

INTERVIEW

OMISE ตัวตน หนทาง และก้าวหน้าที่มุ่งหน้าสู่ระดับโลก

DISRUPT

เมื่อหุ่นยนต์ทำให้คนตกงาน

TECHNOLOGY

DATA ANALYTICS กับการบริการของภาครัฐ

5 LITTLE THINGS

5 คุณสมบัติขั้นต้นที่สตาร์ทอัพสาย DEEP TECH ควรจะมี

STARTUP THAILAND MAGAZINE



DEEP TECH STARTUP

แฉกฟรี

ธันวาคม 2560 ฉบับที่ 6

EDITOR'S NOTE

ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับ Startup Thailand ได้ทุกวันที่

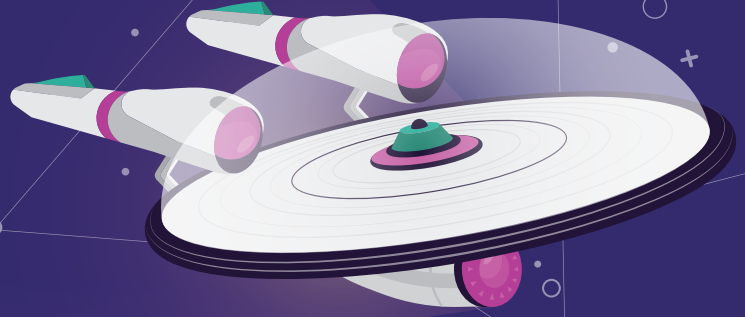
 startupthailand.org



 Startup Thailand



สมัครสมาชิกอ่านนิตยสาร Startup Thailand ออนไลน์รายเดือนได้ฟรี เพียงสแกน QR Code ด้านล่าง



DEEP TECH STARTUP

Deep Tech Startup คงไม่ต่างจากการเดินทางไปในอวกาศอันไกลโพ้นของยาน Enterprise ที่มีกัปตัน James T. Kirk กับคู่หู Spock และทีมงาน ร่วมผจญภัย เสี่ยงตาย และค้นพบสิ่งแปลกใหม่ในจักรวาล ซึ่งก็แตกต่างจากสตาร์ทอัพที่ใช้เทคโนโลยีเข้มข้นที่เสี่ยงสูงกว่า Tech Startup ทัวไปเสียอีก หลายท่านอาจไม่คุ้นเคยกับสตาร์ทอัพสปีชีส์นี้ หลายคนอาจจะบอกว่าก็บริษัทที่ใช้งานวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์ไง น่าจะมีตามมหาวิทยาลัย ซึ่งก็ไม่แปลกแต่สิ่งที่ทำให้สตาร์ทอัพกลุ่มนี้โดดเด่นคือ การผสมผสานทั้งความเป็นไปได้ทางเทคโนโลยีที่ล้ำลึก แต่ยังรวมเอานวัตกรรมทางโมเดลธุรกิจที่กำเนิดขึ้นมาจากองค์ความรู้ใหม่ ๆ ด้วย เป็นพรมแดนที่รอแสวงหาทั้งเทคโนโลยีและตลาด

ดั่งที่กัปตัน James T. Kirk กล่าวไว้ว่า "ผมขอเน้นย้ำว่า ความเป็นไปได้ ศักยภาพขององค์ความรู้และความก้าวหน้าอันสำคัญเท่ากัน ส่วนความเสี่ยง ความเสี่ยงคือธุรกิจของเรา นั่นคือทั้งหมดของยานลำนี้"

ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์

ผู้อำนวยการสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
(องค์การมหาชน)

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



CONTENTS

4

COVER STORY

DEEP TECH STARTUP

9

INFOGRAPHIC

เทรนด์การลงทุนใน
สตาร์ทอัพสาย DEEP TECH

**STARTUP
THAILAND**
MAGAZINE

กระทรวงวิทยาศาสตร์
และเทคโนโลยี

ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์

ศาสตราจารย์

ปวีร์รต วงษ์สำราญ

วิชัยร สุขสร้อย

สุพจน์ สุทธิรัตน์

พรพิชา เพชรแก้วกุล

บริษัท ทีซีบีเอ็น จำกัด

บรรณาธิการบริหาร
วีรณา โอฬารักษ์ธรรม

บรรณาธิการ
ภาวนา แก้วแสงธรรม

บรรณาธิการบทความ
พิทยา ภูดี

กองบรรณาธิการ
วนัทยา พงษ์แก้ว

ช่างภาพ
ปิยนันท์ เกียรติดินตุยกร

พิสูจน์อักษร
กฤตภัทร ร้าพรรณ

บรรณาธิการศิลปกรรม
ฐิติพงศ์ จรุงธรรมวงค์

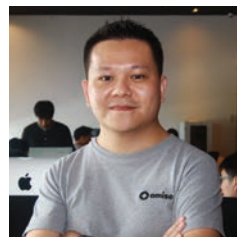
ศิลปกรรม
ธีรพงศ์ คงเชื้อ

เทวินทร์ เจริญรักษา

พลวัต โบรมานกิจ

สุรี ชันตยาหลงกต

ปศิตตา สังข์โชติ



10

INTERVIEW

OMISE ตัวตน คุณทาง
และก้าวหน้าที่มุ่งหน้าสู่ระดับโลก

13

5 LITTLE THINGS THAT MIGHT BE BIG

5 คุณสมบัติขั้นต้นที่สตาร์ทอัพ
สาย DEEP TECH ควรมี

14

DESIGN

DESIGN TRENDS 2018

15

MARKETING

เตรียมความพร้อมไปกับกระบวนการ
การสร้าง REAL TIME
MARKETING (ตอนที่ 2)

18

STARTUP THAILAND

ก้าวต่อไปของ STARTUP THAILAND
ปี “เด็กอาชีวะ” สู่อุปกรณ์นักกรมเศรษฐกิจ

16

RAISE FUNDS

TALK WITH CVC
คุยกับ BEACON VENTURE
CAPITAL

17

HUMAN RESOURCES

2018, WE WILL....

19

TECHNOLOGY

DATA ANALYTICS
กับการบริการของภาครัฐ

20

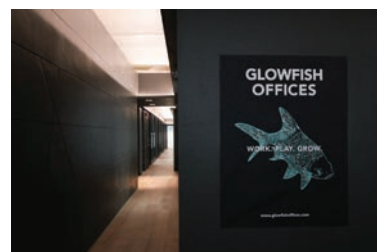
DISRUPT

เมื่อหุ่นยนต์ทำให้คนตกงาน

22

CO-WORKING SPACE

GLOWFISH
BANGKOK BOUTIQUE WORKSPACE

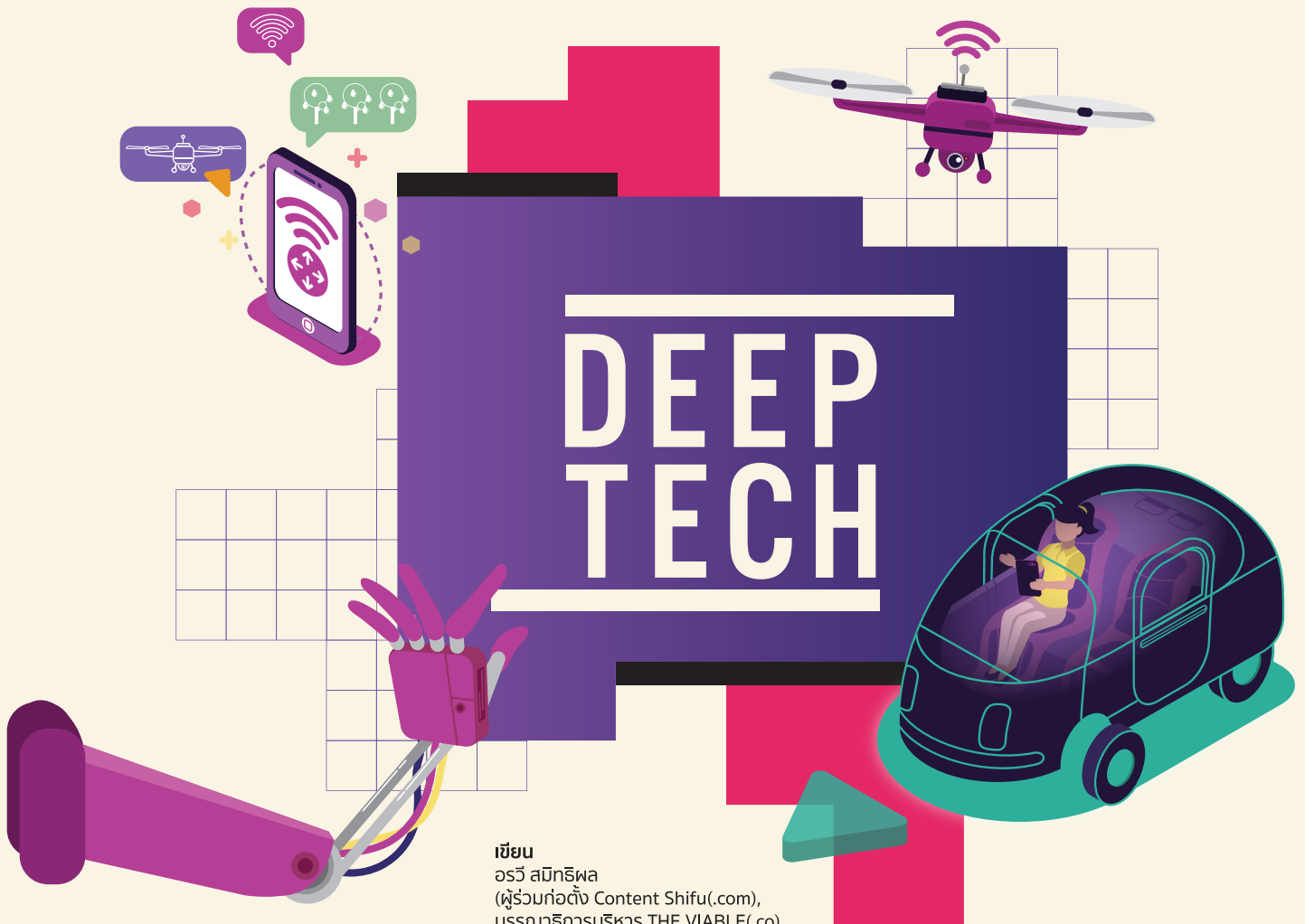


21

SILICON VALLEY

EVOLVING INTERACTION

COVER STORY



เขียน
อรวี สมทิธิพา
(ผู้ร่วมก่อตั้ง Content Shifu(.com),
บรรณาธิการบริหาร THE VIABLE(.co)
และ Evangelist ที่บริษัท G-ABLE)

ภาพ ปิยนันท์ เกียรติตินฤยุทธ

ไม่ใช่ Tech เจ๋งๆ แต่เป็น “Deep Tech”

ปีนี้ “Deep Tech” คือชื่อที่หลายคนเริ่มตระหนักถึงความสำคัญ

และปีหน้า ค.ศ. 2018 Deep Tech จะทวีความสำคัญมากขึ้น

เป็นสิ่งที่ต้องจับตามองอย่างคลาดสายตาไม่ได้

ไม่ว่าคุณจะเป็นผู้เล่นสตาร์ทอัพในเซ็กเตอร์ไหนก็ตามที่

ฉบับนี้เราเลยขอพูดถึงเรื่อง “Deep Tech”

เพื่ออย่างน้อยที่สุดคุณจะได้ไม่พลาดเทคโนโลยีที่มีบทบาทสำคัญ

ในการขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงบนโลก

DEEP TECH คืออะไร?

Deep Tech เป็นคำที่ไม่มีนิยามชัดเจน แต่โดยนัยสำคัญแล้ว หมายถึงเทคโนโลยีขั้นสูงที่อาศัยการค้นคว้า วิจัย ทำ R&D พัฒนาให้เกิดเป็นสิ่งใหม่ มีความสามารถที่ล้ำหน้า ทันสมัย

เว็บบอร์ดยอดนิยมอย่าง Quora ได้ถกเถียงและมึนิยาม Deep Tech กันว่า

“เป็นเทคโนโลยีซึ่งถูกคิดค้นและพัฒนาขึ้นมาใหม่ จากนวัตกรรมเชิงวิศวกรรมและวิทยาศาสตร์ โดยกระบวนการกว่าจะคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ขึ้นมาได้นั้น ต้องผ่านการวิจัยและทดลอง และเนื่องจากเป็นสิ่งใหม่ จึงมีความล้ำหน้า ทันสมัย ที่สำคัญ Deep Tech ยังยากต่อการเลียนแบบ และมักจะมีสิทธิบัตรทางปัญญาคุ้มครองไว้”

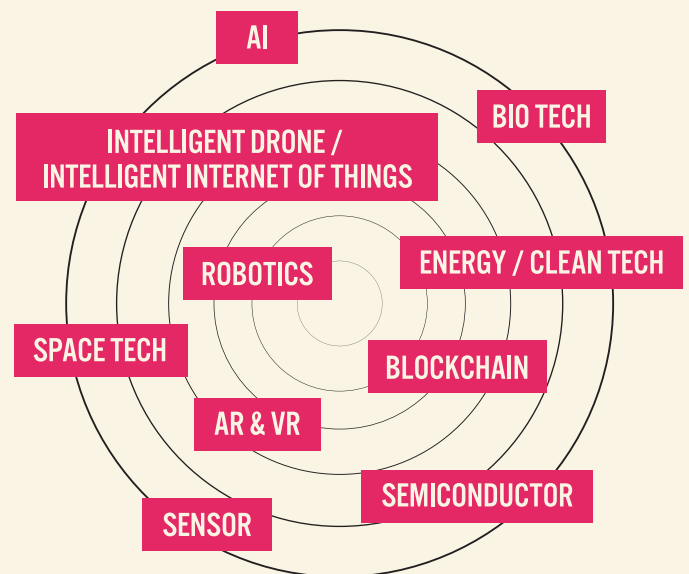
พูดง่ายๆ ก็คือ Deep Tech เน้นการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ความสามารถใหม่ๆ และมักถูกคิดค้นขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาที่เทคโนโลยีปัจจุบันยังแก้ไขไม่ได้

เช่น การเปลี่ยนแปลงยีนในร่างกาย การฝังชิปแทนอวัยวะผู้คน การสร้างรถยนต์ที่ไม่ต้องพึ่งพาน้ำมัน หรือการพาผู้คนเดินทางไปยังดาวอังคาร ฯลฯ แตกต่างจาก Tech Startup ทั่วไป ที่เป็นการพัฒนาเว็บไซต์หรือโมบายแอปพลิเคชัน ซึ่งไม่จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีขั้นสูงหรือการทำ R&D

ประเภทของ DEEP TECH STARTUP

การระบุประเภทในที่นี้นั้น อ้างอิงจากหลากหลายแหล่ง ทั้งจากบริษัทชั้นนำ เช่น BCG รวมถึงความคิดเห็นของบุคคลในวงการ

ขณะเดียวกันด้วยความ “ใหม่” และความเป็น “นวัตกรรม” ทำให้ในอนาคต อาจจะมีเทคโนโลยีแขนงอื่น ถูกรวบรวมไว้ในหมวดหมู่ Deep Tech เพิ่มขึ้น



รายชื่อเหล่านี้ล้วนคุ้นหูกัน บางชื่อก็เป็นชื่อเทคโนโลยีประเภท Core Technology ซึ่งสามารถใช้เป็นเทคโนโลยีเบื้องหลังของตัวอื่น ๆ ได้ เช่น AI บางชื่อก็เป็นชื่อการนำไปประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรม แต่เป็นอุตสาหกรรมที่มีความท้าทายสูง เช่น Space หรืออวกาศ Bio หรือชีวภาพ

สำหรับสตาร์ทอัพสาย Deep Tech นั้น เช่น สตาร์ทอัพที่ใช้ Machine Learning แบบ API ที่ถูกเผยแพร่หรือให้ใช้ได้ทั่วไป ถือว่าเป็นเทคโนโลยีที่แพร่หลาย ในขณะที่สตาร์ทอัพซึ่งสร้างสรรค์ระบบ 3D แบบ Real Time Artificial Vision ในรถยนต์ไร้คนขับ โดยผ่านการวิจัยและพัฒนาเอง โดยใช้ความรู้ขั้นสูงทางด้านคณิตศาสตร์ เราจะเรียกสตาร์ทอัพแนวนี้ว่า Deep Tech

รู้จักประเภทของ DEEP TECH กัน

ประเภท Deep Tech ที่จะพูดถึงในเนื้อหาส่วนนี้ เป็นประเภทเด่นๆ ที่เริ่มมีบทบาทและถูกนำมาใช้มากขึ้น สตาร์ทอัพและบริษัทใหญ่ๆ ในไทยต่างก็กำลังให้ความสนใจ มาดูกันดีกว่าว่าประเภท Deep Tech ที่น่าจับตามืออะไรบ้าง

01

AI ปัญญาประดิษฐ์

คือเทคโนโลยีที่อาศัยเทคนิคต่างๆ ทำให้คอมพิวเตอร์สามารถทำงานที่มีความซับซ้อน ราวกับมี ‘สติปัญญา’ ของตัวเอง

AI เป็น Deep Tech ประเภท Core Technology ที่สามารถนำมาใช้จริงได้หลากหลายอุตสาหกรรม ตั้งแต่เป็นแกนหลักในการสืบค้นและแปลภาษาของ Google

ใช้พัฒนา Vision ของรถยนต์ไร้คนขับ

ใช้ในธุรกิจรักษาความปลอดภัย

ใช้ในอุตสาหกรรมบันเทิงอย่าง Spotify เช่น ใช้ AI เล่นดนตรีแทนศิลปิน

การท่องเที่ยวอย่างเว็บ Skyscanner ที่ทำระบบผู้ช่วย (Personal Assistant) เพื่อการจองตั๋วเครื่องบิน และยังถูกใช้ในวงการการแพทย์อีกด้วย

ตัวอย่างของ AI ที่เราอาจจะเคยเห็นผ่านตามาบ้าง เช่น หุ่นยนต์เล่นหมากรุก, โปรแกรมที่เข้าใจภาษามนุษย์และพูดคุยโต้ตอบ เป็นต้น

AI ยังมีหมวดหมู่แยกย่อยอยู่อีกหลายแขนง เช่น Machine Learning หมายถึง AI ที่ไม่ต้องเขียนโปรแกรมสั่งการโดยตรง แต่อาศัยการเรียนรู้จากแพทเทิร์นข้อมูล, Computer Vision หรือความสามารถในการมองเห็นและตีความหมายของภาพหรือวิดีโอ เป็นต้น



02

BIOTECH (BIOTECHNOLOGY)

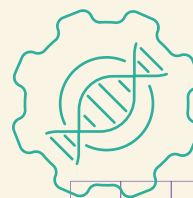
หรือเทคโนโลยีชีวภาพ

United Nations Convention on Biological Diversity ได้ให้นิยามของเทคโนโลยีชีวภาพ ไว้ว่า

“การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีต่างๆ มาใช้กับระบบทางชีวภาพ สิ่งมีชีวิต หรือสิ่งที่ได้จากระบบทางชีวภาพและสิ่งมีชีวิต เพื่อที่ทำการสร้างหรือปรับปรุงแก้ไข ผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในเรื่องเฉพาะด้าน”

ซึ่งโดยมากแล้วมักนำมาประยุกต์ใช้ในการเกษตร ด้านอาหาร ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการแพทย์ เป็นต้น

ตัวอย่างสตาร์ทอัพสาย BioTech ในเมืองไทย เช่น JuiceInnov8 ผู้พัฒนาเทคโนโลยีการลดปริมาณน้ำตาลในเครื่องดื่ม และในต่างประเทศ เช่น Bento Labs ผู้ผลิตอุปกรณ์ขนาดย่อมให้คุณสามารถเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล DNA ได้ด้วยตัวเอง เป็นต้น



03

IOT
(INTERNET OF THINGS)

หลายคนอาจจะมีภาพจำของ IoT ผูกติดกับ Smart Device อย่างสายรัดข้อมือสุขภาพ Fitbit แต่จริงๆ แล้ว IoT ครอบคลุมหลากหลายกว่านั้น มีประโยชน์ต่อทั้งโรงงาน อุตสาหกรรม สถานพยาบาล หรือแม้กระทั่งการเตือนภัยพิบัติ

IoT คือการที่อุปกรณ์ต่าง ๆ เชื่อมต่อและสื่อสารกันได้ โดยมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเซ็นเซอร์เป็นตัวเชื่อมโยง และไม่ได้แค่เชื่อมโยงอุปกรณ์หนึ่งๆ เข้ากับสมาร์ตโฟนเท่านั้น แต่ IoT สามารถประยุกต์ใช้ให้อุปกรณ์ทุกอย่างที่ถูกออกแบบมาให้เชื่อมโยงกันได้ จะสามารถสื่อสารกันได้หมดเลย

เช่น สายรัดข้อมือสุขภาพสามารถคุยกับรถยนต์ไร้คนขับ ให้ช่วยขับพาผู้ป่วยที่กำลังจะหัวใจวายไปโรงพยาบาลได้ โดยที่โรงพยาบาลก็ได้รับการแจ้งเตือนจากสายรัดข้อมืออีกทางแล้ว

หรือเครื่องจับระดับน้ำในแม่น้ำ ที่สามารถส่งสัญญาณเตือนเมื่อระดับน้ำสูงขึ้น โดยจะส่งข้อความเตือนเข้ามือถือของประชาชนริมน้ำ ให้เตรียมอพยพได้ทันเวลา เป็นต้น

และด้วยความที่ IoT สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ จึงสามารถเข้าถึงแอปพลิเคชันต่างๆ ได้ และนำมาประยุกต์ใช้งานได้หลายอย่าง เช่น เชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันสาย AI เพื่อเพิ่มความสามารถด้าน AI ให้กับอุปกรณ์

04

ROBOTICS

เมื่อไม่กี่ปีมานี้ เราเห็นหุ่นยนต์ล้ำๆ ถูกเปิดตัวออกมาเพื่อแก้ปัญหาส่วนบุคคลและปัญหาระดับสังคมจำนวนไม่น้อย หุ่นยนต์ยุคนี้ทำได้มากกว่าเจ้า R2D2 แห่ง Star Wars

พวกมันทั้งเป็นเชฟคอยทำสลัด คำนวณแคลอรี่อย่างแม่นยำ ปรงพืชชาได้ หรือแม้กระทั่งตรวจหาผู้ประสบภัยในสภาพแวดล้อมที่ยากต่อการค้นหาได้ เป็นต้น

เทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยให้คุณภาพชีวิตผู้คนดีขึ้น และยังสามารถปรับใช้กับอุตสาหกรรมใหม่ๆ เช่น หุ่นยนต์เชฟสลัด ที่สามารถนำมาติดตั้งบนตู้สั่งอาหารอัตโนมัติได้

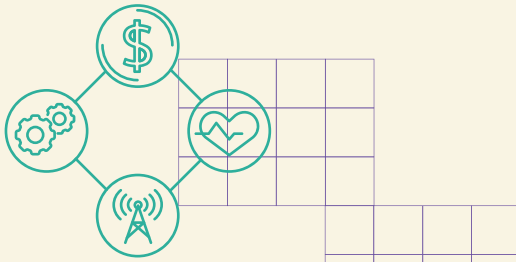
05

ENERGY

พลังงานคือปัจจัยสำคัญ โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ที่ประชากรหนาแน่น ปัจจุบันเทคโนโลยีเชิง Deep Tech ที่เกี่ยวกับพลังงานสะอาดมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ขณะที่ราคาลดต่ำลง เปิดโอกาสให้สตาร์ทอัพหลายเจ้าเข้ามาเป็นผู้เล่น พัฒนาส่งเสริม ผลคือแนวโน้มที่เราจะมีพลังงานสะอาดใช้อย่างเพียงพอน่าจะเกิดขึ้นได้ไม่ยาก

ตัวอย่างการพัฒนาเทคโนโลยีในสาย Deep Tech เช่น ประเภทเทคโนโลยีแบตเตอรี่ อย่าง Lithium-air batteries ซึ่งสามารถดึงออกซิเจนจากสภาพแวดล้อมมาใช้แทนที่จะใช้ออกซิโดเซอร์ภายในแบตเตอรี่ ทำให้แบตเตอรี่เครื่องยนต์อยู่ได้นานยิ่งขึ้น ตัวนี้คาดว่าจะเริ่มออกสู่ตลาดในปี ค.ศ. 2018

อีกตัวอย่างคือประเภทเทคโนโลยีด้านการผลิตพลังงานไฟฟ้า เช่น Biofuels หรือการใช้ผลิตภัณฑ์ทางชีวภาพในการผลิตพลังงานและลดก๊าซเรือนกระจก, พลังงานลม, พลังงานคลื่นน้ำ, แผงโซลาร์เซลล์ ฯลฯ และสุดท้ายคือเทคโนโลยีประเภท Smart Grid หรือด้านการบริหารจัดการพลังงาน เช่น Smart energy network ซึ่งเป็นแนวคิดการสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนพลังงาน



06

BLOCKCHAIN

คือเทคโนโลยีรูปแบบการเก็บข้อมูลของระบบที่ไม่มีศูนย์กลางแต่เชื่อถือได้ Blockchain มักถูกนำมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการเงิน อย่างไรก็ตามเนื่องจากมันเป็นรูปแบบหนึ่งของการเก็บและแชร์ข้อมูล มันจึงสามารถนำมาใช้งานได้หลากหลายมาก

Blockchain นั้นเป็นคอนเซ็ปต์ที่มีผู้นำมาพัฒนาต่อยอดเกิดเป็นตระกูลหลายตระกูล เช่น ตระกูล Ethereum ตระกูล Provenance ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลที่มาจากสินค้านำเข้าทั้งหมดทั้งซัพพลายเชน และมีอีกหลายสตาร์ทอัพที่นำเทคโนโลยีของแต่ละตระกูลไปพัฒนาต่อยอด เช่น สตาร์ทอัพที่นำ Blockchain มาเน้นพัฒนาในการทำ Smart contract สำหรับอุตสาหกรรมบางอุตสาหกรรมโดยเฉพาะ

เช่น วงการอสังหาริมทรัพย์ สามารถประยุกต์ใช้ทำ Smart contract โดยถ้าสัญญาอยู่ในบล็อกเชน ทุกคนจะเห็นข้อมูลตรงกัน เราจึงสามารถไว้ใจให้ระบบ Automate ปฏิบัติงานใดๆ ตามที่ระบุไว้ในสัญญาได้ เป็นต้น



07

SPACE TECH (SPACE TECHNOLOGY)

คือเทคโนโลยีอวกาศ CB Insights เคยรายงานถึงสตาร์ทอัพสาย Space Tech ว่ามีแล้วไม่ต่ำกว่า 57 บริษัท

ในเมืองไทยอาจไม่ค่อยได้เห็นมากนัก แต่ในต่างประเทศเริ่มเป็นที่ตื่นตัวกันมาก เนื่องจากมีบริษัทใหม่หลายบริษัทเข้ามาพัฒนาเรื่องนี้ จากเดิมที่คนเข้าใจว่าเป็นเรื่องขององค์กรยักษ์ใหญ่อย่าง NASA อย่างเดียว

Space Tech นั้นไม่ได้หมายถึงการผลิตกระสวยอวกาศอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีแนวทางการพัฒนาที่หลากหลาย เช่น ด้าน Exploration อย่างการหาวิธีค้นคว้าทรัพยากรธรรมชาติในอวกาศ และการค้นคว้าอื่นๆ เช่น บริษัท Planetary Resources, ด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารระหว่างโลกและภายนอกโลก เช่นบริษัท Kymeta, ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลดวงดาว อย่าง Orbital Insight และด้านการออกแบบและการปล่อยกระสวยอวกาศ อย่าง SpaceX และ Blue Origin

08

AR & VR

AR ย่อมาจาก Augmented Reality และ VR ย่อมาจาก Virtual Reality

สองข้อนี้เป็นเทคโนโลยีภายใต้ตระกูล 'การจำลองเสมือนจริง' ความแตกต่างคือ VR นั้นเน้นเรื่องการทำให้ Simulation หรือการจำลองโลกจริงลงไปในโลกดิจิทัล เช่น การทำวิดีโอ 360 องศา

ส่วน AR นั้นหมายถึงการทำส่วนตัวขยายระหว่างโลกความจริงและโลกดิจิทัล ผู้ใช้ยังคงใช้ของหรือวัสดุในชีวิตประจำวัน แต่เพิ่มส่วนต่อขยายให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคอมพิวเตอร์ จนทำให้คอมพิวเตอร์ภายนอกใช้งานได้แบบเชื่อมต่อกัน

ตัวอย่างการประยุกต์ใช้ด้าน AR เช่น ด้านดนตรี มีโครงการ DRUM STAGE ซึ่งเป็นโปรเจกต์สมัยมหาวิทยาลัยของผู้เขียน เป็นการจำลองประสบการณ์การเล่นกลองชุดโดยใช้เพียงแท่นจับที่มีเซ็นเซอร์

ที่มา

<https://www.quora.com/How-would-you-define-deep-tech>
<https://www.cbinsights.com/research/space-tech-startups-market-map/>
<https://techsauce.co/technology/blockchain/understand-blockchain-in-5-minutes/>
www.thaihibiotech.info
<https://www.ict.mahidol.ac.th/thai/newsandevents/2558/news230858.html>

เทรนด์การลงทุนในสตาร์ทอัพ สาย DEEP TECH

ลักษณะของ DEEP TECH



พัฒนาขึ้นใหม่จากนวัตกรรม
เชิงวิศวกรรมและวิทยาศาสตร์



ผ่านการวิจัย
และทดลอง



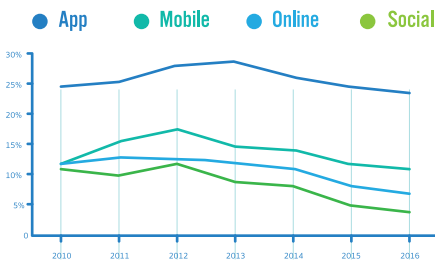
มีความล้ำหน้า



มี IP หรือ
ทรัพย์สิน
ทางปัญญา

<http://bit.ly/2mldVfF>

เทรนด์การลงทุนในสตาร์ทอัพ สายแอปพลิเคชันหรือโซเชียลในอเมริกาตกลง



<http://read.bi/2icpdr7>

ประเภท DEEP TECH ที่โดดเด่น

AI



Autonomous Car



Facial Recognition

Semiconductor



High Efficient
Solar Panel



Medical
Devices' Sensor

BioTech



Memory Implants



Gene Therapy

Aerospace

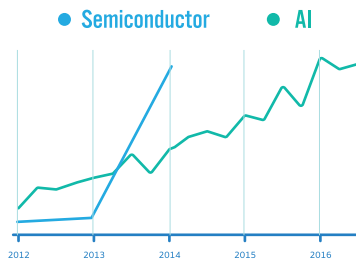


Reusable Rocket



Energy Efficiency
Rocket Engine

สถิติและแนวโน้มการลงทุน DEEP TECH (บางประเภท)



<http://bit.ly/2zC7QsZ>, <http://bit.ly/2Aq2UFH>

บริษัทยักษ์ใหญ่ ลงทุนใน DEEP TECH มากขึ้น

UBER



Autonomous Car & Truck

Google



Autonomous Car



Robotics

Microsoft



Sociable Chatbot



Voice Search

Facebook



High-Performance AI
Compute Platform
(Big Basin)



AI Image
Recognition

<https://code.facebook.com/posts/1835166200089399/introducing-big-basin-our-next-generation-ai-hardware/>

SpaceX

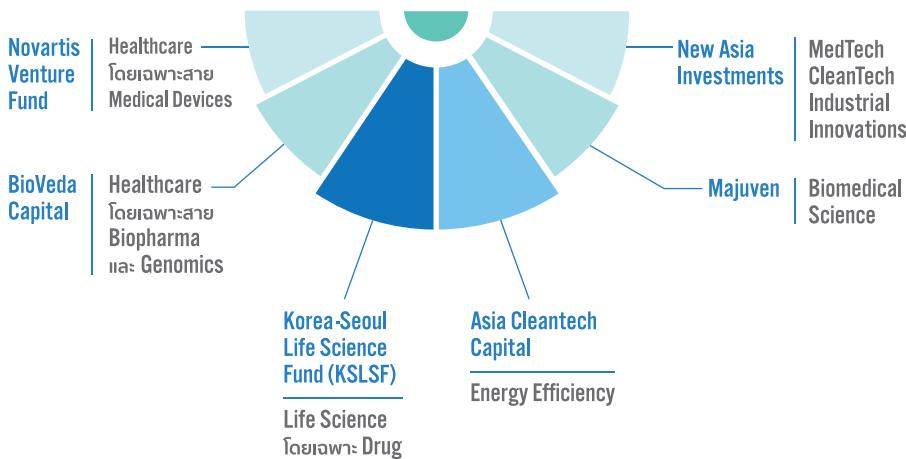


BFR (Big Falcon Rocket)
Space & Ground Infrastructure
System of Spaceflight Technology



Hyperloop

VC ที่สนใจลงทุนในสตาร์ทอัพเอเชีย สาย DEEP TECH



<http://bit.ly/2mldVfF>

INTERVIEW



OMISE'S WAY

ตัวตน คนทาง และก้าวอย่างที่มุ่งหน้าสู่ระดับโลก

เขียน ศักยา กุฎี

ถ่ายภาพ อวภาค

ปี พ.ศ. 2560 เป็นปีที่ชื่อ Omise สตาร์ทอัพไทยที่โดดเด่นเรื่อง Payment Gateway (ระบบรับชำระเงิน) ถูกพูดถึงอยู่ตลอดทั้งปี

ไล่ตั้งแต่การเข้าซื้อ Paysbuy, การประกาศความร่วมมือกับ McDonald's ประเทศไทย, การได้รับรางวัลสตาร์ทอัพด้านดิจิทัลแห่งปีจากนายกรัฐมนตรี, รวมไปถึงการประสบความสำเร็จจากการระดมทุนผ่าน Initial Coin Offering (ICO) ของ OmiseGO และมีมูลค่าตลาดและหลักทรัพย์หนึ่งพันล้านเหรียญสหรัฐ ในเวลาเพียงไม่กี่เดือนหลังจากเปิดตัว

แต่ขอยกย...ในการพบกันครั้งนี้เราไม่ได้นัดเจอกับ Omise เพื่อพูดคุยถึงประเด็นยูนิคอร์นแต่อย่างใด (อย่างน้อยที่สุดทั้งสองฝ่ายก็เห็นพ้องกันเช่นนี้)

เรานัดสนทนากับวิศิษฐ์ ยินดีสิริวงศ์ กรรมการผู้จัดการประจำประเทศไทยของ Omise

เพื่อพูดถึงตัวตนของ Omise

คนทางเดินที่ผ่านมา

รวมถึงก้าวอย่างในปีหน้าของบริษัท

ทราบมาว่าช่วงปีกว่าๆ ที่ผ่านมา Omise หันมาจับกลุ่มลูกค้าองค์กรใหญ่แนว Enterprise มากขึ้น ความเปลี่ยนแปลงนี้ เกิดขึ้นได้อย่างไร?

ปี พ.ศ. 2559 ภายหลังจากระดมทุนในระดับซีรีส์บี มีผู้บริหารในกลุ่มที่เชี่ยวชาญจากวิซ่าและมาสเตอร์การ์ดเข้ามาช่วยดูแลมากขึ้น เขาผ่านร้อนผ่านหนาวจากองค์กรระดับใหญ่มา เลยมองว่าในการจะเดินหน้าต่อไปอย่างมั่นคงในอนาคต เราจะต้องขยายฐานลูกค้าออกไปให้มากขึ้นกว่าเดิม จากที่รองรับกลุ่มสตาร์ทอัพและเอสเอ็มอี เราจึงเริ่มโฟกัสกับกลุ่ม Enterprise มากขึ้นด้วย

ต้องบอกก่อนว่านี่ไม่ใช่ครั้งแรกที่เราเปลี่ยนแนวทาง Omise เริ่มต้นธุรกิจมาจากการพัฒนาแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซมาก่อน เราแพลนไว้ว่าจะทำเป็น Marketplace แต่พอเราไปเจอเรื่องการทำจ่ายออนไลน์ที่ไม่สะดวก ได้เจอกับ Pain Point ของคนทำธุรกิจเองกับตัว เราคิดว่านี่คือสิ่งที่ควรโฟกัส เลยหันมาทำระบบรับชำระเงิน ช่วงแรกๆ เราได้รับความสนใจจากกลุ่มธุรกิจสตาร์ทอัพและเอสเอ็มอีเป็นอย่างมาก และหลังๆ ก็เริ่มได้รับความไว้วางใจจากองค์กรใหญ่ๆ ระดับประเทศ

ปัจจุบันคุณยังดูแลลูกค้าฝั่งสตาร์ทอัพและเอสเอ็มอีอยู่ไหม?

เรายังคงให้บริการและยินดีต้อนรับธุรกิจสตาร์ทอัพเกิดใหม่ และธุรกิจเอสเอ็มอีเสมอไม่เปลี่ยนแปลง

จากประสบการณ์ที่ทำงานร่วมกันมา ต้องยอมรับว่ากลุ่มนี้จะค่อนข้างคล่องตัวสูง มีความเชี่ยวชาญและดำเนินการฉับไว เราจึงตั้งใจทำระบบให้เป็นออนไลน์ทั้งหมด ตั้งแต่ขั้นตอนการสมัครบัญชีผู้ใช้ที่เป็นแบบ E-KYC รวมไปถึงเอกสารแนะนำวิธีการติดตั้งและใช้งานที่อยู่บนเว็บไซต์ของเรา เพื่ออำนวยความสะดวกและช่วยลดระยะเวลาในการติดตั้งและดำเนินการ ทำให้ธุรกิจสามารถเริ่มต้นกับ Omise ได้ไว

การเปลี่ยนแนวทางจากที่เคยโฟกัสลูกค้าหลักกลุ่มหนึ่ง หันมาโฟกัสกับกลุ่ม Enterprise ที่ค่อนข้างดีลยาก ฟังแล้วเป็นการตัดสินใจที่เสี่ยงเหมือนกัน อะไรคือจุดที่ทำให้มั่นใจว่าการเปลี่ยนแปลงนี้จะไม่เป็นการทรมานตัวเอง แล้วนำไปสู่ความสำเร็จ?

ตอนที่เรารับคุยกับ Enterprise รายแรกๆ ยอมรับว่าไม่ถนัดเลย ความต้องการของธุรกิจขนาดใหญ่

ต่างจากกลุ่มผู้ใช้เดิมที่เราเคยให้บริการกันอยู่แล้วตอนนั้น Omise เองถือเป็นสตาร์ทอัพที่ค่อนข้างน้อยมาก

ช่วงที่ไปคุยกับกลุ่ม Enterprise ช่วงแรกๆ ไม่มีใครรู้จัก Omise เลย ผมยังจำได้ คำถามแรกที่เจอคือ “ผมเอาเงินเป็นหลักหมื่นล้านพันล้านบาทมาให้คุณแล้วบริษัทคุณจะปิดหนีหรือเปล่า?” ความมั่นใจเขาไม่มีเลย เราต้องหาวิธีทำให้เขามั่นใจ ก็บอกเขาว่า โอเค เขาไม่ต้องให้มาทั้งหมดก็ได้ เราขอแค่แผนกเดียว แล้วมาดูกันว่ายอดขายจะดีขึ้นไหม

เราคุยและพิสูจน์อยู่เป็นปี ถึงตกลงดีกันได้ หลังจากนั้นผลงานก็พิสูจน์ตัวเอง พอเราทำให้องค์กรหนึ่งมั่นใจ เขาก็บอกต่อกัน หน่วยงานอื่นก็ทยอยมา

สตาร์ทอัพหลายรายก็อยากทำดีกับกลุ่ม Enterprise เหมือนกัน แต่ไม่ใช่ทุกรายที่ทำได้ อะไรคือจุดแข็งของ Omise?

ในเรื่อง Payment Gateway ถือว่า Omise เป็นหนึ่งในผู้เชี่ยวชาญ ส่วนหนึ่งเนื่องจากทีมงานมองเห็นช่องทางการพัฒนา และเราตั้งใจแก้ไขเรื่องทำจ่ายให้ง่ายขึ้น

หัวใจสำคัญของการขายของออนไลน์ ไม่ใช่ว่าต้องขายของถูกกว่าคนอื่น แต่ถ้าลูกค้าจ่ายไม่สะดวก หยิบสินค้าลงตะกร้าแต่กลับชำระเงินไม่สำเร็จ อันนั้นแหละคืออุปสรรค บริการของ Omise อาจจะไม่ได้มาด้วยราคาที่ถูกลงที่สุด แต่เราออกแบบเทคโนโลยีด้านการรับชำระเงินที่ดีที่สุดแก่ร้านค้าผู้ใช้บริการของเรา และมาด้วยกลยุทธ์ที่ว่าอยากให้ผู้บริโภคสามารถชำระเงินได้อย่างสะดวกราบรื่น ประสบการณ์การชำระเงินที่ดี คือปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจเติบโต

เราเทียบให้เขาดูว่า เมื่อเทียบกับการทำจ่ายในปัจจุบัน เรามีความแตกต่างอย่างไร คุณลองใช้เราดูสิ เพราะราคาก็ไม่ได้แตกต่างกัน เราไม่คิดค่าซ่อมบำรุงด้วย ถ้าคุณใช้เราก็คิดแค่ค่าบริการเท่านั้นเอง ซึ่งมันง่ายต่อการตัดสินใจเปลี่ยนมาใช้บริการของเรา

แล้ว OmiseGO คืออะไร และเริ่มมาจากไหน?

เป็นความตั้งใจของคุณจุน ฮาเซกาวา (Jun Hasegawa) ผู้ก่อตั้งบริษัท คือ Omise มีเป้าหมายว่าต้องการให้ทุกๆ คนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างเท่าเทียม แต่ทุกวันนี้เราก็กังขังไปไม่ถึงจุดนั้นนะครับ

เมื่อ 2 ปีที่แล้วเราตั้ง Omise Blockchain Lab ขึ้นมาเพื่อทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้โดยตรง โดยเราเป็นบริษัท FinTech รายแรกที่เข้าร่วมใน Ethereum Community และได้ให้การสนับสนุนโครงการ/โปรเจกต์ต่างๆ เสมอมา โครงสร้างพื้นฐานของ Ethereum จะอยู่บน Blockchain ซึ่งตัดคนกลางออกไป ตอบโจทย์เราได้เป็นอย่างดี จึงเกิดเป็น OmiseGO ขึ้นมา

เราตั้งใจวางโครงสร้างและพัฒนาแพลตฟอร์ม OmiseGO เพื่อให้รองรับการแลกเปลี่ยนมูลค่าต่างๆ ที่เป็นดิจิทัลซึ่งจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต โดยไม่จำกัดว่าเป็นเงินอย่างเดียว แต่รวมถึงแถมสะสม, โฉลก, เหรียญหรือไอเท็มเกม เป็นต้น ซึ่ง ณ เวลานี้เรากำลังพัฒนาความสามารถของ e-Wallet อยู่ เพื่อลดการรวมศูนย์ทางการเงิน และสนับสนุนระบบการเงินที่เปิดกว้างให้ใครๆ ก็สามารถใช้ได้

ตัวอย่างเช่น เด็กที่เล่นเกมออนไลน์มีไอเท็มพิเศษหรือเหรียญเกมสะสมอยู่จำนวนมาก ภายใต้ระบบนี้เขาสามารถนำไอเท็มมาเทรดเพื่อแลกเปลี่ยนเป็นทุนการศึกษา หรือใช้จ่ายค่าเทอมได้ โดยที่การแลกเปลี่ยนมูลค่าเหล่านี้สามารถ Validate ผ่านระบบที่ทุกคนสามารถตรวจสอบกันและกันได้จริง ผ่านเทคโนโลยี Blockchain นั่นคือสิ่งที่เราอยากจะทำให้เกิดขึ้นในอนาคต

ดูเหมือนว่า OmiseGO จะระดมทุนได้เยอะมากในตอนเปิด ICO ถือว่าบริษัทบรรลุเป้าหมายไหม?

ตอนทำ ICO เป้าหมายเราไม่ได้ต้องการระดมทุนให้ได้มูลค่ามากที่สุด แต่การทำ ICO คือเราต้องการกระจาย Token ออกไปสู่ผู้ที่ให้การสนับสนุนโปรเจกต์ของเราใน community ทั้งนี้ก็เพื่อให้โครงสร้างของระบบมีความแข็งแกร่ง เมื่อ Token กระจายออกไปเป็นวงกว้างก็เท่ากับมี Validator กระจายอยู่เยอะ

ในมุมมองของเราคือทุกคนควรสามารถมีส่วนร่วมกับเทคโนโลยีตัวนี้ได้ เราต้องการ Decentralize หรือกระจายศูนย์ กระจายความน่าเชื่อถือของระบบให้กับทุกๆ คนมากกว่าเก็บไว้คนเดียว เราไม่ได้ทำเพื่อเปลี่ยนโลกหรือเพื่อที่จะทำให้ทุกๆ อย่างเป็นของเรา ตรงกันข้ามเราทำเพื่อให้คนในสังคมได้มีส่วนร่วมด้วยเทคโนโลยีนี้อย่างครอบคลุม



จงให้ความสำคัญกับคน
ใส่ใจคน และสร้างทีมที่มอง
เห็นภาพอนาคตร่วมกัน เวลา
ที่ Omise มีการปรับเปลี่ยน
แนวทางธุรกิจ หากทีมไม่เห็น
ภาพร่วมกัน ก็ยากที่จะเดินไป
ได้ด้วยดี



คุณบอกว่า OmiseGO ไม่ได้จะเปลี่ยนโลก
แต่ถ้าฟังจริงๆ แล้ว นี่คือการเปลี่ยน
วิถีการใช้ชีวิตแบบที่เราจินตนาการไม่ถึง
เลยนะ?

มันเปลี่ยนจากการรวมศูนย์ (Centralize) จากเดิม
ที่ทุกอย่างต้องไปที่ศูนย์กลางก่อน แต่สิ่งที่เราทำ
จะช่วยตัดคนกลางออกไป นี่คือสิ่งที่เราเปลี่ยนแปลง

หลายคนอาจจะบอกว่าจินตนาการไม่ถึง แต่จะบอก
ว่า ทุกวันนี้วิถีชีวิตเราก็คาบเกี่ยวกับสิ่งนั้นกันอยู่
ไม่น้อยนะครับ อย่างเราใช้จ่ายผ่าน e-Wallet
เราสะสมแต้มจากการช้อปปิ้งในห้างสรรพสินค้า
หรือเรามีบัตรสะสมไมล์สายการบิน เราสะสมมูลค่า
บางอย่างในบัตรเหล่านั้น เพียงแต่ทุกบริษัทมีระบบ
ของตัวเอง การแลกเปลี่ยนมูลค่าที่เป็นไปในทุก
วันนี้ก็อยู่ในวงจำกัด

แต่ถ้าเราสามารถให้ OmiseGO ซึ่งเป็นพื้นฐาน
Blockchain ให้เป็นระบบที่บริษัทห้างร้านเข้ามา
ใช้ได้ เราจะมีอิสระในการแลกเปลี่ยนมูลค่าต่างๆ
ระหว่างกัน หรือแปลงมูลค่าที่เรามีอยู่นั้นได้ง่ายขึ้น
ขอยกตัวอย่างง่ายๆ เราจะสามารถแปลงคะแนน
สะสม (Loyalty Point) ที่ได้จากการซื้อของในห้าง
สรรพสินค้า ให้เป็นไมล์ของสายการบิน
หรือเป็นแต้มสะสมของโรงแรมเพื่อใช้สิทธิเข้าพัก
เป็นต้น

ลืมเรื่องการส่งเรื่องไปยังระบบส่วนกลางเพื่อขอ
แลกคะแนนและรอการอนุมัติที่ยังยากไปได้อยู่
นี่คือภาพที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

**Omise ดูเป็นสตาร์ทอัพที่กราฟพุ่งตลอด
เคยมีจุดที่เพล้งไหม? แล้วพวกคุณผ่าน
มาได้ยังไง?**

อย่างที่เคยบอกไป เราเคยเปลี่ยนแนวธุรกิจแบบ
หักมุมมาแล้วรอบหนึ่ง จากที่ทำระบบอีคอมเมิร์ซที่
เปลี่ยนมาโฟกัสที่ระบบรับชำระเงินแทน คือการ
ทำธุรกิจต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา แนวทาง
ที่เคยนำความสำเร็จมาให้เราได้ แนนอนว่าไม่ได้คง
อยู่ถาวรเสมอไป เมื่อธุรกิจเติบโตขึ้น เราต้องลอง
เรียนรู้ ปรับแก้ เพื่อเดินหน้าต่อ

**แผนของ Omise ในอนาคตที่วางไว้มีอะไร
บ้าง?**

แน่นอนว่าเรื่องระบบรับชำระเงินยังเป็นธุรกิจหลัก
ของเรา เราจะเน้นเรื่องขยายขีดความสามารถให้
รองรับ QR Code และ e-Wallet

นอกจากนี้เรามีแผนจะทำบริการชำระแบบแบ่งจ่าย
โดยลูกค้าที่อยากซื้อสินค้าออนไลน์แล้วผ่อนชำระ

ก็สามารถทำได้ ซึ่งคิดว่าไม่เกินต้นปีหน้า ส่วนเรื่อง
บริการหลังการขาย คงจะเน้น Customize ในการ
ดูแลลูกค้าให้มากขึ้น

ส่วนในพาร์ท OmiseGO เรากำลังพัฒนา e-Wallet
แบบ White-Label อยู่ คำว่า White-Label เป็น
ศัพท์เชิงเทคนิค หมายถึง “ปรับเปลี่ยนได้” ดังนั้น
e-Wallet ของเราจึงสามารถปล่อยให้บริษัทห้าง
ร้านต่างๆ ที่อยากจะใช้ Blockchain สามารถเข้า
มาพัฒนาตัว e-Wallet ของเขาเองได้

ตรงนี้จะช่วยเสริมกัน เพราะส่วนที่เป็นระบบรับ
ชำระเงิน คือเรารับชำระ ส่วน OmiseGO และ
e-Wallet เป็นส่วนช่องทางให้คนมาใช้ ให้คนแลก
เปลี่ยนมูลค่ากันได้โดยตรง โดยไม่เกี่ยวกับว่าเป็น
มูลค่าแบบไหน

สุดท้ายทั้งสองส่วนจะมาเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน
นี่คืออนาคตที่เราวางหมากไว้ในปีถัดๆ ไป

**สิ่งที่ Omise กำลังทำอยู่ ช่วยขับเคลื่อน
ประเทศไทยอย่างไรบ้าง?**

เราเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการที่อยากเห็นประเทศ
ไทยมีชื่อเสียงระดับโลก ซึ่งตอนนี้เราก็เป็นที่รู้จัก
มากขึ้นในต่างประเทศ ผัง Payment Gateway
ของเรา นอกจากจะให้บริการในไทยแล้ว ยังมีที่
ญี่ปุ่นกับสิงคโปร์ ส่วน OmiseGO เราได้รับการ
ตอบรับเป็นอย่างดีจากหลาย ประเทศทั่วโลก

ประเทศไทยกำลังเดินไปในทิศทางยุค 4.0 รัฐบาล
เองและธนาคารแห่งประเทศไทยก็มุ่งหวังให้
ประเทศไทยเป็น Cashless Society ซึ่ง Omise
ก็ได้มีโอกาสเข้าไปให้คำปรึกษา เข้าไปให้ข้อมูลว่า
เรากำลังทำอะไรและสนับสนุนอะไรให้กับหน่วยงาน
ราชการได้บ้าง ไม่ว่าจะเป็นการช่วยตรวจสอบ
การโอนข้อมูล หรือทำให้การทำงานง่ายต่อชีวิต
ประจำวันมากขึ้น

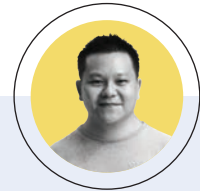
หรือเรื่องการลดการถือเงินสด หากเกิดขึ้นได้จริง
จะลดต้นทุนของประเทศลง เพราะเงินสดมีต้นทุน
ของการพิมพ์ การขนส่งและความปลอดภัย
ทั้งหมดนี้เป็นการลดความเสี่ยง เราจะมีความ
ปลอดภัยมากขึ้น คนไม่ต้องมานั่งหวาดกลัวหรือ
กังวล เราก็จะทำงานได้รวดเร็วขึ้น ประเทศก็จะ
พัฒนาได้เร็วขึ้น

ในฐานะมืออาชีพที่ผันตัวเองจากองค์กร
ใหญ่เข้ามาทำงานในสตาร์ทอัพ คุณมีคำ
แนะนำอะไรอยากจะมีแบบสตาร์ทอัพรุ่น
ใหม่

ทีมควรจะมองเห็นภาพอนาคตร่วมกัน จงพยายาม
สร้างตรงนั้นให้เกิดขึ้น ผมเชื่อว่าสิ่งที่ทำให้
สตาร์ทอัพเติบโต ไม่ใช่เรื่องของเงินทุนอย่างเดียว
แต่เป็นเรื่องของคน

ดังนั้นจงให้ความสำคัญกับคน ใส่ใจคน และสร้าง
ทีมที่มองเห็นภาพอนาคตร่วมกัน เวลาที่ Omise
มีการปรับเปลี่ยนแนวทางธุรกิจ หากทีมไม่เห็น
ภาพร่วมกัน ก็ยากที่จะเดินไปได้อย่างดี

อีกอย่างที่อยากบอกคือ ในภาวะจะสร้าง
สตาร์ทอัพหรือบริษัท ย่อมต้องมีอุปสรรคอยู่แล้ว
จงอย่าเพิ่งท้อใจไปนะครับ



วิศิษฏ์ ยินดีสิริวงค์ กรรมการ
ผู้จัดการประจำประเทศไทยของ
Omise เดิมทีทำงานในเครือ
เซ็นทรัล แต่หลังจากได้เข้าร่วมฟัง
อีเวนต์ที่จูน ฮาเซกาวา ผู้ก่อตั้ง
และอิสราด ะริณสุด ผู้ร่วมก่อตั้ง
Omise US บรรยายเรื่องอนาคต
ของระบบชำระเงินออนไลน์เมื่อ
สองปีก่อน แล้วเกิดแรงบันดาลใจ
รวมถึงสนใจอยากมีส่วนร่วมกับ
สตาร์ทอัพมากขึ้น วิศิษฏ์จึงพัก
พาโอเดย์ Cashless ไปร่วม
Hackathon กับทาง Hubba
ซึ่งทำให้เขาได้พบกับอิสราดอีก
ครั้ง โดยอิสราด เข้าร่วมงานนั้น
ในฐานะกรรมการ

วิศิษฏ์พูดเสมอว่า การได้ร่วมงาน
กับสตาร์ทอัพเป็นความตื่นเต้น
และท้าทาย เขาชอบดีเอ็นเอของ
สตาร์ทอัพที่ว่องไวและปรับตัวเร็ว
ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้สตาร์ทอัพแตกต่าง
กับองค์กรขนาดใหญ่

5 LITTLE THINGS THAT MIGHT BE BIG

5 คุณสมบัติขั้นต้นที่สตาร์ทอัพสาย DEEP TECH ควรมี

เขียน พัทธยา กุฎี

แปลและเรียบเรียงจาก

<https://medium.com/deepscience/the-5-character-traits-required-for-deep-tech-entrepreneurship-f41445cd13ab>



ยืดหยุ่นและพร้อมปรับตัว

ทำสตาร์ทอัพสาย Deep Tech ไม่ต่างกับนั่งรถไฟเหาะ มีเรื่องสุดซึ้งช่วงประตูประเดเข้ามาเสมอ บางวันดีใจ เพราะทีมงานเจอการค้นพบครั้งสำคัญ แต่วันถัดมาก็ตันใจกว่าเพราะการค้นพบครั้ง (ที่เชื่อว่า) สำคัญนั้น ตันกลายเป็นเรื่องล้าสมัย เมื่อเทียบกับการค้นพบครั้งใหม่ของบริษัทคู่แข่ง เป็นต้น

เพื่อป้องกันภาวะจิตตั้งจนอยากปิดบริษัทหนีไป การฝึกใจให้รู้จักยืดหยุ่นและพร้อมปรับตัวจึงสำคัญมาก



เข้าใจความรู้สึกคนอื่น

การทำสตาร์ทอัพหรือธุรกิจนั้น คุณต้องเกี่ยวข้องและรับมือกับคนเป็นหลัก จึงไม่ควรละเลยผู้รอบข้าง ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า นักลงทุน หรือแม้กระทั่งผู้ร่วมก่อตั้ง

ลองสังเกตดูว่าพวกเขาต้องการอะไร แล้วฝึกมองในมุมของพวกเขา ทำความเข้าใจความปรารถนาของพวกเขา แล้วคิดต่อว่ามีหนทางที่จะเชื่อมความปรารถนาเหล่านั้นให้กลายมาเป็นพลังหนุนเสริมวิสัยทัศน์ของคุณได้บ้างไหม



สร้างสรรค์

“ความคิดสร้างสรรค์” เมื่อนำมาใช้กับงานค้นคว้าสาย Deep Tech ผลลัพธ์ที่ได้ อาจพาคุณไปไกลกว่าการใช้ฐานความรู้ทางวิทยาศาสตร์อย่างเดียว

อย่าลืมนะว่า Deep Tech คือการพัฒนานวัตกรรมค้นหา และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ซึ่งคำว่า “ใหม่” ก็เท่ากับว่าคุณควรต้องคิดให้นอกกรอบมากที่สุด



สวมวิญญาณนักขาย

บทบาทนักขายเป็นบทบาทที่เหล่านักวิทยาศาสตร์มักไม่ถนัดเล่น แต่ถ้าจะทำสตาร์ทอัพ คุณก็จำเป็นต้องเล่นบทบาทนี้ซะ แม้อาจจะดูน่ากลัวนิดหน่อยที่จะออกไปเจอลูกค้าใหม่ๆ หรือเจรจาดำเนินการกับนักลงทุน แต่เชื่อเถอะว่าเรื่องพวกนี้ฝึกกันได้

จงอย่าอาย ออกจากหลุมหลบภัย แล้วมาประกาศให้โลกรู้ถึงความยิ่งใหญ่ของโปรเจกต์ที่คุณกำลังทำอยู่กัน



มีความมุ่งมั่นแต่ไม่ยึดติด

การทำภารกิจที่ยิ่งใหญ่ต้องแลกมาด้วยการเสียสละ ทั้งในแง่เงินทุน เวลา และพลังงานชีวิตอย่างสูง ถ้าไม่รู้สึกล้มเหลวมากพอละก็ อาจถอดใจหนีจากไปได้ถามตัวเองให้ดีก่อนว่า คุณหายใจเข้าออกเป็นสิ่งนี้ไหม คุณตื่นตื่นทุกครั้งทีลงมือค้นคว้าและพัฒนาเรื่องนี้หรือเปล่า

ขณะเดียวกันการที่ Deep Tech ใช้เวลานานกว่าจะผลิตดอกออกผลให้ชื่นใจ ดังนั้นจำไว้ว่า จงมุ่งมั่นและทุ่มเทกับเป้าหมาย แต่พร้อมปรับเปลี่ยนวิธีการได้เสมอ

DESIGN TRENDS 2018



โดย
สิริพงษ์ ศรีมาศเกษม
CEO & Founder RGB72
Creative Communication Agency

เป็นธรรมดาเมื่อเข้าสู่ช่วงปลายปี
หลาย ๆ สาขาอาชีพต้องตรวจสอบ
ตัวเองและส่องเทรนด์ต่าง ๆ ทั่วโลก
มองทิศทางและความเป็นไปได้ใหม่ ๆ
เพื่อเตรียมความพร้อมและปรับตัว
ให้ทันก่อนที่จะสายเกินไป

ในวงการออกแบบก็เช่นกันครับ

Insuต์ที่ 1 คือ Brighter Color and Transition

คือการใช้สีที่มีความสว่างมาก สีจัด แรง และมีการไล่สี เราจะ
สังเกตเห็นเทรนด์นี้ได้ชัดเจนนอกจากการเปลี่ยนโลโก้ของ
Instagram จากโลโก้รูปกล้องโบราณ สีน้ำตาล เป็นกล้องลาย
เส้นพร้อมไล่สีจากเหลืองไปผสมชมพูและม่วง



(Icon ปัจจุบันของ Instagram)

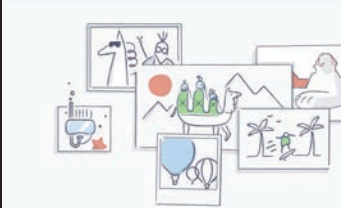
เหตุผลของการเกิดเทรนด์นี้ก็เพื่อ
สร้างความน่าสนใจ และดึงดูดสายตา
ของผู้ใช้งานในยุคปัจจุบัน ที่มัก
จะมองอะไรด้วยความรวดเร็ว การใช้
สีที่สว่าง สีจัด จะช่วยเพิ่มโอกาส
ให้คนหยุดดูและสนใจมากขึ้นได้

Insuต์ที่ 2 คือ Big Bold Typography

คือการใช้ตัวอักษรที่หนาและใหญ่ ซึ่งแน่นอนว่าเมื่อใช้ตัวอักษร
ที่หนาและใหญ่จะนำมาซึ่งเนื้อหาที่น้อยลงด้วย พบเห็นได้มาก
กับงานออกแบบเว็บไซต์ที่ต้องการให้คนเห็นและอ่านได้อย่าง
ง่ายและรวดเร็วในหน้าแรก เพราะผู้ใช้งานในปัจจุบันอ่าน
น้อยลง และข้ามเนื้อหาที่ลึกลงเรื่อยๆ



(เว็บไซต์ของ Adobe Digital Marketing Study ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่
ที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน)

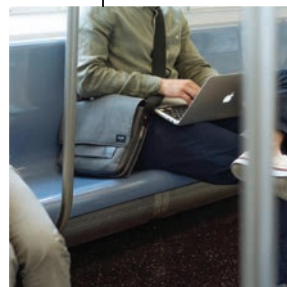


Insuต์ที่ 3 คือ Hand Drawing and Illustration

คือ การนำภาพวาดด้วยมือ หรือภาพวาดลายเส้นมาใช้แทนภาพ
ถ่าย สร้างความรู้สึก “เรียบง่าย” ไม่ซับซ้อนวุ่นวาย ซึ่งงาน
ลักษณะนี้จะถูกใช้บ่อยในการอธิบายเรื่องยากๆ หรือการแนะนำ
วิธีการใช้งานสินค้าใหม่ เพื่อให้ผู้ใช้งานไม่รู้สึกว่าการเริ่มต้น
เรียนรู้ใช้งานสินค้าชิ้นนี้ดูยากจนเกินไป ยกตัวอย่างเช่น คลิป
อธิบายการใช้งานของ Dropbox ที่ใช้ภาพวาดเข้ามาช่วยนอก
จากจะดูง่ายแล้วยังดูไม่น่าเบื่ออีกด้วย

Insuต์ที่ 4 คือ Original Photos

คือการใช้รูปภาพของตัวเองที่ไม่เหมือนใคร
ผู้ใช้งานในปัจจุบันนิยมภาพที่ “สมจริง”
ตกแต่งน้อย ดังที่ได้เห็นจากความนิยม
การดู Live ต่างๆ ผู้ใช้งานส่วนมากชอบ
เห็นความจริง และเพื่อการ Setup ซึ่ง
กลายเป็นการนำเสนอแบบโบราณไปเสีย
แล้ว ดังนั้นภาพที่เจ้าของแบรนด์ถ่ายเอง
หรือจ้างช่างภาพมืออาชีพมาถ่าย เป็นภาพ
Original ที่ไม่เหมือนใครจะกลายเป็น
เทรนด์ภาพถ่ายที่ควรใช้ใน ปี 2018



(ภาพถ่ายสินค้าของ Jack Spade ที่มีความ
เป็นธรรมชาติ ทำให้เข้าถึงง่ายและมีความ
original)

Insuต์ที่ 5 คือ Long Page คือการออกแบบข้อมูล หรือเว็บไซต์ให้มีความยาว

ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาผู้ใช้งานนิยมที่จะเลื่อนหรือ Scroll ลงมาดู
เนื้อหาด้านล่างที่แผ่กระจาย มากกว่าการกดปุ่มเพื่อเปลี่ยนหน้า
ด้วยเหตุผลสองปัจจัยคือ

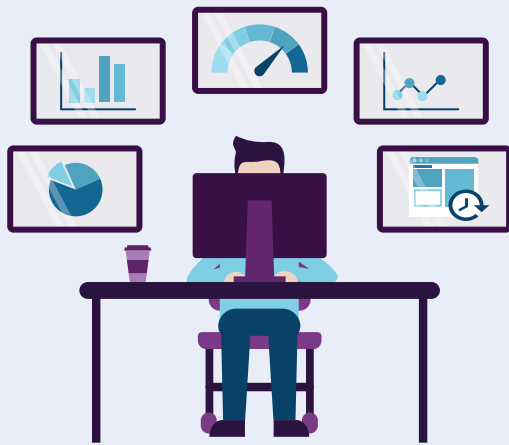
หนึ่ง สามารถอ่านข้อมูลได้อย่างต่อเนื่องเหมือนการใช้
Facebook และ Instagram

สอง ผู้ใช้งานกลัว “หลง” ในเว็บไซต์แล้วกลับมาที่หน้าเดิมไม่ถูก
หากกดเมนูเปลี่ยนหน้า

การออกแบบแบบ Long page หรือทำหน้ายาวนั้นไม่ใช่เรื่องใหม่
แต่เป็นเรื่องสำคัญที่ควรทบทวน ไม่เพียงแต่จะทำให้ผู้ใช้งานรู้สึก
ดีขึ้นแล้ว ยังเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลของสินค้าได้อีกด้วย

MARKETING

เตรียมความพร้อมกับการสร้าง REAL TIME MARKETING (ตอนที่ 2)



หลังจากที่ผู้เขียนได้อธิบายเรื่องการเตรียมความพร้อม
ในแง่ของการเริ่มต้นสร้างทีมงานไปแล้วนั้น
คราวนี้มาถึงขั้นตอนและกระบวนการถัดไป
คือการเลือกเครื่องมือ และการวัดผลจากการทำคอนเทนต์



โดย
อสนุช
เลิศสุวรรณกิจ
CEO และผู้ร่วมก่อตั้ง
Techsauce

เครื่องมือใช้จับกระแส

วันๆ หนึ่งมีข้อมูลข่าวสารมากมาย บางเรื่องเป็นกระแสสังคมที่
ได้รับความสนใจ หลายเรื่องสามารถนำมาตีเป็นประเด็นต่อใน
รูปแบบที่เข้ากับธุรกิจของเรา

ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบคอนเทนต์เพื่อสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมบน
โซเชียลมีเดีย หรือการจัดกิจกรรมเป็นแคมเปญที่เกี่ยวข้องกับ
สถานการณ์ อย่างกรณีของ Take Me Tour ที่เปิดให้นักท่องเที่ยว
เที่ยวจับโปเกมอนตามสถานที่ต่าง ๆ

แล้วเครื่องมืออะไรที่ใช้จับประเด็นหรือกระแสได้บ้าง?

สำหรับตลาดไทย ช่องทางสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเห็น
จะหนีไม่พ้น Facebook อย่างไรก็ตามของเพื่อนๆ ที่แชร์บน
Timeline นั้นถือเป็นข้อมูลส่วนตัว โดยปกติเครื่องมืออย่าง
Social Media Monitoring Tool จะไม่ได้กวาดข้อมูลส่วนบุคคล
ทั้งหมด แต่เราสามารถติดตามความเคลื่อนไหว กระแสสังคม
ได้ผ่านทาง Facebook Page ของที่ต่างๆ ได้

ปัจจุบันมีเครื่องมือของไทยอย่าง Social.gg ซึ่งรวบรวมเพจของ
ไทยมากมาย ถ้าอะไรกำลังเป็นกระแส คุณก็สามารถสังเกตได้
ทันทีจาก Top Post ที่คนมีส่วนร่วมสูงๆ (Like, Comment,
Share) จนกระทั่งติดอันดับต้นๆ

เครื่องมือดังกล่าวยังแยกประเภทของธุรกิจอีกด้วย อาทิ เพจ
สายอีคอมเมิร์ซ, สายสุขภาพ, สายการเงินการธนาคาร,
สายบันเทิง เป็นต้น ทำให้เรารู้ว่าอะไรกำลังฮอตฮิต และควรนำ
ประเด็นมาเล่นต่อได้อย่างไร

ช่วงสิ้นเดือนตุลาคมที่ผ่านมา ก็มีข่าวการแต่งงานของ 2 ดารา
เกาหลีชื่อดัง ที่ทำให้เพจต่างๆ พุดถึงกันอย่างมากมาย บางทีธุรกิจ
ที่เกี่ยวกับบันเทิง หรือความสวยงาม อาจหยิบเป็นประเด็น
ไปเล่น Real Time Content ต่อก็เป็นได้

หรือถ้าช่วงไหนมีวันพิเศษ โอกาสพิเศษ เช่น ลอยกระทง
ฮาโลวีน เราก็สามารถเรียนรู้ได้ว่าเพจดังๆ เล่นคอนเทนต์อะไร
ที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมที่สูงได้

นอกจากนี้ยังมีอีกเครื่องมืออย่าง Hootsuite หรือจะเข้า
<https://tweetdeck.twitter.com> ที่คอยจับกระแสสังคมของ
คนบน Twitter

ดูว่าอะไรกำลังเป็นกระแสสังคมจาก Trending on Twitter
แล้วนำมาสร้าง Real Time Content ในช่วงเวลานั้นๆ

เลือกติดตามนักข่าวเพื่อดูประเด็นที่น่าสนใจ

เลือกใส่คำ Keyword ที่ต้องการติดตาม เพื่อมอนิเตอร์ประเด็น
ในภาคธุรกิจของคุณได้ โดยเทคนิคการค้นหา Insight จากข่าว
และ Tweet ที่มาจาก Keyword ที่เราใส่ลงไปนั้น จะมาแนะนำ
เชิงลึกในบทความถัดๆ ไป

นี่เป็นเพียงตัวอย่างง่ายๆ ในการนำเครื่องมือมาใช้ให้เป็น
ประโยชน์ อย่างไรก็ตามสิ่งที่ผู้เขียนพยายามเน้นย้ำเสมอ คือ
ทีมงานต้องรู้จักคัดกรองกระแสสังคมที่เกิดขึ้นว่าอะไรควรนำมา
ตีประเด็นต่อ และไม่ควรมีถ้าคิดว่าไม่ควรจับมาโยงกับธุรกิจ
ในขณะเดียวกันก็ไม่จำเป็นต้องเล่นบ่อยจนเป็นการฝืน ไม่เช่นนั้น
จะเหมือนพยายามยึดเหยียดให้กับผู้อ่านนั่นเอง

ในเชิงของการวัดผลนั้นก็ต้องให้สอดคล้องกับเป้าหมาย Real
Time Marketing ในครั้งนั้น ผูกกับเป้าหมายทางธุรกิจของคุณ
อย่างไร เช่น เป็นการสร้างคอนเทนต์ที่เกาะกระแสเพื่อดึงให้คน
ไปสมัครใช้บริการ, ซื้อสินค้าต่อ, เข้าร่วมกิจกรรมพิเศษของ
บริษัท หรือเปิดรับสมัครงาน เป็นต้น

ต้องดูผลลัพธ์ว่าคอนเทนต์สามารถดึงไปสู่เป้าหมายทางธุรกิจได้
มากน้อยแค่ไหน อย่าเพียงดูแค่ว่ามีกระแสการมีส่วนร่วม Like,
Comment, Share บนโซเชียลมีเดียเท่านั้น แต่ไม่สามารถดึง
กลับไปสู่เป้าหมายทางธุรกิจของคุณจริงๆ ได้

RAISE FUNDS

TALK WITH CVC

อะไรที่ CVC อย่าง
Beacon Venture Capital
มองหาในตัวสตาร์ทอัพ

เรียบเรียง เจดีย์



ร่วมรับรู้มุมมองของ CVC อย่าง Beacon Venture Capital จากเครือธนาคารกสิกรไทย

ต่อการพิจารณาเลือกลงทุนในสตาร์ทอัพ

ผ่านการพูดคุยกับ สุพงษ์ ณ ระนอง กรรมการผู้จัดการ

หลักในการพิจารณาลงทุนของ Beacon ดูจากอะไรบ้าง

เราดูว่าจะนำประโยชน์เข้ามาธนาคารได้ยังไงบ้าง ทั้งนี้รูปแบบการลงทุนจะแบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ

- 1) ลงทุนในอุตสาหกรรมที่นำเทคโนโลยีหรือบริการต่างๆ มาร่วมงานกับธนาคารได้โดยตรง ไม่ว่าจะเป็นการมาสร้างบริการที่ดีขึ้น รวดเร็วขึ้น หรือลดค่าใช้จ่ายในการทำงาน หรือทำให้เกิดบริการใหม่ๆ แก่ลูกค้า กลุ่มนี้ได้แก่ FinTech เป็นหลัก
- 2) กลุ่มที่ไม่ใช่ FinTech โดยตรง แต่มีเทคโนโลยีหรือบริการที่เสริมให้การใช้งานธนาคารดีขึ้น กลุ่มเหล่านี้ได้แก่สตาร์ทอัพแนวบันเทิงหรือไลฟ์สไตล์
- 3) กลุ่ม New Advanced Technology คือมีเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่น่าสนใจ กลุ่มนี้เราอาจจะไม่ได้ลงทุนโดยตรง แต่จะลงทุนผ่านกองทุนอีกต่อหนึ่ง

ทั้ง 3 อุตสาหกรรมข้างต้นล้วนมีผู้เล่นหลายราย Beacon พิจารณาเลือกจากเกณฑ์อะไร

- 1) สำหรับ 2 กลุ่มแรกที่เราลงทุนโดยตรง เราเลือกพิจารณาจากหลักที่เราตอบโจทย์เราจริงหรือเปล่า โดยเราตั้งโจทย์ว่า สตาร์ทอัพนั้นควรจะสร้างประโยชน์ให้ธนาคารได้จริง มีผู้ใช้จริง ถ้าร่วมลงทุนกันแล้ว ลูกค้านั้นเราต้องมีความพึงพอใจในการใช้งาน เป็นต้น ซึ่งส่วน

ใหญ่แล้วก่อนที่เราจะลงทุน เราจะนำประเด็นนี้มาหารือกับหน่วยงานต่างๆ ของธนาคาร (กสิกรไทย) เพื่อสอบถามความเห็นก่อนอยู่แล้ว

2) เราจะพิจารณาดูว่า เทคโนโลยีของเขาดีกว่าคนอื่นจริงไหม แข็งแรงพอที่จะป้องกันไม่ให้คู่แข่งในระยะเวลานี้หรือเปล่า

3) ทีมงานจะต้องเป็นทีมที่มีความรู้ความสามารถจริงในเรื่องนั้น มี passion ในการทำงาน มีความมุ่งมั่นที่อยากประสบความสำเร็จ และมีทัศนคติที่ดีในการทำงานร่วมกับธนาคาร หรือที่เรียกว่า มีเคมีตรงกัน

ถ้าสตาร์ทอัพหนึ่งๆ อยากให้ CVC ลงทุนด้วย ควรทำอย่างไรบ้าง

ประเด็นหลักคือ เขาต้องทำตัวให้น่าสนใจ เพราะตอนนี้ต้องยอมรับว่า สตาร์ทอัพมีเยอะ รูปแบบธุรกิจและไอเดียต่างๆ ก็คล้ายๆ กัน เขาต้องสร้างตัวเองให้เป็นที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการทำพาร์ทต่างๆ การออกงาน ถ้าทำตัวเองให้คนรู้จักก่อน เวลาติดต่อขอนำเสนอมาที่ CVC เราจะได้รู้สึกที่ “เจ้านี่น่าสนใจ” ควรเรียกเข้ามาคุย

ตอนนี้ตลาดต่างๆ มีเยอะมาก ดังนั้นถ้าจะให้แนะนำ คงต้องบอกว่าควรทำสินค้าและบริการให้ดี มีคนใช้งาน มีตัวเลขที่โชว์ได้ว่าสินค้าและบริการผ่านการทดลองตลาดมาบ้างแล้ว มีคนสนใจใช้งานจริงแล้ว เพราะว่า CVC ส่วนใหญ่เขาไม่ลงทุนในสตาร์ทอัพกลุ่ม Idea Stage อยู่แล้ว จะเน้นลงทุนกับกลุ่ม Series A หรือ Pre-Series A

ในฐานะ CVC เมื่อ Beacon เกิดสนใจในตัวสตาร์ทอัพแล้ว จะมีกระบวนการอะไรเกิดขึ้นต่อบ้าง

ต้องดูก่อนว่า สตาร์ทอัพนั้นๆ เป็นกลุ่มที่เข้ากับความต้องการเราไหม จากนั้นจะเชิญมาคุย แจ้งเจือใจและความต้องการ และทุกครั้งเราจะต้องถามมูลค่าของสตาร์ทอัพเจ้านั้นว่าเขาประเมินราคาตัวเองอย่างไร ซึ่งสตาร์ทอัพควรประเมินมูลค่าบริษัทให้สอดคล้องกับความเป็นจริง

หากพูดคุยแล้วตัดสินใจที่จะลงทุน เราจะขอข้อมูลทางธุรกิจเพิ่มเติม โดยจะขอสถิติต่างๆ ทางธุรกิจ ขอระบบมาให้หน่วยงานอื่นในธนาคารลองใช้งาน รวมทั้งขอข้อมูลผู้ใช้งานเพื่อสอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติม

หลังจากพิจารณาแล้วว่าเราสนใจจริง ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่รับได้ ก็จะทำเรื่องขออนุมัติจากทางคณะกรรมการ ซึ่งพอได้ไฟเขียวให้ลงทุน เราจะเข้าไปทำ Due Diligence ทางกฎหมายและบัญชีต่อ หากเรียบร้อยก็จะทำสัญญา กระบวนการทั้งหมดนี้จะใช้เวลาราวๆ 6 เดือน

คำถามสุดท้าย หากพูดในฐานะ CVC คุณอยากฝากอะไรถึงสตาร์ทอัพไทยบ้าง

ถ้าเลือกได้ก็ควรที่จะเลือกนักลงทุนที่จะช่วยเสริมด้านกลยุทธ์หรือ Strategic ที่ช่วยให้เขาเติบโตได้ดีขึ้น เช่น หากเป็นสตาร์ทอัพแนวอสังหาริมทรัพย์ ก็ควรจะไปคุยกับ CVC แนวอสังหาฯ อาจจะดีกว่าคุยกับธนาคาร เป็นต้น

HUMAN RESOURCES

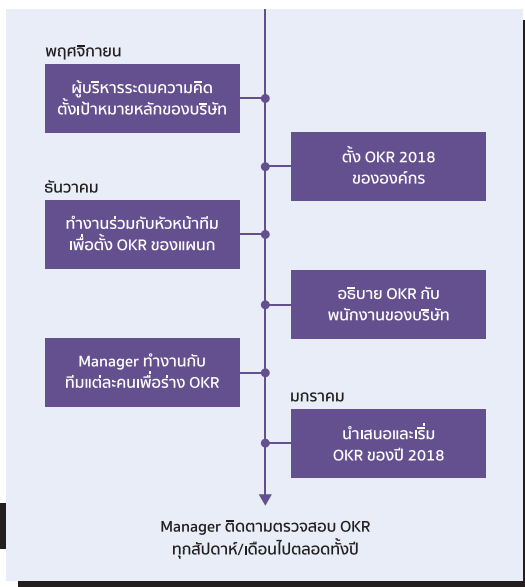
2018, WE WILL....

อีกไม่กี่วันก็จะเข้าสู่ปี ค.ศ. 2018 กันแล้ว ปีหน้าจะเป็นอีกปีที่เต็มไปด้วยโอกาสของเหล่าสตาร์ทอัพไทย คุณได้ตั้งเป้าหมายที่จะเติบโตและทำให้สำเร็จแบบ 10X กันแล้วหรือยัง

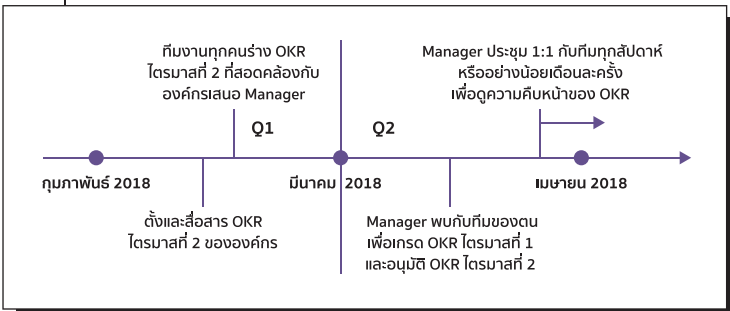
มาดูกันค่ะว่าเราจะเริ่มวางแผน OKR ของปีหน้าได้อย่างไร



โดย **พริทีย์ กองขุน**
COO และ Co-founder Jitta
ผู้เคยร่วมงานกับบริษัทเทคโนโลยีระดับโลก
Microsoft และ Google



เมื่อเรามี OKR หรือเป้าหมายหลักอันยิ่งใหญ่ที่จะต้องทำให้ได้ของปี ค.ศ. 2018 กันแล้ว หลังจากนั้นก็เริ่มขอย่อยลงให้เป็น OKR ของแต่ละไตรมาส โดยมีกระบวนการและระยะเวลาของ OKR ดังนี้ค่ะ



การตรวจสอบดูความคืบหน้าของ OKR นั้น ผู้จัดการแต่ละแผนกควรทำอย่างน้อยเดือนละครั้ง แต่หากต้องการดูแลอย่างใกล้ชิดก็สามารถทำเป็นรายสัปดาห์ได้ โดยแต่ละครั้งให้มีการใส่ความคืบหน้าเป็นเปอร์เซ็นต์ 0-100% หาก Objective เป็น 70-80% ก็ถือว่าสำเร็จได้

ต้นไตรมาสถัดไป ก่อนที่เราจะเริ่ม OKR ใหม่ เราก็จะทำการเกรดให้คะแนน OKR ของไตรมาสที่ได้จบลงไปแล้ว โดยการเกรดมีดังนี้ค่ะ

- การเกรดจะมีคะแนน 0 ถึง 1 เมื่อทำได้ 70% ก็จะมีคะแนน 0.7
- เราจะเกรด Key Result กันก่อน หลังจากนั้นให้นำค่าเฉลี่ยของ Key Result มาเป็นคะแนนของ Objective
- Sweet spot หรือคะแนนที่ดีที่สุดคือ 0.6-0.7
- หากได้คะแนนเต็ม 1 แสดงว่า OKR ของคุณง่ายไป ไม่ท้าทายเพียงพอ!

ตัวอย่างของการเกรด OKR

- Objective** เป็นแพลตฟอร์มอันดับ 1 ในด้าน HealthTech ภายในปี ค.ศ. 2017 (0.63 คะแนน)
- Key Result 1** เปิดตัว Health App โดยมีจำนวน 500,000 ดาวน์โหลด (1 คะแนน)
- Key Result 2** ทำการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ engage 1,000,000 คน (0.5 คะแนน)
- Key Result 3** มีลูกค้า 100,000 ราย และมีคะแนน Customer Satisfaction 80% (0.4 คะแนน)

การตั้งและเกรด OKR นั้นทำได้บนเครื่องมือต่างๆ เช่น Excel หรือ Google Spreadsheet หรือใครจะใช้ OKR system ที่พัฒนามาขายเพื่อให้เราบริหารจัดการ OKR ได้สะดวกมากที่สุดก็ได้ แต่ผู้เขียนเองก็ใช้ Google Spreadsheet ค่ะ เพราะยืดหยุ่นและใช้งานง่ายสุดแล้ว

ไม่ว่าจะใช้เครื่องมืออะไร อย่าลืมหัวใจสำคัญของ OKR 2 ข้อนี้ค่ะ

- 1) **NOT static** ไม่นิ่ง ปรับตามความเหมาะสมได้ตลอดเวลา
 - 2) **NOT siloed** ไม่แยก เปิดและเชื่อมโยงสัมพันธ์กันเสมอ
- แต่สิ่งที่สำคัญยิ่งกว่า ก็คือ “หัวใจที่แข็งแกร่ง” ของสตาร์ทอัพทุกคนค่ะ

จงมุ่งทะยานไปสู่ดวงจันทร์ เพื่อเป้าหมาย Moonshot อันยิ่งใหญ่...ขอให้ทุกคนโชคดีค่ะ

สวัสดีปีใหม่ ค.ศ. 2018

STARTUP THAILAND

ก้าวต่อไปของ STARTUP THAILAND ปี “เด็กอาชีวะ” สู่การเป็นนักธุรกิจ

เรียบเรียง สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)



มหาวิทยาลัยแห่งการประกอบการ (Entrepreneurial University) คือแนวคิดที่กระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ พลักดันในปีนี้ โดยร่วมมือกับ 30 มหาวิทยาลัยทั่วประเทศ เพื่อพัฒนาหลักสูตร สร้างภาวะความเป็นผู้ประกอบการ พัฒนาศักยภาพบุคลากรในมหาวิทยาลัย สร้าง Co-working space ในพื้นที่มหาวิทยาลัย

และพัฒนาแนวคิดสู่ธุรกิจนวัตกรรมรายใหม่ และในปี พ.ศ. 2561 ที่กำลังจะมาถึงนี้ ได้ขยายโอกาสไปสู่กลุ่มนักเรียนอาชีวะเพื่อเส้นทางความเป็น “นักธุรกิจ”



กิจกรรมหลักคือการจัด Thailand Pitching Challenge “อาชีวะ R-League”

เวทีเพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักเรียนในระดับอาชีวศึกษาทั่วประเทศ ได้กล้าคิด กล้าฝัน และลงมือสร้างสรรค์เทคโนโลยีและนวัตกรรม

จากทีมแข่งขันเริ่มต้น 1,000 ทีม จัดประกวด 3 รอบ คัดให้เหลือ 50 ทีม เพื่อเข้าค่ายอบรมเสริมสร้างความรู้ด้านการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบ่มเพาะการก้าวเป็นสตาร์ทอัพรายใหม่

จากนั้นแข่งขันเพื่อคัดเหลือ 10 ทีมที่จะเข้าร่วม Pitching ในงาน STARTUP Thailand 2018 ก่อนจะเหลือ 3 ทีมสุดท้ายที่ได้ไปต่อ ทั้งศึกษาดูงานต่างประเทศ และได้รับการสนับสนุนเพื่อต่อยอดการเป็นสตาร์ทอัพรายต่อไป

การแข่งขัน “อาชีวะ R-League” ครั้งนี้ จะเป็นแม่เหล็กสำคัญให้นักเรียนอาชีวะได้ร่วมพัฒนาสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ตอบสนองนโยบายรัฐบาลที่ต้องการส่งเสริมการศึกษาเพื่อการมีงานทำ และยังช่วยส่งเสริมให้เด็กไทยอยากเรียนอาชีวศึกษามากขึ้นอีกด้วย

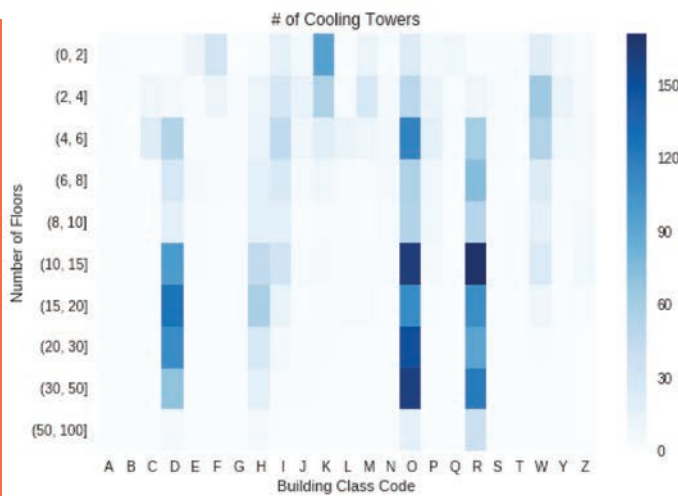
ความร่วมมือระหว่างกระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ กับสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ครั้งนี้จะสร้างความเปลี่ยนแปลงได้อย่างไร

...ปีหน้ารู้กัน!

TECHNOLOGY

DATA ANALYTICS

กับการบริการของภาครัฐ



ภาพข้อมูลซึ่งสำนักงาน Data Analytics ของรัฐนิวยอร์กนำมาวิเคราะห์และใช้งาน
<https://moda-nyc.github.io/Project-Library/projects/>

ยุคนี้เป็นยุคของข้อมูล (Age of Big Data) ทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุดในโลกนั้นไม่ใช่น้ำมันอีกต่อไปแต่เป็นข้อมูล (Data) ถ้าเราไปดูรายชื่อ 10 บริษัทที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดมากที่สุดในโลก (Market Cap.) จะเห็นได้ว่า 7 ใน 10 ล้วนแต่เป็นบริษัทที่กุมข้อมูลในชีวิตประจำวันของพวกเรา เช่น Apple, Alphabet Inc. (บริษัทแม่ของ Google), Facebook เป็นต้น



โดย

วศรธาดา
ตรีรัตนพิทักษ์

ผู้ช่วยผู้อำนวยการ
กลุ่มงานดาต้าอานาไลติกส์
ธนาคารแห่งประเทศไทย

Andrew Ng อาจารย์จากมหาวิทยาลัย Stanford อดีตผู้ก่อตั้ง Google Brain และอดีต Chief Scientist ของบริษัท Baidu ซึ่งเป็นเสมือน Google ของจีน ได้เล่าว่า มีบ่อยครั้งที่ Google และ Baidu ปลอ่ยสินค้าและบริการใหม่ๆ ออกมา โดยจุดประสงค์หลักไม่ใช่เพราะต้องการเงินจากผู้ซื้อ แต่เพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งข้อมูลการใช้งาน

ถ้าจะพูดถึงการนำเอาข้อมูลเหล่านี้ไปใช้หรือที่เรียกว่า Data Analytics พวกเราก็คงจะนึกถึงการนำเอาข้อมูลไปใช้ในทางธุรกิจเป็นหลัก เช่น การที่ Amazon.com หรือ Netflix ใช้ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคของเราในอดีต มาช่วยแนะนำหนังสือหรือภาพยนตร์ที่เราน่าจะสนใจ หรือการที่ Google ใช้คำที่เราเคยค้นหา มาตัดสินใจว่าควรจะแสดงโฆษณาอะไรให้เราเห็น

แต่ที่คนส่วนใหญ่อาจจะไม่ค่อยคิดถึง ก็คือการเอาข้อมูลเหล่านี้มาประยุกต์ใช้กับการบริการภาครัฐ

ปัญหาสำคัญที่ภาครัฐทั่วโลกมักจะมีเหมือนกันคือ การมีงบประมาณและทรัพยากรบุคคลที่จำกัดในการแก้ปัญหาต่างๆ ตั้งแต่บริการการศึกษาและงานสาธารณสุข ไปจนถึงการบังคับใช้กฎหมายต่างๆ

Data Analytics นั้น มีศักยภาพที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพการบริการภาครัฐเหล่านี้ โดยช่วยระบุต้นตอของปัญหา หรือช่วยจัดลำดับความสำคัญของปัญหาว่า ภาครัฐควรจะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดไปในจุดใดเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด

เมืองใหญ่ๆ หลายเมืองในสหรัฐอเมริกา เช่น บอสตัน ชิคาโก และนครนิวยอร์ก ก็ได้เริ่มจัดตั้งทีม Data Analytics ของเมืองขึ้นแล้ว

บอสตัน มีการนำเอา Data Analytics ไปใช้แก้ปัญหาต่างๆ ตั้งแต่เรื่องคนไร้ที่อยู่ไปจนถึงปัญหาผู้ติดยาเสพติด

ชิคาโก ใช้ Data Analytics ในการหาร้านอาหารที่มีความเสี่ยงที่จะทำผิดกฎหมายด้านความปลอดภัยทางอาหาร ทำให้เจ้าหน้าที่สามารถตรวจตราให้มีความสำคัญกับร้านที่มีความเสี่ยงสูง ซึ่งส่งผลให้สามารถจับผู้กระทำผิดได้เร็วขึ้น 7 วันโดยเฉลี่ย และทำให้มีผู้ที่ป่วยด้วยการติดโรคทางอาหารน้อยลง

นิวยอร์ก มีการนำเอาข้อมูลตำแหน่งของกัตตาคารที่ใช้ น้ำมัน จากทะเบียนการค้ามาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลตำแหน่งที่อยู่ระบายน้ำที่มีการอุดตันของสำนักงานสาธารณสุขและสำนักงานคุ้มครองสิ่งแวดล้อม ทำให้สามารถจัดการกำจัดกาน้ำมันที่ผิดกฎหมายได้เพิ่มขึ้นถึง 30% เป็นต้น

ในโลกปัจจุบันที่ปัญหาสังคมนับวันจะมามากขึ้นเรื่อยๆ ในขณะที่งบประมาณของหน่วยงานภาครัฐกลับเพิ่มขึ้นในอัตราที่เท่ากันทุกปี Data Analytics เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ภาครัฐสามารถนำมาใช้เพื่อตอบโจทยความต้องการของสังคมได้จากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด และที่จริงแล้วพลเมืองนั้นก็เปรียบเสมือนลูกค้าของภาครัฐ

ทว่าก็ต้องยอมรับว่าการเอา Data Analytics เข้ามาใช้ในภาครัฐนั้น มีความท้าทายอยู่หลายอย่าง ตั้งแต่การบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงาน ทำอย่างไรจะให้หน่วยงานของรัฐมีการแชร์ข้อมูลกัน ที่ตั้งอยู่ในมาตรฐานของ Data Governance ที่ดี ซึ่งรวมไปถึงการเปิดเผยข้อมูลของรัฐผ่าน Open Data กับสาธารณชนและนักวิจัยทั่วไป รวมไปถึงความพร้อมของบุคลากรภาครัฐทั้งในระดับปฏิบัติการและระดับผู้บริหาร

อย่างไรก็ตามผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าการทำ Data Analytics เพื่อตอบโจทยการบริการภาครัฐนั้น เป็นพื้นที่ที่น่าสนใจอย่างยิ่ง และน่าติดตามว่าจะมี Disruptive Innovation อะไรเกิดขึ้นบ้าง

DISRUPT

เมื่อหุ่นยนต์ ทำให้คนตกงาน

AI จะ disrupt ตลาดแรงงานอย่างไร

ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา หนึ่งในเทคโนโลยีที่ถูกพูดถึงมากที่สุด คงหนีไม่พ้น Artificial Intelligence (AI)

เราได้ยินคำว่า AI จากหนังแนววิทยาศาสตร์มาสักพักใหญ่แล้ว แต่โลกก็มาตื่นตัวกับเรื่องนี้อีกครั้งเมื่อบริษัท DeepMind ของ Google สร้าง AI ที่ชื่อว่า AlphaGo ที่สามารถเล่นหมากล้อมเอาชนะแชมป์โลกได้เมื่อปีที่แล้ว

AI คือเทคโนโลยีที่ทำให้คอมพิวเตอร์หาข้อมูลเองได้ เรียนรู้เองได้ ตัดสินใจเองได้ และลงมือเองได้ ผิดกับคอมพิวเตอร์แบบเดิมที่ต้องรอให้มนุษย์สั่งการและป้อนข้อมูลให้

แต่ก่อนเราใช้คอมพิวเตอร์และหุ่นยนต์เป็นเหมือนข่ารับใช้และเครื่องทุ่นแรง แต่หากหุ่นยนต์ที่ถูกขับเคลื่อนด้วย AI สามารถคิดและทำอะไรแทนมนุษย์ได้ มนุษย์อาจจะกลายเป็นสิ่งไม่จำเป็นอีกต่อไปในตลาดแรงงานหลายภาคส่วน

ขอยกตัวอย่างงานที่หุ่นยนต์และ AI สามารถทำหน้าที่แทนมนุษย์เรียบร้อยแล้ว

บริษัท Fastbrick Robotics ได้สร้างหุ่นยนต์ชื่อ Hadrian X ที่สามารถก่ออิฐ 1,000 ก้อนได้ภายในเวลา 1 ชั่วโมง ซึ่งเท่ากับปริมาณที่ช่างก่อสร้าง 2 คนต้องใช้เวลาลงถึง 1 วัน



บริษัท Simbe Robotics สร้างหุ่นยนต์ Tally ที่สามารถตรวจเช็คสินค้าบนชั้นในซูเปอร์มาร์เก็ตว่าอยู่ถูกที่ มีปริมาณเพียงพอ และติดราคาถูกต้องหรือไม่

ผู้ให้ข้อมูลด้านการเงินการลงทุนอย่าง Bloomberg ก็ใช้ AI ในการเขียนรายงาน ผลประกอบการของบริษัทต่างๆ มาได้พักใหญ่แล้ว

บริษัท Otto สร้างรถบรรทุกไร้คนขับ และหลังจากเปิดตัวเพียง 8 เดือนก็ถูก Uber ทุ่มเงินซื้อไปถึง 680 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

บริษัท Babylon ที่ผมได้พูดถึงในฉบับที่แล้วก็กำลังพัฒนา AI ที่จะสามารถวินิจฉัยอาการของคนไข้ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ดังนั้นไม่ว่าคุณจะมีอาชีพอะไร จะเป็นหมอ คนขับรถบรรทุก นักวิเคราะห์การเงิน พนักงานซูเปอร์มาร์เก็ต หรือช่างก่อสร้าง คุณก็มีโอกาสที่จะได้รับผลกระทบจาก AI ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง

หลายคนเชื่อว่า การมาถึงของ AI อาจจะมีผลกระทบกับชีวิตมนุษย์ในระดับเดียวกับกับการปฏิวัติอุตสาหกรรม (Industrial

Revolution) เมื่อสองร้อยปีที่แล้ว ที่พลิกโฉมให้ประเทศอังกฤษก้าวขึ้นมาเป็นชาติมหาอำนาจ และเผยแพร่ลัทธิทุนนิยมไปทั่วโลก

รายงาน Future of Jobs ของ World Economic Forum ได้ระบุไว้ว่า ภายในปี พ.ศ. 2563 ความล้าหน้าของหุ่นยนต์และ AI จะทำให้งานหายไปถึง 5 ล้านตำแหน่งใน 15 ประเทศที่พัฒนาแล้ว

ส่วนประเทศกำลังพัฒนาก็หนีไม่พ้น เพราะองค์กรอย่าง International Labour Organization ก็ออกมาเตือนว่าแรงงาน 137 ล้านคนในประเทศกัมพูชา อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม รวมถึงประเทศไทย มีความเสี่ยงที่จะถูกแทนที่โดยหุ่นยนต์ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

เราควรจะเตรียมพร้อมรับมืออนาคตที่เครื่องจักรสามารถทำงานได้ดีกว่าคน เป็นสิบเป็นร้อยเท่าได้อย่างไร

ผมจะมาคุยต่อในฉบับหน้านะครับ



โดย
อานบวงศ์
มฤคพิทักษ์
Head of People
© Wongnai

SILICON VALLEY

EVOLVING INTERACTION



สวัสดีครับ มาถึงฉบับสิ้นปีแล้วนะครับ เรามาเดกันดูว่าปีหน้าจะมีอะไรเกิดขึ้นครับ

ทุกคนคงพอจะเห็นกันว่าในปีนี้ เทคโนโลยีที่มีพัฒนาการมากคือ Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR), Artificial Intelligence (AI), Machine Learning (ML), Drone, Cryptocurrency, Blockchain

ปีหน้าเทคโนโลยีพวกนี้น่าจะมีให้เห็นมากขึ้น และประยุกต์เข้ากับชีวิตประจำวันมากขึ้น หรือพูดง่าย ๆ ว่าจะให้ประสบการณ์ใช้งาน โดยเฉพาะการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ที่เปลี่ยนไป

ผมขอเรียกเทรนด์นี้ว่า Evolving Interaction

เทคโนโลยีทำให้วิธีที่เราปฏิสัมพันธ์กับสิ่งของเปลี่ยนไปเรื่อยๆ อยู่แล้ว ปีหน้าเราน่าจะได้เจอการประยุกต์ใช้ในรูปแบบอื่นมากขึ้น และเปลี่ยนจากสิ่งไม่คุ้นตมาเป็นสิ่งปกติในชีวิตประจำวัน

เช่น การใช้เสียงสั่งงานขณะที่มือไม่ว่าง อย่างในห้องผ่าตัด หรือในโรงงาน การใช้ AR, VR ในการนำเสนอข้อมูลแทนจอภาพ ร้านค้าจะลดจำนวนสาขาลง แต่วิธีการเข้าถึงสินค้าและบริการจะเพิ่มมากขึ้น งานที่ใช้คนกลางเริ่มจะหายไป เช่น ร้านค้าที่ไม่มีพนักงานเก็บเงินแบบ Amazon Go

มาดูกันว่าอะไรเป็นปัจจัยส่งเสริมกันดีกว่า

AI/ML พัฒนาขึ้นไปมาก

AI/ML ที่อยู่เบื้องหลังการที่คอมพิวเตอร์สามารถเข้าใจสิ่งที่มนุษย์พูดหรือเข้าใจสิ่งแวดล้อมรอบข้าง (เช่น เข้าใจรถบนถนน) ได้พัฒนาจนมีความถูกต้องมากขึ้นและเร็วขึ้น

ตัวอย่างพวกนี้เราได้เห็นมาแล้ว เช่น คอมพิวเตอร์เอาชนะคนได้ในการเล่นเกม หูฟังแปลภาษาแบบเรียลไทม์ หรือการปลดล็อกมือถือจากใบหน้า

เทคโนโลยีเข้าถึงได้ง่ายขึ้น

เราอยู่ในยุคที่เครื่องมือในการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ มีมาให้พร้อม ผู้พัฒนาจึงสามารถพัฒนาบริการใหม่ๆ ออกมาได้ง่ายขึ้น

เช่น เราสามารถสร้าง AR application บนโทรศัพท์มือถือรุ่นใหม่ๆ ได้ทุกเครื่อง เพราะ iOS และ Android เตรียมความพร้อมเอาไว้ให้แล้ว ทางด้าน AI/ML ก็มีบริการใช้งานแบบให้เช่า (As a service) โดยไม่ต้องไปลงทุนเริ่มแรกกับเครื่องที่มีประสิทธิภาพสูงเอง ฟังก์ชันแวร์ราคาก็ตกลงมาอยู่ในระดับที่บริษัทขนาดเล็กหรือคนทั่วไปสามารถซื้อมาทดลองเองได้ รวมถึงองค์ความรู้เช่น AI/ML หรือแม้กระทั่ง Intro to self-driving car สามารถหาเรียนออนไลน์ได้ในราคาไม่แพง

สินค้า “Smart Consumer Product” เริ่มเข้าถึงผู้ใช้งานได้มากขึ้น

ยักษ์ใหญ่อย่าง Google, Apple, Amazon, Microsoft ต่างแข่งกันออกออกผลิตภัณฑ์ที่ “ฉลาด” มากขึ้นในราคาที่ถูกลง ถ้าโพงบางรุ่นสามารถทำตัวเป็น Smart Hub เชื่อมต่ออุปกรณ์อื่นๆ ภายในบ้านได้ การที่อุปกรณ์เหล่านี้เชื่อมต่อกันหมดสามารถทำให้เราเข้าถึงมันได้ง่ายขึ้น

แล้วมันจะมีผลอะไรกับเรา?

นี่คือการเปิดโอกาสให้เราสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการใหม่ๆ ทั้งนี้เราต้องเปลี่ยนวิธีคิดให้ไม่อยู่แค่ของกรอบของแบบพิมพ์กับจอภาพ หรือนิวกับจอสัมผัส โดยโจทย์หลักยังคงเป็นการแก้ปัญหา หรือเพิ่มประสบการณ์ใช้งานที่ดีของลูกค้า

ผมขอจบด้วยคำพูดของหัวหน้าหน่วยวิจัย บริษัท Ford ที่กล่าวไว้ว่า

“สำหรับนักเทคโนโลยี เรามักจะตื่นเต้นกับเทคโนโลยี แต่สิ่งที่เราไม่ควรลืมคือ เทคโนโลยีคือตัวสร้างประสบการณ์การใช้งาน ไม่ใช่สิ่งที่มันคือเทคโนโลยี สิ่งที่คุณต้องการคือประสบการณ์การใช้งานที่ดี สิ่งที่คุณคิดว่าเขาขาดไม่ได้คือประสบการณ์หน้าที่ของเราคือหาเทคโนโลยีที่ให้ประสบการณ์นั้น”



โดย
อริวรรณี
วงศ์ไศยวรรณ
Software Developer
บริษัท ThoughtWorks,
Silicon Valley

siliconvalleycolumn
@gmail.com

CO-WORKING SPACE



GLOWFISH

BANGKOK BOUTIQUE WORKSPACE

เรื่อง วนัทยา พญแก้ว

แค่มีพื้นที่กับทำเลดีๆ ใครก็ทำธุรกิจ workspace ได้จริงหรือ?

ในยุคที่ธุรกิจให้เช่าพื้นที่สำนักงานแบบครบวงจรกำลังแบ่งบานอย่างรวดเร็ว

ทำอย่างไรถึงจะให้ลูกค้ามาเลือกแบบנדขของเรา

ทำอย่างไรถึงจะสร้างพื้นที่ที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้มากที่สุด

บางที Glowfish อาจมีคำตอบ

ที่มาของชื่อ Glowfish แฝงไปด้วยความหมายลึกซึ้ง หากบริษัทต่างๆ เปรียบเสมือนปลา Glowfish ก็เปรียบดั่งแนวปะการังที่มีระบบนิเวศอุดมสมบูรณ์ให้ปลาน้อยใหญ่ได้เติบโต สร้างสรรค์สิ่งทีเหนือความคาดหมายราวกับเปล่งแสง (glow) ออกมาได้

Glowfish คือ Service office ในเครือของ เฮอริเทจ เอสเตทส์ ภายใต้การบริหารงานของ กวิน ว่องกุลศกิจ นักธุรกิจหนุ่มผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล ทายาทของ อิสระ ว่องกุลศกิจ ประธานกรรมการกลุ่มมิตรผล

เกิดขึ้นจากแนวคิดที่ต้องการรองรับกลุ่มธุรกิจรายย่อยที่ต้องการ ‘ลดต้นทุน’ ในการเช่าพื้นที่เพื่อทำสำนักงาน ขณะเดียวกันก็ได้รับ ‘ประสิทธิภาพการทำงานเพิ่มขึ้น’

สาขาแรกเปิดตัวในปี พ.ศ. 2556 ด้วยการปรับปรุงพื้นที่กว่า 1,500 ตารางเมตร ของชั้น 2 อาคารอโศก ทาวเวอร์ให้เป็นสำนักงานให้เช่าที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานครบครัน (Virtual office) รวมถึงมีพื้นที่ใช้งานร่วมกันแบบ Co-working Space ด้วย

กลุ่มเป้าหมายคือธุรกิจขนาดเล็ก และคนทำงานอิสระที่เติบโตรวดเร็วแบบสตาร์ทอัพ เรียกได้ว่าเดินตัวเปล่าเข้าไปตั้งบริษัทได้เลย

สาขาที่สองตามมาในปี พ.ศ. 2559 ตั้งอยู่ที่ชั้น 4-5 ของอาคารเซ็นเตอร์พอยท์ ออฟ สยามสแควร์ แม้จะถูกปรับให้เล็กลงภายใต้พื้นที่ 900 ตารางเมตร แต่ด้วยทำเลดีตรงรถไฟฟ้า ทำให้สาขานี้ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว

WORK-PLAY-GROW คือปรัชญาที่แบรนด์ให้ความสำคัญและนับเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ

WORK คือการออกแบบพื้นที่ที่สนับสนุนให้เกิดการทำงานที่ดี มีประสิทธิภาพ ทั้งเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวก ความคล่องตัว และคุณภาพของพื้นที่

ไฟเป็นสี daylight ที่สว่างเหมาะกับการทำงานแม้ในเวลากลางคืน บรรยากาศที่เงียบสงบเป็นส่วนตัวไม่พลุกพล่าน ห้องประชุมที่สามารถสั่งอาหารมานั่งรับประทานไปด้วยได้ ไม่ต้องพักเบรกกลางคืนในขณะที่ความคิดกำลังแล่นฉิว

เรียกได้ว่าลูกค้าสามารถใช้ชีวิตแทบจะ 24 ชั่วโมงที่ Glowfish ได้เลย

PLAY คือพื้นที่เล่นที่เป็นเรื่องใหญ่ เพราะเมื่อคนที่มี ‘personality’ และ ‘lifestyle’ ใกล้เคียงกันมาสังสรรค์ มาทำกิจกรรมร่วมกัน นอกเวลางาน ก็จะมีการต่อยอดธุรกิจที่เป็นไปโดยธรรมชาติ เพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจมากขึ้น

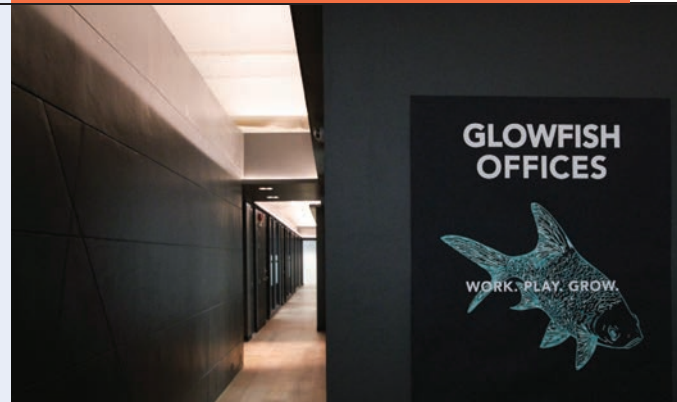
GROW คือการที่มีคนเก่งมาอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ซึ่งก่อให้เกิดการต่อยอดและเติบโตทางธุรกิจได้อย่างไม่มีขีดจำกัด เกิดเป็นเครือข่ายที่มีคุณภาพ

ทั้งนี้ Glowfish ก็ยังจัดกิจกรรมอยู่เรื่อยๆ เช่น Fish Day ที่จะเชิญลูกค้าและเพื่อนลูกค้ามาเจอกัน คุยกัน แลกเปลี่ยนปัญหาที่คนคิดต่างๆ

กิจกรรม Open Water ที่เชิญผู้มีความรู้ที่ประสบความสำเร็จด้านต่างๆ อย่างเช่น ดร.เรอบิน จาก iTAX (แอปจัดการภาษี) หรือคุณปรางค์จาก U Drink I Drive มาถ่ายทอดประสบการณ์ในรูปแบบ private talk ที่ฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย

ปริญ์ สารสิน Total Experience Manager กล่าวว่า

“เรามี space ที่ให้คุณมาทำงานได้อย่างสะดวกสบายในระยะยาว อย่างถ้านั่งทำงานที่ร้านกาแฟ มันก็จะมีปัญหาเล็กๆ น้อยๆ เช่น อินเทอร์เน็ตตัด คนเสียงดัง คอนโทรลอะไรไม่ได้ แต่การที่มามีอยู่ใน service office อย่างน้อยคุณก็มีที่ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ (productive) ได้ในระยะยาว (sustainable)”



GLOWFISH

📍 อโศก ทาวเวอร์ ชั้น 2 อาคารอโศก ทาวเวอร์ ซอยสุขุมวิท 21, สยามสแควร์ ชั้น 4-5 อาคารเซ็นเตอร์พอยท์ ออฟ สยามสแควร์

☎ 02 120 9600 (อโศก ทาวเวอร์)
02 018 9600 (สยามสแควร์)

🌐 www.glowfishoffices.com

📧 [glowfishoffices](mailto:info@glowfishoffices.com)

✉ info@glowfishoffices.com

“คุณมีโอกาสได้เจอคนทำงานที่จะต่อยอดคุณได้ ถ้าทำงานที่บ้านหรือที่ร้านกาแฟ คุณก็จะมีคอมมูนิตีแบบนี้ได้ครับ ตัวอย่างที่เกิดขึ้นกับ Glowfish คือ บริษัทหนึ่งเป็นบริษัทที่ติดอันดับสูงลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย แล้วอีกบริษัทที่ติดกันทำเกี่ยวกับ Jewelry ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง พอมีลูกค้าที่เป็นแฟนกันมาทั้งสองบริษัทสามารถมีโปรโมชั่นร่วมกันได้เลย อันหนึ่งสำหรับผู้ชาย อันหนึ่งสำหรับผู้หญิง หรือว่าบริษัทหนึ่งจัดอีเวนต์ ออร์แกนไนเซอร์ อีกบริษัทหนึ่งเป็นดีไซเนอร์ ทั้งสองก็สามารถร่วมกันทำโปรเจกต์ได้ ลักษณะอย่างนี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอยู่บ่อยๆ มันเป็นสภาพแวดล้อมที่เราอยากกระตุ้นให้เกิดขึ้นครับ”

- สาขาที่สามของ Glowfish อยู่ที่อาคารสารธรณี ติดกับรถไฟฟ้าชองนกรี บนพื้นที่กว้างใหญ่ 4,000 ตารางเมตร โดยมีจุดแข็งอยู่ที่ความเป็น Lifestyle office ที่ปรับให้เข้ากับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด โดยนำสิ่งที่ลูกค้าต้องการจากสองสาขาแรกมารวมกัน เช่น เพิ่มฟิตเนส และร้านอาหารเข้ามามากขึ้น เพิ่มห้องที่มีหน้าต่างและมีความโปร่งโล่ง แต่ยังคงความเป็นส่วนตัว
- โปรเจกต์ของ Glowfish กำลังจะเริ่มเปิดโซน Event space ความจุ 400 ตารางเมตร แบ่งเป็น 4 ออลล์เล็กที่สามารถจัดงานกิจกรรมได้หลากหลาย สามารถจัดคอนเสิร์ต จัดเทรนนิ่ง หรือจัดกิจกรรมที่บรรจุคน 400 คนได้สบาย

NIA VENTURE

คุณสมบัติผู้เข้าร่วมโครงการ

STARTUP



มีทีมนักธุรกิจที่จดทะเบียนในประเทศไทย ซึ่งมีหุ้นอันเป็นทุนตั้งแต่ร้อยละห้าสิบเอ็ดของทีมนักธุรกิจคนนั้น ถือโดยบุคคลธรรมดาสัญชาติไทย

โครงการไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น (เว้นแต่ทุนนั้นเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่ซ้ำซ้อนจากที่ขอรับการสนับสนุน)



ไม่เป็นบุคคลล้มละลายตามคำพิพากษาในคดีแพ่งหรือผู้ต้องโทษในคดีอาญา

ประสานงานติดต่อ



สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
ศูนย์วิสาหกิจเริ่มต้นประเทศไทย
73/2 ถนนพระรามที่ 6 แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี
กรุงเทพฯ 10400



โทรศัพท์ 02-017 5555 ต่อ 503, 410-411
โทรสาร 02-017 5566
อีเมล startup@nia.or.th
เว็บไซต์ open.nia.or.th

ขั้นตอนการพิจารณาให้ทุนสนับสนุน
โครงการนวัตกรรมของผู้ประกอบการ
ธุรกิจนวัตกรรม (Smart SMEs) และ
วิสาหกิจเริ่มต้น (Startup)

