดวกสบายที่สุด เวลาที่ได้ใช้สินค้าหรือบริการของเรา

เพราะสัมพันธ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ขอบเขตของงานออกแบบ UX/UI จึงกว้าง ประกอบไปด้วยความรู้ความเข้าใจจากหลากหลายแหล่ง

ตั้งแต่ความรู้เรื่องโครงสร้างของข้อมูล (Information Architecture) ไปถึงความรู้สึกถึงประเด็นเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร (Content Strategy) จวบจนเข้าใจ Human-Computer Interaction ในแบบต่างๆ

เมื่อมีการออกแบบให้ความสำคัญและนำสิ่งที่ดีที่สุดมาให้ผู้บริโภค งาน UX/UI ก็ต้องมีผู้บริโภคทดลองก่อน (User Testing) โดยนักออกแบบ UX/UI ทำงานร่วมกับนักวิจัย เพื่อให้สิ่งที่ออกแบบมาเกิดการพัฒนาไปเรื่อยๆ จนได้ผลที่ดีที่สุดสำหรับผู้ใช้

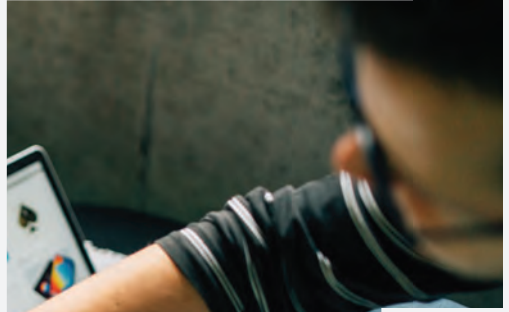
คราวหน้าและครั้งต่อไป จะมาต่อดูตัวอย่างของการออกแบบระดับโลกอย่าง Airbnb Netflix Fitbit และอื่นๆ อีกมากมายกันครับ

GROWTH HACKING

การตลาดสไตล์
สตาร์ทอัพ



โดย
อรนุช เลิศสุวรรณกิจ
CEO และผู้ร่วมก่อตั้ง
Techsauce



หลายคนสงสัยว่าการทำตลาด ให้กับผลิตภัณฑ์ของธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีทุนน้อยนั้นต้องทำอย่างไรแน่นอนว่าการจะใช้สื่อเพื่อโปรโมตผลิตภัณฑ์เหมือนแบรนด์ใหญ่ๆ ย่อมไม่ใช่วิถีทางที่เหมาะสมแถมยังไม่สามารถดึงให้เกิดลูกค้าที่แท้จริงได้อีกด้วย

การทำตลาดแนวธุรกิจสตาร์ทอัพนั้น ต้องย้อนกลับไปที่เป้าหมายหลักก่อน นั่นคือการสร้างฐานลูกค้าให้มาใช้บริการให้ได้ ถ้าเป็นแบรนด์ใหญ่ก็คงใช้การประชาสัมพันธ์การตลาดขนาดใหญ่ หรืออาจจะใช้เงินกับการลงสื่อโฆษณาออนไลน์หนักๆ แต่เอาเข้าจริงๆ แล้ว สิ่งเหล่านี้อาจไม่ได้สร้างให้คนกลับมาใช้บริการเราอย่างแท้จริงก็ได้

Growth Hacking เป็นแนวคิดและกระบวนการที่น่าสนใจสำหรับสตาร์ทอัพ เพราะเน้นเรื่องการคิดวิเคราะห์ หาวิธีสร้างสรรค์เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้เงินทุนต่ำ

สิ่งสำคัญคือการเข้าใจ Customer Journey แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ ปรับปรุงกระบวนการให้เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การดึงให้เข้ามาเป็นลูกค้า หลังจากเข้ามาใช้งานแล้วเป็นอย่างไร

มีคนใช้ต่อเกิดเป็นลูกค้าประจำ หรือเลิกใช้งานเพราะอะไร ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถติดตามผ่านเครื่องมือออนไลน์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

หนึ่งในกรณีศึกษาที่น่าสนใจ เช่น

Gmail

ในอดีตไม่ได้เปิดให้ทุกคนใช้เฉกเช่นทุกวันนี้ แต่เปิดให้คนเตอร์อคิว จริงอยู่ว่าอาจเพื่อทดสอบระบบให้ดีกว่า แต่อีกมุมหนึ่งก็เป็นเสมือนกุศโลบายที่ทำให้คนอยากมาใช้และบอกต่อ

Dropbox

หากลูกค้าที่ใช้งานอยู่ต้องการพื้นที่เก็บไฟล์เพิ่มขึ้น ให้เชิญเพื่อนมาใช้บริการด้วยวิธีการนี้ทำให้ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

iPhone

เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่ทำ Growth Hacking แบบเล็กๆ ลองสังเกตที่ได้อีเมล จะเขียนไว้ว่า Sent from My iPhone เมื่อข้อความนี้ถูกส่งออกไป จึงเป็นการโปรโมตแบรนด์โดยอัตโนมัติ

จากตัวอย่างข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการทำการตลาดแบบเดิมนั้นอาจไม่สำเร็จ เพราะนอกจากต้องมีหัวสร้างสรรค์แล้ว ยังต้องมีทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytic) จากพฤติกรรมผู้ใช้ในแต่ละช่วงของ Customer Journey

อย่างไรก็ตาม สำหรับนักการตลาดออนไลน์ที่เชี่ยวชาญการขายฐานลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ (แบบไม่ได้ลงโฆษณา) เมื่อมาศึกษาเรื่อง Growth Hacking ก็จะพบว่า เป็นรูปแบบเดียวกันกับที่นักการตลาดด้านนี้ใช้กันอยู่ ที่ต่างออกไปคือการนำเทคนิคต่างๆ มารวบรวมไว้และทำให้จับต้องได้ง่ายขึ้น

ครั้งหน้า...เราจะมาทำความรู้จักประเภทของสื่อออนไลน์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการทำการตลาดกัน

แนะนำหนังสือ

Growth Hacker Marketing: A Primer on the Future of PR, Marketing, and Advertising

ปูพื้นฐานให้เข้าใจพร้อมกรณีตัวอย่าง ไม่ใช่แค่สายไอทีเท่านั้น ยังมีกรณีศึกษาของสินค้าประเภทอื่นด้วย เช่น การโปรโมตหนังสือด้วยคนที่ด่าทำได้อย่างใส

SILICON VALLEY

สิ่งที่เราเรียนรู้ได้จาก

SILICON VALLEY



โดย
อริวรรณ วงศ์ไวยวรรณ
Software Developer
บริษัท ThoughtWorks,
Silicon Valley

พื้นที่ที่มีชื่อเสียงเรื่องนวัตกรรมใหม่ๆ ในโลก คงหนีไม่พ้น Silicon Valley ในประเทศสหรัฐอเมริกา ที่นี่เป็นแหล่งรวมของบริษัทเทคโนโลยีชั้นนำของโลก เช่น Google, Facebook, Apple, Tesla คนที่นี่จะพบเจอนวัตกรรมใหม่ๆ เป็นเรื่องปกติ

วันที่เขียนบทความอยู่ ก็เห็นหุ่นยนต์ส่งอาหารวิ่งไปตามทางเดินริมถนน บางวันขับรถก็เห็น Self-Driving Car วิ่งผ่านหน้าไป ป้ายโฆษณาบนรถไฟก็เป็นปัญญาประดิษฐ์ (AI) เอาไว้ตรวจสอบการโกงในธุรกรรม ร้านกาแฟก็ใช้หุ่นยนต์ขายแทนคน

ความสำเร็จส่วนหนึ่งของ Silicon Valley เกิดจากความพร้อมของระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่มีทั้งด้านเงินทุน ตลาด กำลังซื้อ องค์ความรู้ และที่สำคัญที่สุดคือคุณภาพของคน

คนที่นี่พิเศษอย่างไร

คนที่ Silicon Valley ก็เป็นคนปกติทั่วไป ส่วนมากอพยพมาจากที่อื่นๆ ทั่วโลกเสียด้วยซ้ำ แต่สิ่งที่คล้ายๆ กันคือ ผ่านการศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกา ก่อนทำงานที่ Silicon Valley ซึ่งกระบวนการเรียนการสอนที่นี่ เน้นการลงมือทำ คิดวิเคราะห์ ฝึกตั้งคำถามมากกว่าการท่องจำ งานโปรเจกต์หลายๆ ชิ้นสามารถต่อยอดออกมาเป็นบริษัทได้เลย เรียกได้ว่าช่วยเหลือหลอมคนให้พร้อมที่จะทำงานในสายเทคโนโลยีซึ่งเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและพร้อมทำในสิ่งที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน



แล้วเราจะเริ่มอย่างไร

สภาพแวดล้อมของไทยอาจไม่ได้มีระบบนิเวศพร้อมทุกอย่าง แต่ไม่ใช่ที่เราไม่มีเลย ปัจจัยเรื่องเงินทุน ตลาด การศึกษา อาจจะเป็นเรื่องที่อยู่นอกเหนือการควบคุม แต่สิ่งที่เราควบคุมได้คือตัวเรานั่นเอง

โชคดีที่สมัยนี้เราหาข้อมูลแทบทุกอย่างได้บนอินเทอร์เน็ต มหาวิทยาลัยระดับโลกอย่าง Stanford หรือ MIT ก็เปิดคอร์สสอนออนไลน์ให้ได้เข้าไปดูเนื้อหาฟรีๆ เหลือแต่ให้เราไปเรียนและลงมือทำ ตัวอย่างก็เช่น

<https://ocw.mit.edu/index.htm>

<http://online.stanford.edu/>

และ www.edx.org/school/harvard



บริษัทสมัยนี้ก็เปิดรับพนักงานโดยไม่จำกัดระดับชั้นปี แม้กระทั่งชั้นมัธยมปลายก็ยังเริ่มมาฝึกงานแล้ว งานสัมมนาและฝึกสอนมีให้เข้าแทบจะทุกวัน มหาวิทยาลัยหลายๆ แห่งก็เปิด Incubator ช่วยส่งเสริมการตั้งสตาร์ทอัพ เพราะเป็นยุคที่การตั้งบริษัทและทำสินค้าหรือบริการออกมาสู่ตลาดโลกนั้นง่ายมาก โอกาสเปิดกว้างมากๆ สำหรับผู้ที่ใจกว้างและเตรียมตัวมาดี

สุดท้ายนี้อยากจะจบด้วยประโยคที่หยิบมาจากสุนทรพจน์ที่ Mark Zuckerberg กล่าวแก่ผู้จบการศึกษาที่มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดในปี

“

ถึงเวลาแล้วที่พวกคุณจะถูกขืนมากำโครงการใหญ่ๆ แบบนี้บ้าง หลายคนอาจกำลังคิดว่า “ฉันนี่แหละจะสร้างเขื่อนได้” “ฉันจะชวนคนเป็นล้านมากำสิ่งที่ยิ่งใหญ่ได้อย่างไรกัน” แต่ความลับที่ผมอยากบอกคือ ไม่มีใครรู้ว่าจะทำได้อย่างไรในตอนเริ่มต้นหรอก ไอเดียทุกอย่างไม่มีวันสมบูรณ์ตั้งแต่แรกหรอก จนกว่าคุณจะเริ่มต้นกำเนิดมันแหละ มันถึงจะชัดขึ้นค่อยๆ ชัดขึ้น คุณแค่ต้องเริ่มต้นกำเนิดมัน

”

แต่ผมขอเติมต่อว่า คนที่เตรียมตัวมาดี จะมีแต้มต่อมากกว่าครับ

STARTUP THAILAND

SPARK

GLOBAL ACCELERATION PROGRAM



เพื่อสตาร์ทอัพไทยก้าวไกลสู่สากล

นับเป็นข่าวดีที่ปีนี้โครงการ
เร่งสร้างวิสาหกิจเริ่มต้นเพื่อการ
เติบโตในระดับนานาชาติ (Global
Acceleration Program) ภายใต้
ชื่อ “SPARK” ได้เริ่มต้นขึ้น โดยมี
จุดมุ่งหมายหลัก คือเพื่อผลักดัน
ให้สตาร์ทอัพของไทยขยายตัว
และก้าวสู่ตลาดในระดับสากล

โครงการนี้บริหารจัดการโดย
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
(องค์การมหาชน) (สนช.) ร่วมกับ
บริษัท เอจிட்டิบเบิลยู กรุ๊ป (AGW
Group) ซึ่งเป็นกลุ่มนักลงทุน
จากประเทศอิสราเอล

เรื่อง
ปาณิศรา คະบุศย์
พิชชาธิย์ ทิรติรากุล

ปัจจัยที่ทำให้ สนช. พิจารณาริเริ่มความร่วมมือกับอิสราเอล เพราะเป็นประเทศที่ได้รับการขนานนามว่าเป็น “Startup Nation” มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในสาขาต่างๆ อาทิ วิศวกรรมอากาศยาน (Aerospace Engineering) ความมั่นคงทางไซเบอร์ (Cyber Security) วิศวกรรมเกษตร (Agricultural Engineering) เทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) ฯลฯ

นอกจากนี้อิสราเอลยังมีระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่เอื้อต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก พิสูจน์ได้จากกรณีสตาร์ทอัพเกิดขึ้นใหม่ประมาณ 1,200 บริษัทต่อปี มีบริษัทที่ก่อตั้งในอิสราเอลที่เป็นที่รู้จักมากมาย เช่น WiX.com, Waze, Viber และยังมีศูนย์วิจัยและพัฒนาของบริษัทขนาดใหญ่ระดับโลกตั้งอยู่มากมายนับร้อยแห่ง จนได้รับการจัดอันดับว่าเป็นประเทศที่มีการลงทุนด้านวิจัยและพัฒนาเป็นอันดับ 1 ของโลก

บริษัทที่ผ่านการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ SPARK มีทั้งสิ้น 12 บริษัท จากจำนวน 70 บริษัท ได้แก่

1. QueQ (Tech startup/Retail)
2. Talad Invoice (Fintech)
3. ZORT (Business solution/E-Commerce)
4. PenguinT (by Asia One Click Co., Ltd.) (Traveltech)
5. MyCloudFulfillment (Logistics)
6. Event Banana (Marketplace)
7. System Stone (Industrial Manufacturing)
8. ConvoLab (Cubicpro Co., Ltd.) (AI-Chatbot)
9. Peak Engine (Fintech)
10. FindYourSpace (Proptech/Real-Estate)
11. ZeekDoc (Healthcare)
12. Jabjai for School (Fintech)



สตาร์ทอัพทั้ง 12 บริษัทได้เรียนรู้และได้รับมุมมองใหม่ๆ จากทีมงานและเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญต่างชาติของ AGW Group เช่น Mr. Yaron Zeidman (CTO จากบริษัท Agoda), Mr. Daniel King (Head of Strategy & Media Planning จาก Facebook), Mr. Jeffrey Paine (ผู้ร่วมก่อตั้ง Golden Gate Ventures)

ด้วยหลักสูตรเข้มข้นเป็นระยะเวลา 8 สัปดาห์ ทั้งเวิร์คช็อปและการให้คำปรึกษาแบบตัวต่อตัว ช่วยให้บริษัทได้พัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ เช่น การวางแผนธุรกิจ การสร้างแบรนด์ การปรับการนำเสนอแผนธุรกิจต่อกลุ่มผู้ฟังที่ต่างกัน ฯลฯ

นอกจากนี้ทั้ง 12 บริษัทยังได้ไปร่วมงาน Innovfest Unbound 2017 (งานประชุมและแสดงนิทรรศการนานาชาติว่าด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม) ณ ประเทศสิงคโปร์ ระหว่างวันที่ 3-4 พฤษภาคมที่ผ่านมาอีกด้วย

บริษัท PenguinT และ ZORT ได้เข้าร่วมประกวดแผนธุรกิจในช่วง Oracle Startup Cloud Accelerator Battle ที่มีบริษัท Oracle เป็นเจ้าภาพ/บริษัท QueQ และ ConvoLab ก็ได้เข้าร่วมการประกวดแผนธุรกิจต่อนักลงทุนในช่วง Singtel innov8 VC Forum ที่จัดขึ้นโดยบริษัท Singtel8

ผลคือบริษัท ZORT ได้เป็น 1 ใน 5 ทีมสุดท้ายที่ได้เข้ารอบชิงชนะเลิศ โดยจะมีการประกาศผลอย่างเป็นทางการในเดือนกันยายนนี้

สำหรับคนที่สนใจแวดวงสตาร์ทอัพ บอกได้คำเดียวเลยว่าห้ามพลาด เพราะทั้ง 12 บริษัทจะมาเผยเคล็ดลับและประสบการณ์ที่พวกเขาได้เรียนรู้จากบริษัทระดับโลก ในงาน Startup Thailand 2017 ที่จะจัดขึ้น ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ในวันที่ 6-9 กรกฎาคม 2560 นี้

สนใจรายละเอียดเพิ่มเติม คลิกเลย

www.spark.nia.or.th
(ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ SPARK)

www.facebook.com/ThailandStartup
(อัปเดตงาน Startup Thailand 2017)

CO-WORKING SPACE



เรื่อง วนิทยา เสริมสิริ

PUNSPACE

ปันพื้นที่ ปันความคิด
ตอบโจทย์ชีวิตยุคใหม่ที่
“PUNSPACE”



เมืองเชียงใหม่ไม่ได้มีเสน่ห์ดึงดูดใจแค่นักท่องเที่ยวทั่วไปเท่านั้น แต่ยังคงติดอันดับ TOP 5 ของเมืองน่าอยู่สำหรับชาว Digital Nomad จากการจัดอันดับผ่านเว็บไซต์ www.nomadlist.com

กระแสของ Digital Nomad เริ่มมาแรงขึ้นเรื่อยๆ ด้วยไลฟ์สไตล์ที่ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ que เริ่มอิมตัวกับการเป็น “มนุษย์เงินเดือน” พวกเขาออกเดินทางพกพางานใส่กระเป๋า ไปนั่งทำตรงไหนก็ได้ในโลก ขอแคมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตดีๆ และมี Co-working Space เจ๋งๆ ก็พอ

Ozzi Jarvinen คือชายหนุ่มที่หลงรักเมืองเชียงใหม่ จนย้ายมาอยู่ตั้งแต่ปี 2006 และก่อตั้งบริษัท Iglu (www.iglu.net) ขึ้นในปี 2010 จากบริษัทพัฒนาซอฟต์แวร์เล็กๆ ที่เริ่มต้นในหอนอน ได้ขยายกลายเป็นชุมชนของคนทำงานด้านดิจิทัลที่ย้ายมาปักหลักในเมืองไทย

“ผมว่าเชียงใหม่ได้ประโยชน์มากจากกระแส Digital Nomad หลายคนก็เริ่มหันมาตั้งรกรากที่นี่เลย สำหรับ Co-Working Space ที่ผมชอบก็คือ ต้องมีกาแฟดี ๆ มีบริการอาหารกลางวันด้วย ผมจะได้ไม่ต้องย้ายที่ไปไหน มีโซฟาและเก้าอี้ที่นั่งสบาย หรือมุมให้นอนกลางวันด้วยก็ดี และที่ขาดไม่ได้คือต้องมีห้องประชุมเล็กๆ ด้วยครับ”

เขามองว่า “PUNSPACE” ตอบโจทย์ความต้องการ และนอกจากจะเป็นแหล่งรวมคนทำงานอาชีพอิสระแล้ว ที่นี่ยังเป็น Hub ที่ใช้แลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอีกด้วย

คุณวิษณุ และคุณเอ๋อม ศิริสันธนะ คือสองสามีภรรยาผู้ร่วมกันก่อตั้งปันสเปซขึ้นมา ทั้งสองตัดสินใจลาออกจากงานประจำในตำแหน่งนักเขียนโปรแกรมกลับมาเปิดปันสเปซที่เชียงใหม่ บ้านเกิด โดยมีบริษัท ฮับบา จำกัด และบริษัท อริสโท โซลูชั่นส์ เทคโนโลยี จำกัด เป็นผู้ร่วมทุน



ปันสเปซมี 2 สาขาด้วยกัน เริ่มต้นจาก สาขานิมนาน ซึ่งเป็นสาขาแรกเริ่มและยังถือเป็น Co-working Space แห่งแรกของเชียงใหม่อีกด้วย ตั้งอยู่ใกล้ใจกลางเมือง รวยล้อมด้วยร้านค้า ร้านอาหาร ผับ บาร์ ธนาคาร และร้านสะดวกซื้อ จุดเด่นของสาขานี้คืออาคารสองชั้น สไตล์เรียบง่าย แต่ทันสมัย พื้นที่ชั้นล่างจะเป็นโซนนั่งทำงานแบบ Co-working ส่วนชั้นบนเป็นส่วนของ Private Room และห้องประชุม นอกจากนี้ยังมีพื้นที่ด้านนอกที่บรรยากาศสุดชิล สามารถออกมานั่งรับลมใต้ต้นไม้ใหญ่ และใช้พื้นที่บริเวณสนามหญ้ากว้างได้อีกด้วย

ส่วนสาขาประตูท่าแพ นั้นขยับมาอยู่ที่ใจกลางเมืองเก่าของเชียงใหม่ มีพื้นที่กว้างขวางกว่าเดิม จุดเด่นคือ ร้านกาแฟเบเกอรี่ ที่คอกาแฟไม่ควรพลาด และส่วนของเมคเกอร์สเปซ พื้นที่ที่เปิดกว้างให้คนที่อยากสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของตัวเองได้มาลงมือทำ โดยมีเครื่องจักรและเครื่องมือเตรียมไว้ให้

ที่สำคัญคือ เปิดกว้างให้สมาชิกเข้าใช้พื้นที่ทำงานได้ตลอด 24 ชั่วโมง เหมาะกับไลฟ์สไตล์ของคนทำงานอิสระ ที่พร้อมทำงานได้ทุกเวลาอีกด้วย

ที่ตั้ง

สาขานิมนาน

14 ถนนศรีมงคลอาจารย์ ซอย 11
ตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่
จังหวัดเชียงใหม่
GPS: 18.793467, 98.972245
โทรศัพท์: +66 88 261 6802

สาขาประตูท่าแพ

7/2 ถนนราชดำเนิน ซอย 4
ตำบลพระสิงห์ อำเภอเมืองเชียงใหม่
จังหวัดเชียงใหม่
GPS: 18.786570, 98.991499
โทรศัพท์: +66 91 068 8265

เวลาทำการ จันทร์-เสาร์ 9.00 – 18.00 น.

www.punspace.com
www.facebook.com/punspace

ความร่ำรวยแบบใหม่ (New Rich) คือการใช้ชีวิตอิสระตามใจปรารถนา โดยไม่จำเป็นต้องเป็นมหาเศรษฐีก็ได้ แนวความคิดนี้กำลังได้รับความนิยมจนกลุ่ม Digital Nomad เติบโตขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งการเติบโตแบบก้าวกระโดดของเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สัญญาณ WiFi สมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ ๆ พร้อมแอปพลิเคชันมากมาย รวมถึง Social Networking ที่โด่งดัง มีส่วนทำให้รูปแบบการทำงานเปลี่ยนไป

RAISE FUNDS

RAISE FUNDS 101

ทำความเข้าใจประเภทแหล่งทุนเบื้องต้นและหนทางที่คุณจะได้ทุน

ถ้าคุณหยิบนิตยสารนี้ขึ้นมาอ่าน และกำลังอ่านถึงหน้านี้ แสดงว่าคุณสนใจเรื่องสตาร์ทอัพ อาจจะกำลังเริ่มต้นทำ หรือทำไปแล้วแต่กำลังมองหาเงินทุน อยากบอกว่าคุณมาถูกทางแล้ว เพราะวันนี้เราจะมาเล่าให้ฟังถึงประเภทแหล่งทุนเบื้องต้น และวิธีการหาทุนสำหรับสตาร์ทอัพมือใหม่

ก่อนจะไปถึงเรื่อง “เราจะหาเงินทุนมาได้อย่างไร” เราจะขอเล่าถึงประเภทแหล่งทุนเบื้องต้นก่อน ซึ่งโดยมากแหล่งทุนในการทำสตาร์ทอัพจะมี 3 แบบ

(1) เงินลงทุนจากแองเจิล (Angel)

หรือนักลงทุนรายบุคคล ที่นำเงินส่วนตัวมาลงทุนเพราะเชื่อมั่นในแนวคิดของสตาร์ทอัพนั้นๆ

(2) ธุรกิจร่วมลงทุน (Venture Capital)

หรือ VC เป็นธุรกิจที่นำเงินที่รวบรวมจากหลายแหล่ง เช่น กองทุนต่างๆ แล้วแบ่งบางส่วนลงทุนในสตาร์ทอัพ

(3) เงินลงทุนจากบริษัทใหญ่ (Corporate Venture Capital หรือ CVC)

คือการที่บริษัทใหญ่นำเงินมาลงทุนในสตาร์ทอัพ ส่วนมากจะไม่ได้เน้นผลตอบแทนเป็นตัวเงินเท่านั้น แต่หวังผลด้านกลยุทธ์ด้วย ปัจจุบัน CVC ที่โดดเด่นในไทยได้แก่กลุ่มธนาคาร KBank, SCB, BBL และกลุ่มทั่วไป SCG, Sansiri, Ananda

ประเภทของเงินทุนแบ่งเป็นลำดับขั้นได้ดังนี้

(1) Seed Round

เป็นเงินทุนที่ให้สตาร์ทอัพช่วงตั้งไข่ มีไอเดีย คิดจะออกผลิตภัณฑ์ หรืออาจถึงขั้นพัฒนาและเปิดผลิตภัณฑ์แรกออกมาแล้วกลุ่มที่นิยมลงทุนในรอบนี้ มักจะเป็นกลุ่มแองเจิล, กลุ่ม Early Stage VC, รวมถึงกลุ่ม CVC ซึ่งตัวเงินสำหรับรอบซีด ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น จะนิยมลงทุนในช่วงระหว่าง 2.5 แสน ถึง 5 แสนเหรียญสหรัฐ แต่อาจสูงหรือต่ำกว่านี้ได้

ตอนนี้ในไทยเอง CVC เช่น AIS, DTAC, True รวมถึงกลุ่มธนาคาร เริ่มลงทุนและทำโครงการรองรับสตาร์ทอัพในช่วงตั้งไข่มากขึ้น ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับมือใหม่หัดเริ่ม

(2) Series A

เป็นระยะที่ธุรกิจสตาร์ทอัพมีผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ขายได้ มีลูกค้า จึงต้องการเงินทุนเพิ่มขึ้น เพื่อออกผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้นอีก ซึ่งเม็ดเงินในซีรีส์เอ ที่ลงทุนกันในภูมิภาคเรา จะอยู่ระหว่าง 1 ถึง 5 ล้านเหรียญสหรัฐ โดยแลกกับหุ้น 25-35%

(3) Series B

เป็นระยะที่สตาร์ทอัพได้เวลาขยายบริษัทให้ใหญ่ขึ้น อาจต้องการนำเงินไปซื้อบริษัทที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้นๆ บางเจ้ามองไปถึงการโกอินเตอร์ เม็ดเงินที่ลงทุนในซีรีส์บีมักสูงเกินกว่า 10 ล้านเหรียญสหรัฐ แต่หุ้นที่กลุ่มนักลงทุนได้จากซีรีส์บีมักจะน้อยกว่าตอนซีรีส์เอ (แม้ว่าเม็ดเงินลงทุนจะมากขึ้น) ทั้งนี้เพราะสตาร์ทอัพเริ่มมีลูกค้าและมีแผนธุรกิจที่แน่นอนแล้ว บางรายถึงจุดคุ้มทุนและสามารถทำกำไรได้แล้วด้วยซ้ำ

กรณีของซีรีส์บีในธุรกิจสตาร์ทอัพไทย ล่าสุดที่เพิ่งปิดดีลเมื่อปี 2559 คือ วงใน (Wongnai) กับ InVent (CVC ของ AIS) ซึ่งถือเป็นการลงทุนในซีรีส์บีครั้งแรกของ InVent

(4) ซีรีส์อื่นๆ เช่น C, D และอาจไปถึง Z รอบเหล่านี้จะคล้ายกับซีรีส์บี แต่เงินลงทุนเยอะกว่ามาก เม็ดเงินอาจสูงถึง 100 ล้านเหรียญสหรัฐ แผนการขยายตัวจะเข้มข้นและดูเด็ดกว่า กลุ่ม VC ที่เข้ามาลงทุนมักเป็นกลุ่มใหญ่ระดับโลก เช่น Goldman Sach, Morgan Stanley เป็นต้น

ในเมืองไทยตอนนี้มีนักลงทุนที่พร้อมลงทุนจำนวนมาก แต่คำถามที่สตาร์ทอัพมือใหม่สงสัยอยากรู้คือ แล้วเราจะได้เงินลงทุนมาได้อย่างไร

- 1) คุณต้องไปเจอนักลงทุน
- 2) นักลงทุนจะต้องสนใจคุณ

สำหรับการหาตัวนักลงทุนนั้น ด้วยระบบนิเวศสตาร์ทอัพ (Startup Ecosystem) ของเมืองไทยที่ดีขึ้นมากแล้ว ทำให้มีयाกที่จะเจอนักลงทุนโดยสามารถเจอได้ตามงานอีเวนต์สตาร์ทอัพต่างๆ ที่จัดขึ้น ไม่ว่าจะเป็น Startup Thailand, Techsauce Summit ตลอดจนเวิร์คช็อปโครงการบ่มเพาะ หรือ Co-Working Space ที่เป็น Ecosystem Builder เช่น Hubba

ส่วนคำถามที่ว่า ทำอย่างไรนักลงทุนจึงจะสนใจ คำตอบนี้อาจต้องตอบว่า ขึ้นอยู่กับไอเดียที่ดี แผนธุรกิจ ความสามารถของทีม และแน่นอนการทำงานหนักเพื่อให้นักลงทุนเชื่อมั่น

ท้ายสุด แม้เงินลงทุนจะเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่ง ที่ช่วยขยายสตาร์ทอัพให้ยิ่งใหญ่ขึ้นได้ แต่คนที่กระโจนลงทุนธุรกิจสตาร์ทอัพก็ไม่ควรลืมไปว่า สตาร์ทอัพคือธุรกิจ และสิ่งที่จะทำให้ธุรกิจทุกชนิดเติบโตอย่างยั่งยืนได้ก็คือการทำงานหนัก พัฒนาสินค้าให้ดึงดูดใจผู้ใช้งาน และหารายได้จากสินค้านั้น

ไม่ใช่หวัง Raise Fund จากนักลงทุนไปเรื่อยๆ โดยไม่เคยพัฒนาสินค้าเลย

เพราะนั่นอาจไม่ใช่ “ความยั่งยืนที่แท้จริง”

*หมายเหตุ: จำนวนเงินที่ระบุในบทความ หมายถึงเงินลงทุนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งนี้แต่ละภูมิภาคของโลก อาจมีการลงทุนที่แตกต่างกันได้

HUMAN RESOURCES

THE NEW AGE OF OFFICE MANAGEMENT

เทคนิคบริหารจัดการ 'ออฟฟิศ' ยุคใหม่

Peter F. Drucker ที่ปรึกษาด้านการจัดการระดับตำนาน เคยกล่าวไว้ว่า “ยิ่งเราควบคุมมากเท่าไร ก็ยิ่งทำให้การทำงานยุ่งยากมากขึ้นเท่านั้น”

ความเห็นนี้ถูกพิสูจน์ภายในไม่กี่ปีที่ผ่านมา ด้วยรูปแบบการทำงานของสตาร์ทอัพที่รื้อนิยามของออฟฟิศเสียหมดจด

และนี่คือเทคนิคบริหารจัดการออฟฟิศยุคใหม่ที่รู้ไว้ รบร้อยครั้ง ชนะร้อยครั้ง!



เพื่อร่วมทีม

1. คัดสรรและช่างเลือก

สตาร์ทอัพเป็นบริษัทประเภทที่มีสมาชิคน้อย ดังนั้นการคัดสรรเพื่อนร่วมงานที่มีคุณสมบัติตรงใจที่สุดจึงสำคัญอย่างยิ่ง เราขอแนะนำให้ช่างเลือกเข้าไว้ ไม่จำเป็นต้องหาห้องใหม่ความฉลาดเลอเลิศ แต่ควรขยัน กระตือรือร้น มีโปรไฟล์และลักษณะการทำงานที่เข้ากับทีมของเราได้เป็นดีที่สุด อย่าลืมนำสมาชิกรุ่นใหม่มาทดสอบให้บริษัทรู้หรือร่วงได้ทั้งสิ้น

2. เน้นความหลากหลาย

รวบรวมทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ เพศ และทัศนคติต่างกัน ความแตกต่างจะทำให้เราเห็นสิ่งต่างๆ ได้รอบด้าน นำไปสู่การวิเคราะห์ทิศทางขององค์กรได้ครอบคลุม วางแผนและหาวิธีจัดการได้มีประสิทธิภาพขึ้น แม้แต่ Michael Forbes เจ้าของนิตยสารฟอร์บส์ ก็ยังกล่าวไว้ว่า ความหลากหลายคือศิลปะของการคิด

3. จัดประชุมตามเหมาะสม

เพราะการทำงานแบบไร้ออฟฟิศ ทำให้สมาชิกไม่ได้สื่อสารกันถึงเท่าออฟฟิศในรูปแบบเดิม การประชุมจึงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดที่จะทำให้เกิดความเป็นทีมเวิร์ค แต่ควรกำหนดวันให้แน่นอน ไม่จัดประชุมพร่ำเพรื่อ เพราะการประชุม 1 ครั้ง เท่ากับการสูญเสียเวลาทำงานของแต่ละคนไป หากเป็นเรื่องเล็กน้อยๆ แค่ส่งอีเมล หรือข้อความหากันก็เพียงพอ

4. ส่งเสริมศักยภาพของทีม

อาจเชิญวิทยากร จัดเวิร์คช็อป หรือหาที่ปรึกษาที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาขององค์กรมาแนะนำอบรมสมาชิกในทีมให้มีความรู้ ทักษะ ความเข้าใจในงานมากขึ้น นอกจากจะเป็นการพัฒนาศักยภาพของทีม ยังเป็นตัวบ่งชี้ว่าเราใส่ใจการพัฒนาบุคคลไปพร้อมการเติบโตของบริษัท ถือเป็น การซื้อใจทีมงานโดยอ้อมว่าคุณทุ่มเทกับองค์กรนี้และเห็นความสำคัญของคุณทุกคนมากแค่ไหน

เวลา

1. ไม่มีกำหนดเวลาทำงานที่แน่นอน
ข้อนี้อาจฟังดูขัดกับหลักการทำงานแบบ 9 โมงเช้าถึง 5 โมงเย็น แต่อย่าลืมนำเป้าหมายของสตาร์ทอัพไม่ใช่ปริมาณ แต่เป็นคุณภาพ จึงควรเปิดกว้างให้สมาชิกเลือกทำงานตามช่วงเวลาที่เหมาะสมกับตัวเอง ไม่ควรใช้ระยะเวลาเป็นตัวกำหนดการทำงานในหนึ่งวัน หากกังวลเรื่องการอุ้งงาน อาจใช้โปรแกรมสำหรับลงเวลาการทำงานในแต่ละวันก็ได้ ทั้งนี้ควรวัดผลจากการทำงานของแต่ละคนมากกว่าระยะเวลาที่นั่งทำงานอย่างต่อเนื่อง

2. ลดจำนวนวันทำงาน

บางบริษัทอาจลดการทำงานเหลือเพียง 4 วันต่อสัปดาห์ เพราะมีผลการศึกษาค้นพบว่า การแบ่งวัน-เวลาให้การทำงานและครอบครัวในสัดส่วนที่พอๆ กันจะทำให้พนักงานมีความสุขกับการทำงานมากขึ้น

STARTUP WARRIOR

เบื้องหลังความสำเร็จ
ของ 13 สตาร์ทอัพ
ที่โดดเด่นที่สุดในไทย



พบกับรายการ

STARTUP WARRIOR

เวลา 11.00 - 11.30 น.

ทุกวันเสาร์ เริ่ม 8 กรกฎาคมนี้



STARTUP
THAILAND