

INTERVIEW
ณัฐวุฒิ OOKBEE

DISRUPT
ELON MUSK
กับ SPACEX

DESIGN
AIRBNB กับวัฒนธรรม
การออกแบบ

RAISE FUNDS
เคล็ดลับระดมทุน

STARTUP THAILAND MAGAZINE



9 SECTORS
OF THAI STARTUPS

เอกพล

หน้า 2560-2561

EDITOR'S NOTE

ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับ Startup Thailand ได้ทุกวันที่

 startupthailand.org



 Startup Thailand



สมัครสมาชิกอ่านนิตยสาร Startup Thailand ออนไลน์รายเดือนได้ฟรี เพียงสแกน QR Code ด้านล่าง



9 STARTUPS UNDER 35

การแสวงหาวิธีการแก้ปัญหาที่สังคมและตลาดกำลังต้องการ หรือที่เหล่าสตาร์ทอัพเรียกว่า Pain Point นั้น ไม่ยากและไม่ง่าย แต่การสร้างทางเลือกที่คนจะยอมรับและเลือกใช้นั้นยากกว่ามาก

ความท้าทายนี้มีความหลากหลายมาก สาขารูรกิจของสตาร์ทอัพก็แตกแขนงออกไปมากกว่าในอดีต โลกของสตาร์ทอัพไม่ได้มีแต่เฉพาะ E-Commerce และ FinTech แต่มีสารพัด -Tech ทอยยกกันเติบโตเป็นสาขาใหม่ๆ รอให้สตาร์ทอัพเข้าไปนำเสนอทางเลือก ไม่ว่าจะเป็นการเกษตร อาหาร สุขภาพ การบริการภาครัฐ อสังหาริมทรัพย์ และการท่องเที่ยว

แพลตฟอร์มเทคโนโลยีดิจิทัล จะกลายมาเป็นพื้นฐานที่ขาดไม่ได้ในการนำศาสตร์และศิลป์แขนงต่างๆ มาเชื่อมเข้ากับเทคโนโลยีด้านต่างๆ

แน่นอนว่าผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีโจทย์แตกต่างคือผู้ที่เปลี่ยนแปลงมุมมองและความเข้าใจต่อวิธีการดำเนินชีวิตในอดีตให้ก้าวไปสู่อนาคต

ในฉบับนี้เราจะได้ทำความรู้จักกับสาขาธุรกิจและ Young Change Maker เหล่านั้นกันครับ

ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์

ผู้อำนวยการ
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
(องค์การมหาชน)

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



CONTENTS

4 COVER STORY

9 SECTORS OF
THAI STARTUPS



10 INTERVIEW

บทสนทนากับ
ณัฐวัฒน์ พึ่งเจริญพงศ์
แห่ง OOKBEE

13 5 LITTLE THINGS THAT MIGHT BE BIG

FILMS & SERIES
ABOUT STARTUPS

14 DESIGN

AIRBNB กับวัฒนธรรม
การออกแบบ

15 MARKETING

THE CONVERGED MEDIA
และการโฟกัสการใช้สื่อให้คุ้มค่า
ตามสไตล์สตาร์ทอัพ

16 RAISE FUNDS

เคล็ดลับระดมทุน
สำหรับสตาร์ทอัพหน้าใหม่

17 HUMAN RESOURCES

HOW STARTUP FOUNDERS
MANAGE GENERATIONAL
DIFFERENCES

18 STARTUP THAILAND

STARTUP THAILAND 2017
SCALE UP ASIA



20 DISRUPT

ELON MUSK ชายผู้ปั่น 3 วงการ
ตอน SPACEX

21 SILICON VALLEY

COMMUNITY

22 CO-WORKING SPACE

JUMP SPACE
COMMUNITY HUB ด้านสตาร์ทอัพของอีसान



STARTUP
THAILAND
MAGAZINE

กระทรวงวิทยาศาสตร์
และเทคโนโลยี

ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์
สาคร ชนะไพฑูริย์
ปวีรรต วงษ์สำราญ
วิชัยม สุขสร้อย
สุพจน์ สุทธิรัตน์
พรพิชา เพชรแก้วกุล
ธัญญารัตน์ ทองอัม

บริษัท ทีซีบีเอ็น จำกัด

บรรณาธิการบริหาร
วีรณา โอฬารักษ์ธรรม

บรรณาธิการ
ภาวนา แก้วแสงธรรม

ผู้ช่วยบรรณาธิการ
เสริมสิริ อังคะวัฒน์

บรรณาธิการบทความ
หทัยา ภูดี

ช่างภาพ
ปิยนันท์ เกียรติณฤกษ์

พิสูจน์อักษร
กฤตภัทร ร่ำพรรณ

บรรณาธิการศิลปกรรม
ฐิติพงศ์ จรุงธรรมวงศ์

ศิลปกรรม
ธีรพงศ์ คงเชื้อ
เทวินทร์ เรียงรักษา
สุรีย์ ยันตยาภรณ์
ปภัตดา สังข์โชติ

COVER STORY

9 SECTORS OF THAI STARTUPS

เรื่อง หักยา กู๊ด

ภาพถ่าย ปิยนันท์ เกียรติณฤกษ์

สตาร์ทอัพกำลังมาเปลี่ยนแปลงโลก เพราะไม่ใช่แค่รูปแบบที่สามารถทำซ้ำ (repeatable) ขยายตลาดได้อย่างกว้างขวาง (scalable) และเติบโตได้อย่างก้าวกระโดด (exponential growth) เท่านั้น

แต่คนที่กระโจนลงสู่สนามสตาร์ทอัพ มาพร้อมกับความทะเยอทะยาน ที่อยากเปลี่ยนแปลงชีวิตผู้คนให้ดีขึ้น

ขอบเขตธุรกิจสตาร์ทอัพจึงไร้ข้อจำกัดและไร้เขตแดน ครอบคลุมวิถีชีวิตของผู้คนไว้ทั้งหมด

สำหรับประเทศไทยนั้น นับถึงกลางปี 2560 จำนวนสตาร์ทอัพไทยมีประมาณ 600-700 บริษัท และมีแนวโน้มจะเพิ่มจำนวนมากขึ้น

เราสามารถแบ่งกลุ่มของเหล่านักธุรกิจยุคใหม่ได้ 9 กลุ่ม

ซึ่งทั้ง 9 กลุ่มนี้ถูกคาดหวังว่าจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมไทยให้เติบโตอย่างก้าวกระโดด

มาทำความรู้จักกับพวกเขากันดีกว่า



1. กลุ่มการเกษตร และอาหาร (AGTECH & FOODTECH)

เกษตรกรรมและอาหาร คืออุตสาหกรรมที่สำคัญของเศรษฐกิจไทย และปฏิเสธไม่ได้เลยว่าห่วงโซ่การผลิตของเซ็คเตอร์นี้เกี่ยวข้องกับผู้เล่นหลายกลุ่ม

ความท้าทายของสตาร์ทอัพคือ การแก้ปัญหาตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ เพื่อช่วยให้เกษตรกรไทยเพิ่มผลผลิต กลายเป็น Smart Farmers ที่เก็บเกี่ยว ขนส่ง และกระจายสินค้าเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ไปจนถึงการบริหารจัดการสินค้าและบริการด้านอาหารให้มีประสิทธิภาพ

สตาร์ทอัพที่โดดเด่นของไทยในสาขานี้ได้แก่

Ricult ใช้ Machine Learning และภาพถ่ายดาวเทียมช่วยเพิ่มผลผลิตให้เกษตรกรไทย และช่วยให้พวกเขาเข้าถึงสินเชื่อได้ง่ายและเร็วขึ้น

Evergrow เว็บไซต์เทคโนโลยีการปลูกผักในพื้นที่จำกัด สามารถดูแลควบคุมการเพาะปลูกผ่านแอปได้ด้วยตัวเอง



2. กลุ่มธุรกิจภาครัฐ และการศึกษา (EDTECH & GOVTECH)

ความท้าทายของสตาร์ทอัพคือ การช่วยให้ทุกคนเข้าถึงการศึกษาได้ง่ายขึ้น อำนวยความสะดวกให้ผู้คนเรียนรู้ได้ เข้าถึงบริการต่างๆ ของภาครัฐ และเข้าถึงการศึกษาได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยไม่ติดปัญหาเรื่องเวลาและสถานที่ ทำให้การศึกษาเป็นของทุกคนจริงๆ

สตาร์ทอัพที่โดดเด่นของไทยในสาขานี้ได้แก่

EdTech ที่น่าสนใจได้แก่ **SkillLane** เว็บไซต์คอร์สเรียนออนไลน์ที่สามารถเรียนคอร์สจากผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณภาพทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไร้ขีดจำกัด

GovTech ที่น่าสนใจ ได้แก่ **Community Information System** เป็นการให้บริการ เช่น ลิขสิทธิ์โปรแกรมสารสนเทศชุมชนผ่านระบบคลาวด์ เชื่อมโยงข้อมูลสารสนเทศไปยังหน่วยงานรัฐทุกระดับอย่างมีประสิทธิภาพ



3. กลุ่มนวัตกรรม การแพทย์และสาธารณสุข (HEALTHTECH)

โจทย์ของ health care ที่ไทยและทั่วโลกเผชิญ มีตั้งแต่การดูแลสุขภาพ และการรักษาพยาบาล ซึ่งครอบคลุมการเข้าถึงยา เวชภัณฑ์ เครื่องมือแพทย์และบริการทางการแพทย์ การเสริมสร้างสุขภาพอนามัยที่สมบูรณ์ พัฒนาระบบสาธารณสุขให้เหมาะสมกับคนทุกกลุ่ม

สตาร์ทอัพที่โดดเด่นของไทยในสาขานี้ได้แก่

Health at Home บริการจัดหาผู้ดูแลที่เหมาะสมช่วยให้การดูแลผู้สูงอายุและผู้ป่วยที่บ้านเป็นเรื่องง่าย

ZeekDoc เว็บไซต์ค้นหาแพทย์เฉพาะทางที่อยู่ใกล้บ้าน และทำการนัดหมายได้ทันที ทำให้ไม่ต้องเดินทางไกลเพื่อไปรักษาตัว



4. กลุ่มอุตสาหกรรม การผลิตแห่งอนาคต (INDUSTRYTECH)

เชื่อมต่อ ควบวงจร และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม คือหัวใจหลักของ Industry 4.0 จากเดิมที่เป็นการผลิตแบบ 3.0 ที่เน้นผลิตให้ได้จำนวนมาก มาสู่การบริหารจัดการที่ดี และแบ่งปันข้อมูล

สตาร์ทอัพที่โดดเด่นของไทยในสาขานี้ได้แก่ **Gravitech** ออกแบบและผลิตบอร์ดทดลอง วิจัยงานทางด้านอิเล็กทรอนิกส์จำพวก microcontroller รวมทั้งอุปกรณ์เสริมต่างๆ

Stone Lab สร้างโปรแกรมควบคุมและจัดการ เครื่องมือวัดสำหรับโรงงานอุตสาหกรรม โรงพยาบาล หรือมหาวิทยาลัย รวมทั้งช่วยทำทะเบียนเครื่องมือ ระบบการเบิกของผ่านมือถือ จนถึงแผนการซ่อมบำรุง



5. กลุ่มธุรกิจเทคโนโลยี บริการ (BUSINESS SERVICE)

นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาช่วยจัดการธุรกิจ ทั้งขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ ให้ดำเนินไปอย่างราบรื่นในราคาที่เอื้อมถึง ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ล้ำหน้ามากขึ้น

สตาร์ทอัพที่โดดเด่นของไทยในสาขานี้ได้แก่

GetLinks แพลตฟอร์มที่เป็นตัวกลางเชื่อม บุคลากรชั้นนำในสาย Tech&Digital เข้ากับองค์กรต่างๆ

FoodStory การจัดการระบบร้านอาหารบน ไอแพดอย่างครบวงจร ซึ่งทำให้การทำร้านอาหารสะดวกมากขึ้น



6. กลุ่มเทคโนโลยีการเงิน (FINTECH)

กลุ่มสตาร์ทอัพที่มาแรงตั้งแต่ช่วง 2-3 ปีก่อน ปัจจุบันความเนื้อหอมก็ยังพุ่งกระจาย นั่นเพราะเรื่องเงินถือเป็นปัจจัยสำคัญ มีทั้งกลุ่มที่ช่วยเรื่องการใช้จ่ายใช้สอย การให้กู้ยืม การลงทุน การบริหารจัดการความเสี่ยง และการดำเนินธุรกิจ

สตาร์ทอัพที่โดดเด่นของไทยในสาขานี้ได้แก่

Jitta แพลตฟอร์มทางการเงิน เน้นการวิเคราะห์การลงทุนแบบเน้นคุณค่า (value investing) โดยการวิเคราะห์งบการเงินของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลก เพื่อให้นักลงทุนเลือกหุ้นได้ง่ายและเร็วขึ้น

Omise บริการ payment gateway ที่ให้บริการร้านค้าออนไลน์ สามารถจ่ายผ่านบัตรเครดิตได้ง่าย

FlowAccount โปรแกรมบัญชีออนไลน์ที่บริษัท Startup และ SME เลือกใช้ เพราะใช้งานง่าย ไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานทางด้านบัญชี



7. กลุ่มเทคโนโลยี ก่อเที่ยว (TRAVELTECH)

เมื่อการเดินทางง่ายขึ้นแค่ปลายนิ้ว จากเดิมที่ผู้คนที่ต้องพึ่งพาบริษัททัวร์ พวกเขา ก็เปลี่ยนมาเป็นนักเดินทางอิสระในราคาที่คุ้มค่า สตาร์ทอัพที่เข้ามาตอบโจทย์จิตวิญญาณของผู้คนให้ได้โดยopin ก็มีทั้งเจ้าใหญ่ระดับโลกอย่าง TripAdvisor และ Airbnb

สตาร์ทอัพที่โดดเด่นของไทยในสาขานี้ได้แก่

Local Alike แพลตฟอร์มที่เชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวโดยชุมชน กับนักท่องเที่ยวที่สนใจในเรื่องการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

Penquint แอปพลิเคชันจองตั๋วเครื่องบินที่จัดหนักทุกโปร สามารถจองที่นั่งกับสายการบินได้กว่า 500 แห่งทั่วโลก



8. กลุ่มอสังหาริมทรัพย์ และเทคโนโลยีเมือง (PROPERTYTECH & URBANTECH)

ไม่ได้เข้ามาช่วยเหลือเฉพาะเรื่องการก่อสร้าง และบริหารจัดการการก่อสร้างเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงบริการด้านซื้อขายและให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้นกว่าแต่เดิม

สตาร์ทอัพที่โดดเด่นของไทยในสาขานี้ได้แก่

BuilK ซอฟต์แวร์บริหารจัดการก่อสร้าง สำหรับผู้รับเหมาและเจ้าของโครงการ เพื่อให้บริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Seekster ตัวกลางในการจัดหาแม่บ้านและช่างซ่อม ช่วยให้ไม่ต้องเสียเวลาในการหา สามารถดูรายละเอียดผู้ให้บริการและความคิดเห็นของผู้ใช้คนอื่นได้อีกด้วย



9. กลุ่มไลฟ์สไตล์ และความบันเทิง (LIFESTYLE & ENTERTAINMENT)

ช่วยให้ไลฟ์สไตล์ผู้คนง่ายขึ้น เพราะเข้ามาจัดการทุกอย่างผ่านแค่มือถือเครื่องเดียวเท่านั้น ตั้งแต่การหางาน จองคิวร้านอาหาร ซื้อตั๋วหนัง ซื้อบัตรคอนเสิร์ต หรือแม้กระทั่งช่วยให้การทำ ความดีง่ายขึ้น

สตาร์ทอัพที่โดดเด่นของไทยในสาขานี้ได้แก่

QueQ แอปพลิเคชันที่ช่วยจัดการระบบรอดคิวของร้านค้า สามารถจองคิวได้ตั้งแต่ยังอยู่บนรถ หรือระหว่างเดินทางไปที่ร้านนั้นๆ ในรัศมี 1 กิโลเมตร

Socialgiver สตาร์ทอัพที่เปลี่ยนแปลงการใช้จ่ายใช้สอยของเรา ให้เป็นการทำดีเพื่อสังคมได้ง่ายๆ

MEET THE DISRUPTORS UNDER 35

การเป็นตัวป่วน หรือ Disruptors เป็นหนึ่งในหัวใจหลักของสตาร์ทอัพ และนี่คือวิธีการป่วนที่ 9 สตาร์ทอัพรุ่นใหม่เลือกทำ เพื่อเปลี่ยนแปลงชีวิตผู้คนให้ดีขึ้น

AGTECH & FOODTECH



RICULT

อุกฤษ อุณหิเลก
(CO-FOUNDER)

สนับสนุนกลุ่มเกษตรกรไทยโดยใช้ Machine Learning และภาพถ่ายจากดาวเทียม มาช่วยเพิ่มผลผลิต และช่วยให้เกษตรกรเข้าถึงสินเชื่อได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น

“Credit Scoring ของ Ricult ถือเป็น ‘alternative credit score’ คือเราใช้ดาต้าหลายร้อยตัวมาพิจารณาความเสี่ยงของเกษตรกรไทยแบบที่ไม่เคยมีมาก่อน ทำให้ผู้ให้สินเชื่อ เช่น ธนาคาร บริษัท หรือร้านค้า มีฐานข้อมูลในการพิจารณา ซึ่งช่วยให้เกษตรกรไทยเข้าถึงสินเชื่อได้ง่ายและเร็วขึ้น เทคโนโลยีที่เราช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านการเพาะปลูก ซึ่งผมมองว่าเรากำลัง disrupt สังคมและเศรษฐกิจไทยโดยช่วยให้เกษตรกรไทยมีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น”

EDTECH & GOVTECH



SKILL LANE

สุทธิพงษ์ พิสิฐวุฒินันท์
(CO-FOUNDER & CEO)

ไม่ใช่แค่เว็บไซต์รวบรวมวิดีโอสอนออนไลน์ แต่ SkillLane ทำงานร่วมกับอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อสร้างสรรค์คอร์สเรียนที่กระชับ เนื้อหาครบถ้วน ทำให้คนไทยสามารถพัฒนาทักษะใหม่ๆ เพื่อความก้าวหน้า

“สิ่งที่ SkillLane ทำ ไม่ใช่การ disrupt เซกเตอร์การศึกษา แต่เป็นการทำงานร่วมกับภาคการศึกษาและพันธมิตรของเรา เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้ที่ต้องการศึกษาเรื่องใหม่ๆ และเพื่อเป็นช่องทางในการกระจายความรู้ให้กับอาจารย์ผู้สอน ซึ่งทั้งหมดนี้สรุปรวมได้ว่า เราช่วยพัฒนาศักยภาพผู้คน ซึ่งจะส่งผลต่อศักยภาพของประเทศไทยด้วย”

HEALTHTECH



ZEEKDOC

วัลย์พรรณ จันทมิตรกุล
(CO-FOUNDER)

ที่ผ่านมาคนไข้เลือกเดินทางมารักษาตัวในกรุงเทพฯ ซึ่งเพิ่มภาระค่าใช้จ่าย เสียเวลาทั้งคนไข้และคนดูแล แต่ปัญหาเหล่านี้จะหมดไป เพราะนี่คือบริการที่จะช่วยให้คนไข้ค้นหาแพทย์เฉพาะทางใกล้ตัวได้รวดเร็วขึ้น

“ในระดับบุคคล ZeekDoc ช่วยให้คนไข้ต่างจังหวัด รวมไปถึงชาวต่างชาติในไทย ค้นหาและเข้าถึงแพทย์เฉพาะทางใกล้บ้านได้ ช่วยประหยัดเวลาและรายจ่าย ระบบเรายังเอื้อให้แพทย์ได้รักษาคนไข้ตรงกับความถนัดและความเชี่ยวชาญ ในระดับสังคม บริการของเราจะช่วยสนับสนุนการกระจายตัวของแพทย์ ถือเป็น การกระจายความเท่าเทียม”

INDUSTRYTECH



STONE LAB

สิทธิ์กร นวระอด
(CO-FOUNDER)

เพราะมุ่งหวังอยากยกระดับอุตสาหกรรมไทย Stone Lab จึงตั้งใจใช้เทคโนโลยีมาบูรณาการเครื่องมือ บุคลากร และองค์ความรู้ ในกลุ่มอุตสาหกรรมให้เชื่อมโยงกัน ด้วยการจัดเก็บฐานข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล เพื่อนำไปสู่การใช้ทรัพยากรทั้งเครื่องมือและคนร่วมกัน (sharing economy) ในอนาคต

“ผมมองว่าสิ่งที่เราทำคือการเปลี่ยนรูปแบบการทำอุตสาหกรรม เพราะพอทุกอย่างเชื่อมกัน ต่อไปการทำโรงงานก็ไม่จำเป็นต้องมีเครื่องจักรจำนวนมากแล้ว คุณอาจตั้งต้นด้วยเครื่องจักร 1-2 ตัวผลิตแค่วัตถุดิบตั้งต้น แต่กระบวนการอื่นใช้โรงงานอื่นทำให้ได้ สิ่งนี้ไม่ได้ช่วยแค่โรงงาน แต่เราช่วย SME ในประเทศตั้ง 2 ล้านรายด้วย เพราะเราช่วยลดช่องว่างถ้าเขาอยากข้ามจาก SME มาผลิตเองก็สามารถ DIY โรงงานเองได้ด้วยซ้ำ”

BUSINESS SERVICE



GETLINKS

พลภัทร นรธรมจิตติ
(CO-FOUNDER & CMO)

Connecting People to Change The World คือหัวใจของ GetLinks แมื่อระหว่างบริษัทชั้นนำกับ Tech Talents ที่นำเทคโนโลยีมาคัดกรองผู้สมัครและบริษัท ก่อนจับคู่ให้ลงตัว เพื่อแต่ละฝั่งจะได้เสียเวลาน้อยที่สุด แถมยังมีบริการโค้ชให้ก่อนสัมภาษณ์งาน

“เราเชื่อว่าซุมกำลังหลักของเหล่าผู้สร้างอนาคตคือ Tech Talent ซึ่งคือ 3D ทั้ง Developer Designer และ Digital Marketer นอกจากจะเป็นบริษัทที่ disrupt วงการ recruiting เองแล้ว เรายังเป็นปัจจัยสำคัญในการช่วยจับคู่บุคลากรให้กับบริษัทชั้นนำทั่วเอเชีย ซึ่งทำให้บริษัทเหล่านั้นมีความสามารถในการ disrupt วงการอื่นๆ ในระดับมหภาคต่อไป และนี่คือ drive ที่ทำให้ทีมเราตื่นมาลุยกันทุกวัน”

FINTECH



FLOW ACCOUNT

กฤษฎา ชุตินรร
(CO-FOUNDER)

หนึ่งในปัญหาที่มักประสบเวลาเริ่มต้นธุรกิจคือการทำบัญชี FlowAccount จึงเสนอโปรแกรมบัญชีออนไลน์ที่ผู้ประกอบการสามารถใช้งานได้ง่าย โดยไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานทางบัญชี ช่วยประหยัดเวลา

“บริการของ FlowAccount มีทั้งซอฟต์แวร์ และทีมงานคอยช่วยให้ความรู้ เรื่องบัญชีจึงกลายเป็นเรื่องง่าย คนก็เริ่มต้นธุรกิจได้ง่ายขึ้น ถ้ามว่าเราช่วยเปลี่ยนแปลงวงการไหน ผมว่าสิ่งที่เราทำคือช่วยลดเวลาและอำนวยความสะดวกให้เจ้าของกิจการ เขาจะรู้รายได้ รายจ่าย ซึ่งส่งผลให้เขามีโอกาสประสบความสำเร็จในธุรกิจมากขึ้น”

TRAVELTECH



LOCAL ALIKE

สุรัชณา กวคลีธ
(CO-FOUNDER & COO)

เพราะเชื่อว่าการท่องเที่ยวเป็นได้มากกว่าแค่เครื่องมือทางเศรษฐกิจ Local Alike จึงสนับสนุนให้ชุมชน ลูกขึ้นมาจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวกลางเชื่อมต่อกับนักท่องเที่ยว

“สิ่งที่เราเชื่อและทำมาตลอดคือ การสนับสนุนชุมชนให้ลูกขึ้นมาจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ด้วยตนเอง เรามีหน้าที่เชื่อมต่อท้องถิ่นเหล่านั้นเข้ากับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตจริง เป้าหมายคือเราอยากเห็นโลกที่ผู้คนเรียนรู้วัฒนธรรม และเข้าใจกันให้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น เพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจ ลดความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองกับชนบท”

PROPERTYTECH & URBANTECH



SEEKSTER

ชาอิบ อนันต์กรงวิทย์
(CO-FOUNDER)

แพลตฟอร์มสำหรับการให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัย ตั้งแต่แม่บ้าน ทำความสะอาด ช่างแอร์ ช่างประปา ฯลฯ นอกจากช่วยอำนวยความสะดวกแล้ว ยังช่วยเพิ่มรายได้แก่ผู้ให้บริการ โดยชูเรื่องความไวใจได้และการควบคุมคุณภาพจากระบบเรตติ้ง

“เราพาผู้ให้บริการฝีมือออกมาเจอกับลูกค้า ซึ่งทำให้เขามีรายได้เพิ่มขึ้น บางคนมีรายรับเพิ่มขึ้นถึงสามเท่า ทุกวันนี้เรามีนักบัญชีหรือเลขานุการที่เปลี่ยนมาเป็นแม่บ้านนอกเวลางาน ส่วนในแง่วงการอสังหาริมทรัพย์ ผมมองว่าสิ่งที่เรากำลังจะ disrupt คือ ต่อไปในยุคคลัสเตอร์ประจำอาคาร อาจไม่ต้องจ้างแม่บ้านและช่างประจำแล้ว หรือในแง่บริษัท ก็สามารถ outsource แม่บ้านและช่างได้”

LIFESTYLE & ENTERTAINMENT



SOCIAL GIVER

อาชวี วงศ์จินดาเวศย์
(FOUNDER & CEO)

แต่ละปีภาคธุรกิจท่องเที่ยวและบริการจะมีทรัพยากรห้องพักหรือบริการที่ไม่ถูกใช้งานราว 45 เปอร์เซ็นต์ Socialgiver ช่วยเข้าไปประสานกับผู้ประกอบการธุรกิจเปลี่ยนทรัพยากรที่ไม่ถูกใช้งานเป็นผลิตภัณฑ์ให้ทุกคนเข้าถึงได้ โดยนำเงินส่วนนี้ไปมอบให้องค์กรเพื่อสังคม

“เราสร้าง tool หรือเครื่องมือตัวหนึ่งขึ้นมา ที่ช่วยให้คนทำได้ง่ายขึ้น ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและบริการก็สามารถสร้างคุณค่าให้ธุรกิจได้มากขึ้น ส่วนองค์กรเพื่อสังคมได้รับเงินทุนเพื่อไปสร้างสังคมที่ดีขึ้น โดยเงินทุนส่วนนี้เกิดจากการจับจ่ายของผู้ใช้บริการ โดยที่ผู้ใช้บริการแทบไม่ได้สูญเสียอะไรไป สิ่งที่เราทำให้เกิดขึ้นคือ ทุกคนยังจับจ่ายใช้ไลฟ์สไตล์ได้ตามเดิม แต่เงินส่วนนี้จะถูกนำไปสร้างประโยชน์ต่อสังคม เรียกว่า วิน-วิน กันทั้งหมด”

9 คุณค่าที่คนประสบความสำเร็จยึดถือ



1

นวัตกรรม

ได้จากการแบ่งปันไอเดีย
แนะนำให้ฟังและคุยกับลูกค้า
แล้วปรับใช้หรือพัฒนาต่อ

Bill Gates
ผู้ก่อตั้ง Microsoft



2

ความคิดสร้างสรรค์

ฝึกสังเกตและเชื่อมโยง
ยอดครีเอทีฟ คือคนที่รู้จัก
นำประสบการณ์มาสังเคราะห์
และต่อยอดสร้างสิ่งใหม่

Steve Jobs
ผู้ก่อตั้ง Apple



3

การขับเคลื่อน

จงขับเคลื่อนธุรกิจหรือไม่ขึ้น
เป็นคุณเองที่จะถูกขับเคลื่อน

B.C. Forbes
ผู้ก่อตั้งนิตยสาร Forbes



4

รู้จักตัวเอง

คนที่รู้จักตัวเองคือคนที่สามารถ
สำรวจชีวิตตนเองอย่างชัดเจน
โดยไม่เอาคุณค่าสังคมมาตัดสิน

Debbie Ford
นักเขียนหนังสือขายดีของนิวยอร์กไทมส์



5

วิสัยทัศน์

คือศิลปะของการมองเห็น
สิ่งที่คนอื่นมองไม่เห็น

Jonathan Swift
นักเขียนและนักเสียดสีชื่อดัง



6

วินัย

คือสิ่งที่ทำให้เป้าหมาย
กลายเป็นความสำเร็จ

Jim Rohn
ผู้ประกอบการและนักเขียนชาวอเมริกัน



7

สำนึกความรับผิดชอบ

สร้างระบบและกระบวนการที่เอื้อให้
คนเกิดสำนึกความรับผิดชอบก่อน
วัฒนธรรมจะตามมา

Eric Ries
ผู้เขียนหนังสือ The Lean Startup



8

เคารพกระบวนการ

เคารพกระบวนการ
อย่าเอาแต่ผลลัพธ์ ถ้าทำอย่างนี้ได้
คุณจะประสบความสำเร็จในอาชีพ

Eric Ries
ผู้เขียนหนังสือ The Lean Startup



9

ซื่อตรงจริงใจ

จงคิด พูด รู้สึก และทำ
อย่างสอดคล้องกันเสมอ
สิ่งนี้จะทำให้คนอื่นไว้วางใจคุณ

Lance Secretan
นักคิดและผู้ช่วยขายด้านความเป็นผู้นำ

INTERVIEW

บทสนทนากับ ณัฐวุฒิ พึงเจริญพงศ์

ขอลงคำถามสั้นๆ ก่อนว่า ตอนนี้คุณทำอะไรอยู่บ้าง

อย่างที่รู้กันก็คือทำ Ookbee ครับ แล้วก็เป็นผู้ร่วมก่อตั้ง FavStay ซึ่งเป็น Founder สตาร์ทอัพอีกตัวชื่อ FavStay ซึ่งเป็นเหมือน Airbnb แต่เป็นของคนไทย นอกจากนี้ผมยังร่วมกับคุณกระทิง (เรื่องโรจน์ พูนผล) และคุณมะเหมี่ยว (ปารดา ทวีทรัพย์ประเสริฐ) ทำกองทุน 500 TukTuks ซึ่งเป็นกองทุนลูกของ 500 Startups ของอเมริกา เรียกได้ว่ามีหมวกอีกใบเป็นนักลงทุนด้วย

คุณมาทำ 500 TukTuks ได้อย่างไร

หลังทำ Ookbee เริ่มมีน้องๆ มาปรึกษาผมเกี่ยวกับการทำสตาร์ทอัพ ผมก็ให้คำแนะนำ พอคุยกันไปคุยมา เราสนใจลงทุนในสตาร์ทอัพเหล่านั้น จึงเอาเงินส่วนตัวลงบ้าง เอาเงินบริษัทลงบ้าง สักพักรู้สึกชักจะมั่วแล้ว (หัวเราะ) เลยลองหาดูว่ามีโมเดลการลงทุนอะไรที่เหมาะสมกับเราบ้าง ก็เจอ 500 Startups ซึ่งเขาเอาเงินเราไปรวมกับนักลงทุนคนอื่น ๆ ก่อนกระจายไปลงทุนในสตาร์ทอัพต่างๆ ผมรู้สึกวิธีนี้เวิร์ก มีรูปแบบชัดเจน ความเสี่ยงลดลง เพราะถ้าเป็นเงินเราคนเดียว จะลงได้แค่นี้ก็บริษัท แคมพอเจิงหมดก็หมดเลย แต่การลงทุนในกองทุนสตาร์ทอัพนี้เงินเราถูกกระจายออกไปเยอะมาก และไม่อาจจะขาดทุนด้วยซ้ำ

ตอนนั้นคิดอยากทำกองทุนแบบนี้ในเมืองไทย เลยลองคุยกับ 500 Startups แต่ด้วยความที่ยุ่งก็ไม่ได้ทำเสียที จนมาเจอคุณกระทิง คุยแล้วคิดว่าน่าจะทำงานร่วมกันได้ เลยรวมตัวเป็น 500 TukTuks ก็ไประดมทุนจากนักลงทุนในไทยนี้แหละครับ จากนั้นเอาเงินนี้ไปลงทุนในสตาร์ทอัพอื่นๆ โดยผมกับกระทิงเป็นผู้จัดการกองทุนให้ ตอนนี้งบลงทุนในสตาร์ทอัพไทยครบ 2 ปีแล้ว นับรวมคือลงไปกว่า 40 บริษัทแล้ว

ต้องยอมรับว่าในแวดวงสตาร์ทอัพไทย ชื่อของ คุณ - ณัฐวุฒิ พึงเจริญพงศ์ Founder และ CEO แห่ง Ookbee ถือว่าโด่งดังอยู่แล้ว อาจด้วยความที่กระโจนลงมาสู่สมรภูมิตั้งแต่แรกเริ่ม แคมความสำเร็จยังเดินทางมาถึงเร็ว จนหลายคนยกเขาให้เป็นรุ่นพี่ของวงการ

“พี่หมูหน้าเด็ก” อาจเป็นความเห็นที่สตาร์ทอัพรุ่นใหม่หลายคนบอกเรา เมื่อพูดถึงณัฐวุฒิ แต่นอกเหนือจากนั้นหลายคนยังบอกว่าเขาใจดี ให้โอกาสรุ่นน้อง และถ้าพอหาเวลาจากตารางอันแสนยุ่งได้บ้าง เขาก็พร้อมจะให้คำปรึกษาแก่น้องๆ เสมอ

ดูเหมือนณัฐวุฒิ จะเป็นเมนเทอร์ที่ดีในวงการสตาร์ทอัพไทย

ท่ามกลางยุคสมัยที่ใครๆ ก็อยากทำสตาร์ทอัพ เราชวนณัฐวุฒิมาพูดคุยถึงการเป็นเมนเทอร์ บทบาทอีกด้านของเขาในฐานะนักลงทุน รวมถึงความล้มเหลวในอดีตที่เขาเคยพบบท

อะไรอยู่ล่ะ รีบพลิกอ่าน แล้วมาเป็นทีม #Strong กับณัฐวุฒิกันดีกว่า

สัมภาษณ์
ศศิญา กุติ
ถ่ายภาพ
ปิยนันท์ เกียรติคุณยศ

“อย่าลืมนำจำกัดความล้มเหลวให้อยู่ในระดับที่ควบคุมได้ อย่าไปหมดตัวกับมัน โลกปัจจุบันเอื้อให้เรา ทดลองเล็กๆ ก่อนได้”

ปกติมีสตาร์ทอัพหน้าใหม่เข้ามาขอ คำปรึกษาคุณไหม?

มีตลอด แต่ส่วนหนึ่งผมก็ยุ่งด้วย เลยจะตอบเท่าที่ตอบได้ คือในแง่การให้คำปรึกษา ผมอยากให้คำปรึกษากับคนที่ผมมีความรู้พอช่วยได้มากกว่า เพราะถึงเราจะทำสตาร์ทอัพมาก่อนเขา แต่ไม่ใช่เราจะตอบได้ทุกข้อ ถ้าเป็นธุรกิจที่ผมไม่รู้เรื่องเลย เช่น แฟชั่น ผมตอบไม่ได้หรอก ดังนั้นเราจะเลือกตอบในด้านที่เรารู้ ส่วนใหญ่ผมอยากเป็นเมนเทอร์ให้กับบริษัทที่เราช่วยเขาได้จริงๆ

ถ้าขึ้นพูดได้ไหมว่า ตอนนี้เป็น เมนเทอร์ให้ที่ไหนบ้าง?

ก็จะมีบริษัทที่เราลงทุนไป ซึ่งผมไม่รู้ว่าเขาเรียกผมว่าเป็น “เมนเทอร์” อย่างเป็นทางการ (หัวเราะ) แต่เวลาเขามาปรึกษา เราในฐานะรุ่นพี่ที่ทำการสตาร์ทอัพมาก่อนก็ช่วยอยู่แล้ว นอกจากนี้ก็จะมีไปช่วยดูแลน้องๆ รุ่นใหม่ในโครงการส่งเสริมสตาร์ทอัพที่จัดโดยองค์กรต่างๆ ส่วนบริษัทน้องๆ ที่สนิทกัน เราก็เจอกันทุกสัปดาห์ คุยกันนี่แลกเปลี่ยนกันอยู่แล้ว

ส่วนใหญ่เขากามกันเรื่องอะไร?

สากระเบียดย่นเรือบ ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับว่าเขาทำสตาร์ทอัพอยู่เฟสไหนแล้ว ถ้าเขาเพิ่งได้เงินลงทุนไป เขาอาจจะถามว่าทำยังไงให้ฐานลูกค้าโต เอาเงินไปลงการตลาดทางไหนดี อยากรจะขายของให้คนนี่ พี่รู้จักเขาไหม จะเป็นลักษณะนี้ คือเขาขอความช่วยเหลือเป็นคำแนะนำ แต่ถ้าทำไปเรื่อยๆ จนเงินเขาใกล้จะหมดรอบ ก็จะเป็นคำถามประมาณว่า อยากรได้นักลงทุนรอบถัดไปที่จะลงเพิ่มอีกไหม หรือแนะนำใครให้มาลงทุนได้บ้าง เป็นต้น

ที่อเมริกามีอาจารย์มหาวิทยาลัยที่ เปิดให้คำปรึกษาสตาร์ทอัพเลย เมืองไทยมีแบบนี้บ้างไหม เมนเทอร์ ที่ให้คำปรึกษากับสตาร์ทอัพมือใหม่ นี่?

เมืองไทยคงไม่ได้มีเป็นทางการแบบนั้น ในส่วน

รุ่นพี่รุ่นน้องสตาร์ทอัพ ผมว่ามันเป็นความสัมพันธ์ส่วนตัวมากกว่าครับ ถ้าเรารู้จักกัน มีโอกาสไปกินข้าวพูดคุยกัน เราก็ปรึกษากันอยู่แล้ว รูปแบบอย่างนี้มีเยอะ แต่ต้องเข้าใจด้วยว่า ทุกคนในวงการสตาร์ทอัพ มีเวลาจำกัด เราไม่สามารถคุยกับทุกคนได้อยู่แล้ว แต่ถ้าเป็นอาจารย์ในมหาวิทยาลัย หรือเป็นกรรมการในงานประกวด ผมเชื่อว่าคนเหล่านี้มีเวลาให้คำปรึกษาได้มากกว่า แล้วยังเป็นสายวิชาการ เขาไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนเรื่องการลงทุน ดังนั้นโดยพื้นฐาน คนกลุ่มนี้น่าจะช่วยให้ แต่อาจเป็นเชิงทฤษฎี เชิงความรู้ เพราะเขาไม่ได้อยู่ในแวดวงธุรกิจจริงๆ

ผมมองว่าในการทำสตาร์ทอัพ เราไม่จำเป็นต้องมีเมนเทอร์แค่คนเดียว เพราะมันไม่ใช่รายการ The Face ถ้าเรามีปัญหาเรื่องลงทุน เราอาจปรึกษาที่เป็นนักลงทุน ส่วนถ้าจะทำธุรกิจเกี่ยวกับแฟชั่น เราอาจต้องไปหาคนในวงการแฟชั่นเลย ถ้าคุณจะทำเรื่องแม่บ้าน คุณก็ต้องปรึกษาผู้เชี่ยวชาญสายนั้นนะ ขึ้นอยู่กับว่าเราต้องการอะไร ผมเชื่อว่าโลกทุกวันนี้ เราเชื่อมต่อกันง่ายขึ้น อยู่ที่ว่าเราจะกล้าออกจากคอมฟอร์ตโซนไปหาคนที่เราอยากคุยด้วยหรือเปล่านั้น

ในแง่การทำงาน คุณมีใครเป็น เมนเทอร์ให้บ้าง?

ขึ้นอยู่กับว่าเราทำอะไรมากกว่า อย่างผมทำ E-Book ผมจะถือว่าเจ้าของสำนักพิมพ์ต่างๆ นั้นแหละเป็นเมนเทอร์ เพราะผมไปขอคำปรึกษาเขา อีกคนก็จะเป็นคุณกระทิง คนนี้ผมยินดีเรียกเขาว่าเป็นเมนเทอร์เลย คือเรามีแบ็กกราวด์ต่างกัน กระทิงจะมาสายการศึกษาหน่อย จบสแตนฟอร์ด เคยอยู่กูเกิล ซึ่งผมไม่ใช่ทางนั้น ดังนั้นเวลาต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับสายการศึกษา ผมจะถามเขา ส่วนถ้าเป็นเรื่องลงทุน ก็คงปรึกษาทีม 500 Startups

แล้วเรื่องชีวิตล่ะ ปรึกษาใคร?

อาจจะจะเป็นคุณพ่อ แต่จริงๆ แล้วเรื่องส่วนตัวผมไม่ค่อยได้ปรึกษาใคร หลักๆ จะเป็นเรื่องงานมากกว่า

จากประสบการณ์ของคุณ คิดว่าจุด ไหนของสตาร์ทอัพไทยที่ยังพัฒนา ไปได้อีก?

ถ้าให้พูดโดยรวม สตาร์ทอัพไทยจะมีโจทย์แบบไทยๆ เราอยู่ในประเทศที่คนไม่ค่อยมีบัตรเครดิต การส่งของก็ต้องออกแบบให้เก็บเงินสด ปลายทาง หรือพฤติกรรมคนเสถียรคือดิจิทัล คนก็จะคาดหวังว่าต้องฟรี ทำให้ไม่ยอมจ่าย แต่ยอมทนดูโฆษณา เป็นต้น ดังนั้นจุดนี้เป็นโจทย์ท้าทาย แต่ขณะเดียวกัน เราก็ได้เปรียบกว่าบริษัทต่างชาติ เพราะเราเปิดบริษัทอยู่ที่นี่ เราเข้าใจปัญหามากกว่า เข้าใจพฤติกรรมคนไทยมากกว่า

ส่วนถ้าพูดถึงคุณภาพของ founder ผมว่าหมดยุคแล้วที่เราจะหาพูดว่า คนไทยไม่เก่งเท่าฝรั่ง เพราะในความจริงข้อจำกัดนั้นหายไปแล้ว ส่วนที่จุดไหนที่เรายังพัฒนาไปได้อีก ก็คงเป็นเรื่องการเปิดมุมมอง ออกไปเปิดโลก ไปงานสตาร์ทอัพต่างประเทศเยอะๆ ไปดูงานว่ามีอะไรที่เอามาปรับใช้กับธุรกิจที่ไทยได้บ้าง

คำแนะนำที่ดีที่สุด ถึงคนที่อยากเริ่ม ทำสตาร์ทอัพ คือ?

ผมเชื่อว่ามันคงไม่มีคำแนะนำที่ดีที่สุด แต่ถ้าต้องบอก ก็อยากจะบอกว่า

1) เมื่อมองย้อนกลับไป สิ่งที่เราเสียใจมากที่สุด อาจเป็นเรื่องที่เราไม่ได้ทำ ดังนั้นถ้าอยากทำ ก็ลงมือทำซะ แล้วอย่าลืมนะ เวลาในชีวิตคนเรามีจำกัด เงินทอง โอกาส หรืออะไรต่างๆ มันไม่สำคัญเท่าเวลา อยากรทำอะไรให้รีบลงมือทำ



2) ต่อเนื่องจากข้อข้างบน ไม่ว่าจะทำอะไรก็ตาม อย่าลืมจำกัดความล้มเหลวให้อยู่ในระดับที่ควบคุมได้ อย่าไปหมดตัวกับมัน โลกปัจจุบันเอื้อให้เราทดลองเล็กๆ ก่อนได้ ไม่จำเป็นต้องเสียเงินเป็นล้านทำวิจัยสินค้า คุณสามารถแต่งภาพ อัปขึ้นเฟซบุ๊ก บุสต์โพสต์ 500 บาท แล้วรอดูว่ามีคนสนใจสินค้าที่คุณคิดจะขายไหม แค่นี้ก็พอได้แล้ว แล้วว่าควรไปทางไหนต่อ อย่าเพิ่งทุ่มจ้างโปรแกรมเมอร์ ทำเว็บ ระดมทุน คุณเริ่มต้นทำได้เลย แต่เริ่มเล็กก่อน เพราะถึงเฟลก็เฟลในสเกลเล็ก

คุณทำ Ookbee ซึ่งธุรกิจหลักเกี่ยวกับการอ่าน อยากทราบว่าหนังสือเล่มโปรดของคุณคือ?

หนังสือเล่มโปรด ชื่อ Built to Last: Successful Habits of Visionary Companies เขาพูดถึงบริษัทต่างๆ ที่อายุเกิน 100 ปี และทำไมถึงอยู่มาได้นานขนาดนั้น พอเราเข้าไปดูแล้วจริงๆ บริษัทพวกนี้ก็ทำอะไรคล้ายๆ สตาร์ทอัพ มีการทำอะไรใหม่ๆ ตัดสินใจเร็ว ซึ่งคล้ายกับที่สตาร์ทอัพพยายามจะเป็น ดังนั้นไม่สำคัญว่าองค์กรจะเล็กหรือใหญ่ แต่ขึ้นกับการปรับเปลี่ยน ไม่ยึดติดว่าองค์กรต้องเป็นอย่างนี้ไปทั้งชีวิต นั่นคือสิ่งที่หนังสือพูดถึง

หนังสือที่ชอบอ่านส่วนใหญ่จะเป็นแนวชีวประวัติคน อย่าง Steve Jobs, Bill Gates, Elon Musk เป็นต้น จริงๆ ทุกวันนี้ผมฟังใน Audio Book มากกว่าอ่าน เลยจำชื่อคนเขียนไม่ค่อยได้

แต่ชอบฟังหรืออ่านรายละเอียดในหนังสือจะไม่ชอบอ่านที่เขาสรุปมาสั้นๆ ว่าหนังสือเล่มนั้นเล่มนี้เกี่ยวกับอะไร เพราะผมว่าแรงบันดาลใจมักจะอยู่ในรายละเอียด ผมว่าคาแรกเตอร์ของคนคนหนึ่งหรือบริษัทหนึ่งมันสะท้อนผ่านรายละเอียดเล็กๆ พวกนี้ ซึ่งบทสรุปมอบให้เราไม่ได้

ภาพรวม ณ ตอนนี้ เหมือนคุณหยิบจับอะไรก็ประสบความสำเร็จชีวิตนี้เคยล้มเหลวบ้างไหม?

เยอะครับ อย่างปีที่แล้วเราเปิด Ookbee Mall ไป เลย์เอาท์คนเป็นร้อย เjing ไปเป็น 150 ล้านบาท ความล้มเหลวมันมีตลอดแหละครับ บางครั้งสิ่งที่เราทำอยู่ บางอันยังไม่ได้ประกาศบอกใครเลยว่าทำ แต่jing ไปแล้วก็มี แต่ผมคิดว่ามันไม่ใช่เรื่องที่เราต้องออกมาร้องให้พุ่มพวย สิ่งสำคัญคือ ไม่ว่าจะทำอะไรก็ตาม คุณต้องจำกัดการล้มเหลวของคุณ ไม่ใช่ว่าเล่นใหญ่ขายบ้านขายรถ ภูหนี่ยืมสิน จนทำคนอื่นเดือดร้อนไปหมด อย่างนั้นอาจจะging ว่าคุณไม่รับผิดชอบแล้ว

ผมว่าคนเราทดลองสเกลเล็กก่อนได้ ถ้าเวิร์กก็ค่อยๆ ขยับ ผมก็ได้เรียนรู้จากความล้มเหลวของตัวเองเยอะ เมื่อก่อนผมเป็นคนที่มี 100 ทำ 150 เสมอ ต้อง raise funds มาเยอะๆ ต้องเปิดบริษัทจ้างคน ตอนนี้อยู่แล้วว่า บริษัทjing อาจไม่ได้เดือดร้อนเรา แต่มันก็ทำให้คนที่เราจ้างมาเดือดร้อน มันมีผลกระทบต่อคนอื่นนะ

แล้วคุณก้าวผ่านความล้มเหลวตรงนั้นมาได้ยังไง?

ผมว่าไม่มีอะไรเฟลจนกว่าเจ้าของจะพูดออกมาว่าเลิกทำ อย่างธุรกิจ ถ้าเจ้าของไม่เลิกทำมันก็ไม่เรียกว่าjing ถึงเอาพนักงานออกหมด เหลือเจ้าของคนเดียว แต่jing ทำอยู่ ก็ยังไม่jing เพราะยังสู้อยู่ คำว่าเฟลมันคือเจ้าของถอดใจ ถ้าเกิดยังสู้อยู่ ผมเชื่อว่า อะไรก็เป็นไปได้

ถามว่าก้าวต่อไปยังjing มันไม่มีอะไรต้องก้าวต่อ เพราะถ้าเราไม่ถอย ยังทำอยู่ มันก็ยังไม่เฟล

ใครคือโรลโมเดลของคุณ?

ถ้าสมัยเปิดบริษัทใหม่ๆ โรลโมเดลจะเป็นคนอย่าง Steve Jobs, Bill Gates คือเป็นคนที่อยู่ไกลจากชีวิตเรานะ แต่ทำให้เรารู้สึกว้า “เฮ้ย เขาทำได้ไงวะ” เป็นแรงบันดาลใจให้เราอยากเป็นเจ้าของกิจการ แต่พอเวลาผ่านไป โรลโมเดลตอนนี้อาจเป็นคนสบายๆ อย่างคุณพ่อ นี่แหละครับ

ที่ Ookbee ณิชวุฒีมไม่มีโต๊ะทำงาน เพราะเวลาเอาออฟฟิศ เขาอยากใช้เดินพูดคุยถามไถ่สารทุกข์สุขดิบกับพนักงานมากกว่า เขามองว่าบทบาทปัจจุบันของเขาคือเป็นกองเชียร์ให้เด็กๆ ในออฟฟิศ ถ้าต้องทำงานดึกดื่น ก็จะอยู่เชียร์กันจนถึงดึกดื่น

ห้องต่างๆ ใน Ookbee ตั้งชื่อตามตัวละครในหนัง Star Wars เช่น ห้อง Darth Vader นั้น เพราะณิชวุฒีมเป็นแฟนพันธุ์แท้หนังในตำนานเรื่องนี้

ตอนนี้ธุรกิจในเครือ Ookbee จะมีทั้ง อีบุ๊ค, มีเว็บให้คนอ่านการ์ตูนชื่อ Ookbee Comics, มีเว็บอ่านนิยายชื่อ ธิญวลัย และ fictionlog, มีบล็อกให้คนมาเขียน ชื่อ storylog, มีเว็บดนตรีชื่อ fungjai มีเว็บให้คนจองคอนเสิร์ตชื่อ เล่นสด มีเว็บชื่อ c channel เป็นนิตยสารผู้หญิงออนไลน์ และปีนี้ ณิชวุฒีมบอกว่า กำลังจะมีผลิตภัณฑ์ออกมาใหม่อีก 2-3 ตัว

FILMS & SERIES ABOUT STARTUPS

5 LITTLE THINGS THAT MIGHT BE BIG



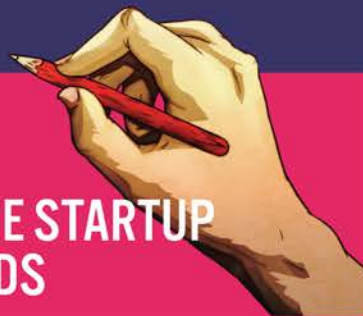
SILICON VALLEY

ซีรีส์สุดแสบจาก HBO ฉายครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 2014 เล่าถึง Richard Hendricks ผู้คิดค้นแอปพลิเคชัน "Pied Piper" ซึ่งจัดการไฟล์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจนมีคนมาขอซื้อ นอกจากนี้ Richard ยังมีเพื่อนตัวแสบที่ร่วมพัฒนาแอปมาด้วยกัน แม้ซีรีส์จะชะงักวงการสตาร์ทอัพอย่างแรง แต่กลับได้รับเสียงตอบรับที่ดีจากคนใน Silicon Valley นั่นอาจเพราะซีรีส์สะท้อนภาพจริงของวงการนี้ ที่ไม่ใช่ว่าจะสวยหรู แต่เต็มไปด้วยการแข่งขัน และการทำงานหนัก คงเหมือนที่ตัวละครหนึ่งพูดไว้ในซีซั่นแรก "ไม่ใช่เวทมนตร์หรือที่สร้างสรรค์สิ่งเหล่านี้ แต่เป็นพรสวรรค์และการทำงานหนักต่างหาก"



CROCODILE IN THE YANGTZE

ออกฉายปี ค.ศ. 2012 สารคดีเกี่ยวกับ Jack Ma แห่งอาณาจักร Alibaba และการเติบโตของเศรษฐกิจจีนที่สร้างความเปลี่ยนแปลงให้แก่โลก เราได้เห็นวิสัยทัศน์ของเขา การมองเห็นโอกาสอยู่เสมอ รวมถึงเลือกนักสู้ที่อยู่ในตัว สิ่งเหล่านี้คือคุณสมบัติหนึ่งที่สารคดีถ่ายทอดให้เห็นว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สตาร์ทอัพเจ้าเล็กจากเมืองจีนผงาดขึ้นครองโลกได้



THE STARTUP KIDS

สารคดีปี ค.ศ. 2012 สร้างโดยสองสาวรุ่นใหม่ที่ถือกล้องออกไปสัมภาษณ์ผู้ก่อตั้งเทคสตาร์ทอัพซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่เหมือนกัน เราจะได้ยินชื่อทั้ง Vimeo, Dropbox, Soundcloud หรือเทคสตาร์ทอัพประหลาดนี้ตลอดทั้งสารคดี ผู้กำกับฉายให้เห็นถึงแรงบันดาลใจ โชว์พลังของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการทำสิ่งที่เชื่อให้เป็นจริง แม้ว่าอาจจะแตะเรื่องธุรกิจน้อยไปหน่อย แต่โดยรวมถือว่าสนุก และทำให้อยากลุกมาทำสตาร์ทอัพบ้าง



GENERATION STARTUP

สารคดีปี ค.ศ. 2016 ที่ตามติดชีวิตนักศึกษาจบใหม่ 6 คน ที่มีเป้าหมายอยากทำสตาร์ทอัพเพื่อช่วยชีวิตผู้คนให้ดีขึ้น พวกเขาได้รับทุนสนับสนุนจาก Venture for America และเริ่มต้นทำสตาร์ทอัพที่ติทรอยด์ ตลอดเวลา 17 เดือนที่ผู้กำกับตามติดชีวิตพวกเขา เราจะได้เห็นทั้งความฝันใฝ่อันแรงกล้า การต่อสู้กับความเชื่อของครอบครัว ความล้มเหลวสลับในทางเลือกของตนเอง สารคดีอาจลงเอยด้วยบทสรุปสองขั้ว เราได้เห็นทั้งคนสำเร็จและคนที่ต้องออกห่างกลับไป แต่สุดท้าย เราก็ยังได้รับแรงบันดาลใจ และอยากเป็นส่วนหนึ่งของ Generation Startup อยู่ดี



STEVE JOBS

หนังเกี่ยวกับศาสดา Apple ไม่ได้มีแค่เรื่องเดียว แต่เวอร์ชันล่าสุดที่น่าแสดงโดย Michael Fassbender นี้ฉายภาพให้เห็นถึงด้านที่เป็นมนุษย์ของ Steve Jobs ทั้งเรื่องอีโก้ ความเจ็บปวดจากความสัมพันธ์ และเรื่องราวความล้มเหลวมากมายจนทำให้เราตระหนักได้ว่า การจะประสบความสำเร็จได้ไม่ใช่แค่เรื่องราบรื่น และชีวิตนั้นซับซ้อนเสมอ หนังเปิดตัวเมื่อปี ค.ศ. 2015 กำกับโดย Danny Boyle

DESIGN

AIRBNB

กับวัฒนธรรมการออกแบบ



โดย
ดร.สรชัย กรมกษม
Design Consultant, New York

หัวใจขององค์กรธุรกิจที่พิกซึ่งเติบโตอย่างฉับไวอย่าง Airbnb คือ "การสร้างโลกที่ทุกคนรู้สึกเป็นเจ้าของและเป็นส่วนหนึ่งไม่ว่าจะไปอยู่ตรงไหน" การออกแบบก็ตอบสนองให้มีความเชื่อถือได้และมีความพึงพอใจในรายละเอียด Airbnb มีผู้ก่อตั้งเป็นนักออกแบบ มีผู้เข้าพิกคนแรกที่มาใช้ที่พิกของ Airbnb เพื่อมางานประชุมการออกแบบ ในองค์กรจึงเปี่ยมไปด้วย design passion ดูได้จาก การเผยแพร่ความรู้การออกแบบผ่าน airbnb.design ให้ผู้คนได้ศึกษา หรือการที่ไม่กลัวการเปลี่ยนแปลง การ rebrand จากธุรกิจห้องพักรักๆ ไปสู่ธุรกิจที่ทุกคนบนโลกเป็นเจ้าของได้ การเปลี่ยนโลโก้ใหม่จากเดิมที่เป็นชื่อเต็ม ให้กลายเป็นตัว Bélo สื่อถึง belonging ที่ดูง่ายสะอาดตา เน้นให้ผู้ใช้ทั่วโลกเอาไปประยุกต์ใช้

วันนี้ผมนำเสนอภาพรวมในการออกแบบของ Airbnb ที่ตั้งใจตอบใจให้ทุกคนมีความเป็นเจ้าของและเป็นส่วนหนึ่ง โดย

- 1) การออกแบบเพื่อความเชื่อถือ (Design for Trust)
- 2) การออกแบบที่สร้างเพื่อทุกคน (Design for Everyone)
- 3) การสร้างระบบภาษาออกแบบ (Design Language System)

ที่เป็นตัวขับเคลื่อนและรองรับการเติบโต ทำให้

ทุกคนใช้งานออกแบบได้ง่าย มีมาตรฐาน มีความกลมกลืนต่อเนื่อง (consistency) เกิดความน่าเชื่อถือต่อผู้ใช้ ซึ่งถือเป็นหลักจิตวิทยาเบื้องต้น

ประเด็นแรก การออกแบบเพื่อทำให้เกิดความเชื่อใจระหว่างคนแปลกหน้า เจ้าของที่พิก และผู้เข้าพิก Airbnb ทั้งระบบการ review และ verification ที่มาจากทั้งสองฝ่าย การ review จากผู้เข้าพิกในเรื่องประสบการณ์จากการใช้ที่พิก ความพร้อม ทัศนคติ และการอำนวยความสะดวกของเจ้าของ ส่วนเจ้าของที่พิกก็ให้ความเห็นในแง่ที่ผู้เข้าพิกมาใช้ มีการดูแลรับผิดชอบข้าวของเครื่องใช้ ดังนั้น ผู้ใช้อื่นๆ จึงมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลช่วยการตัดสินใจ การ verification ด้วยบัตรประชาชนหรือเอกสารทางการ ก็เพิ่มความน่าเชื่อถือสูง

และสิ่งที่ลุ่มลึกที่ Airbnb สอดแทรกหลักจิตวิทยาการออกแบบที่สร้างความเชื่อใจอีกอย่างคือ การนำเสนอเนื้อหาในแง่ "คนจริง" "บ้านจริง" (Real People, Real Homes) จากการเน้นภาพของสภาพที่พิก เน้นเรื่องราวเจ้าของ การเลือกใช้ภาษาที่สร้างความเป็นกันเอง เช่น การต้อนรับเข้าบ้าน "Welcome Home" หรือการชักชวนให้ "ไปอยู่" "Live There" ที่สื่อความรู้สึกเป็นเจ้าของมากกว่าการ "ไปพิก" ชั่วคราว Stay ที่ใช้ในธุรกิจโรงแรมทั่วๆ ไป ผู้ใช้จึงรู้สึกเป็นกันเองและเชื่อมั่น

ส่วนประเด็นที่สอง การออกแบบเพื่อเข้าถึงทุกคนนั้น (Design for Everyone) เป็นการมุ่งถึง

ความหลากหลาย (truly diverse) ให้เป็นชุมชนชาวโลก (global community) ให้เป็นจุดขายที่แตกต่างไปจากองค์กรอื่นๆ ให้ผู้ใช้จากต่างฟากโลกมาเจอกัน การตัดสินใจในขั้นตอนของการออกแบบเหล่านี้ ทาง Airbnb อาศัยมุมมองและความเห็นที่กว้างๆ จากทีมงานหลากหลายเชื้อชาติ หลายภาษาวัฒนธรรม และให้ทุกคนมุ่งเน้นการให้ข้อมูลต่อ user experience ทำให้ผู้ใช้รู้สึกผูกพัน ผ่าน "Stories of Belonging" เกิดความรู้สึกเข้าถึง

และประเด็นสุดท้ายเพื่อรองรับการเติบโตอันรวดเร็วขององค์กร Airbnb สร้าง Design Language System มาใช้ร่วมกันในองค์กร โดยพัฒนา patterns ตัวหนังสือ สี ช่องว่าง การวางตำแหน่งให้เกิดความต่อเนื่อง (flows) ในแพลตฟอร์มต่างๆ ทั้ง desktop และ mobile เพราะความกลมกลืนคงเส้นคงวาเหล่านี้ก็เป็นหลักทางจิตวิทยาในการออกแบบที่สร้างความน่าไว้วางใจเชื่อมั่นเช่นกัน ให้นึกถึงเวลาเราเข้าไปใช้เว็บที่มีตัวหนังสือช่องว่างสะเปะสะปะ เราคงสับสน อ่านยาก หาไม่เจอ เหมือนงานไม่ได้ผลิตมาจากแหล่งเดียวกัน แลดูไม่ตั้งใจเกิดความไม่น่าไว้วางใจการมุ่งเน้นที่ความพึงพอใจในรายละเอียดเป็นสิ่งสำคัญมากในการออกแบบ

โดยสรุป ภาพรวมการออกแบบของ Airbnb คือเน้นเข้าใจหัวใจขององค์กรที่กลั่นออกมาเป็นภาษาเดียวกัน เกิดความกลมกลืนและน่าเชื่อถือ (consistency และ trust) คงความสำคัญของความเป็นท้องถิ่นของที่พิก (diverse และ authentic) ให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัวของผู้ใช้พิก แต่ยังมีส่วนร่วมเสมือนเป็นเจ้าของด้วยกัน (belonging)

แนะนำหนังสือ

หนังสือด้านการออกแบบที่ขอแนะนำครั้งแรกนี้สองเล่มคือ



Thoughts on Design
(Paul Rand)



Change by Design
(Tim Brown)

MARKETING

THE CONVERGED MEDIA

และการโฟกัสการใช้สื่อ
ให้คุ้มค่าตามสไตล์ Startup



โดย
อรุณ สุวรรณทัก
CEO และผู้ร่วมก่อตั้ง Techsauce

ทุกวันนี้รูปแบบสื่อที่ใช้ติดต่อสื่อสารกับลูกค้าออนไลน์นั้น ถ้าแบ่งออกมา สามารถแบ่งออกได้ทั้งหมด 3 ประเภทด้วยกัน นั่นคือ Paid, Owned และ Earned Media ก่อนอื่นขอสรุปสั้นๆ กันอีกครั้งว่า 3 ประเภทนี้แตกต่างกันอย่างไร

Paid Media คือสื่อที่คุณต้องจ่ายเงินไป เหมือนกับการโฆษณาโดยตรง สื่อประเภทนี้ที่คุณคุ้นเคยกันดี (ในที่นี้จะกล่าวถึงแค่สื่อออนไลน์) อาทิเช่น Facebook Advertising, Google AdWords, Banner บนเว็บไซต์ เป็นต้น

Owned Media คือสื่อที่เราเป็นเจ้าของเอง จัดการควบคุมเอง อย่างเว็บไซต์ของบริษัท, Facebook Page, Twitter Account, Instagram Account ของตนเอง เป็นต้น

Earned Media คือสื่อที่เกิดจากบุคคลที่ 3 พูดถึงธุรกิจเรา อาทิเช่น มี blogger เขียนถึงแอปพลิเคชันของเรา, มีสื่อเขียนถึงธุรกิจ



Startup ของเรา, มีคนใช้บริการของเราแล้วไปพูดที่ Forum หรือ Webboard เป็นต้น

เมื่อพูดถึงเก้าอี้ประเภทที่มี 3 ขาแล้ว Paid, Owned และ Earned Media ถือเป็นขาทั้ง 3 ที่เป็นพื้นฐานโครงสร้างสำคัญ และขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปไม่ได้ เฉกเช่นเดียวกับการวางกลยุทธ์การตลาดที่ดี ต้องมีทั้ง 3 ประเภทให้สอดคล้องกัน ส่งแรงกันไปมา นั่นคือความหมายของ Converged media

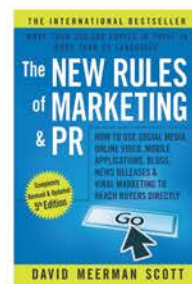
อย่างไรก็ตามช่วงระยะการทำธุรกิจของแต่ละบริษัทนั้นไม่เหมือนกัน และแน่นอนค่ะ เมื่อเราเป็นธุรกิจขนาดเล็กอย่าง Startup ด้วยเงินทุนที่น้อย เราก็อยากใช้สื่อแบบที่ต้องเสียเงินลงทุนให้น้อยที่สุด ถ้าเป็นไปได้เรียกว่าขอแตะ Paid Media ให้น้อยก่อนจะดีกว่า อีกทั้งยุคนี้คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจแบรนด์ที่ออกมาป่าวประกาศโฆษณากันทางสื่อออนไลน์ ผู้บริโภคมีทางเลือกและมี Journey ในการค้นหาข้อมูลของตนเองตามความสนใจของแต่ละคน

ดังนั้น จึงเป็นที่มาว่า Startup อย่างเรา ควรต้องโฟกัสการสร้าง Owned Media ซึ่งเปรียบ

เสมือนการสร้างบ้านของเราให้มีคุณภาพที่ดีและแข็งแรงก่อน ซึ่งในเบื้องต้นมันคงไม่ใช่เป็นเพียงเว็บไซต์ที่บอกเล่าถึง Product ของ Startup เพียงอย่างเดียว เพราะนั่นคือสิ่งที่คุณต้องทำอยู่แล้ว แต่สิ่งที่กำลังจะเอ่ยถึงต่อไปนี้ คือการให้คุณค่าเพิ่ม อาทิเช่น ความรู้ต่างๆ กับลูกค้า หนึ่งในตัวอย่างที่น่าสนใจคือ Startup อย่าง Sellsuki ผู้พัฒนาระบบบริหารร้านค้าออนไลน์บนโซเชียลมีเดีย ซึ่งกลุ่มลูกค้าของ Sellsuki ก็คือพ่อค้าแม่ค้า ธุรกิจ SMEs ต่างๆ นั่นเอง ดังนั้น Sellsuki เล็งเห็นความสำคัญของการให้ความรู้กับผู้ใช้เหล่านี้ จึงจัดสร้าง Blog เทคนิคการขาย และการจัดการสินค้าออนไลน์ต่างๆ ขึ้นมา และเมื่อมีเนื้อหาเยอะมากขึ้น Sellsuki ก็มีโอกาสรวบรวม Blog เหล่านั้นจัดทำเป็น Pocket Book วางขาย และได้ Branding ไปในตัว

นี่เป็นเพียงตัวอย่างที่เห็นได้ชัดแบบง่ายๆ ด้วยการสร้างสื่อของตัวเองให้แข็งแรง และเป็นหนึ่งในตัวของการทำ Inbound Marketing ดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาหา ด้วยการส่งมอบคอนเทนต์ที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์กับผู้อ่านในตอนต่อๆ ไปเราจะมาพบตัวอย่างที่น่าสนใจอื่นๆ อีก ว่าคอนเทนต์ประเภทไหนที่จะดึงดูดให้คนสนใจได้บ้าง และอาจผสมผสานกับสื่อประเภทอื่นเพื่อสร้างให้เกิด impact ที่มากขึ้น

แนะนำหนังสือ



The New Rules of Marketing and PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly

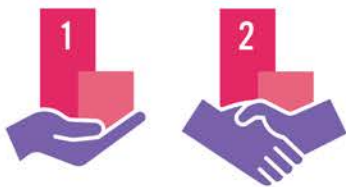
หนังสือที่ปูพื้นฐานสำคัญกว่าการทำ PR ในยุคดิจิทัลนั้น ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง เรียนรู้เหตุผลของการสร้างคอมมูนิตี และแนวคิดการทำ PR ของธุรกิจในรูปแบบของ media publisher เพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

RAISE FUNDS

เคล็ดลับระดมทุน สำหรับสตาร์ทอัพ หน้าใหม่

เรียบเรียง
ณวรา ศรีบุญกาญจน์

ปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจทะยานสู่เป้าหมายได้ คงหนีไม่พ้นเงินทุน นอกจากระดมทุนจาก นักลงทุนกลุ่ม Angel, VC, และ CVC แล้ว การระดมทุนแบบ Crowdfunding ยังเป็น อีกหนทางหนึ่งที่ทำให้สตาร์ทอัพหน้าใหม่เข้าถึงแหล่งเงินทุน และนี่คือเคล็ดลับที่จะช่วยให้การระดมทุนประสบความสำเร็จ



แยกประเภทการระดมทุนให้ชัดเจน

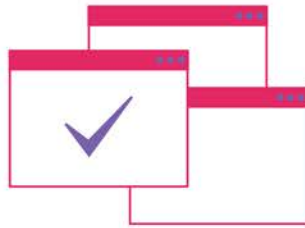
การระดมทุนแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

Donation-Based Funding

คือการบริจาค สิ่งตอบแทนที่ผู้สนับสนุนจะได้รับอาจเป็นของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของเรา เช่น ถุงผ้า เสื้อยืด หรือสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น ตัวชมคอนเสิร์ต หรือบัตรกำนัล

Investment Funding

คือการหาหุ้นส่วน ผู้ร่วมระดมทุนจะได้ผลตอบแทนเป็นกำไรจากธุรกิจของเราด้วย อย่าลืมกำหนดประเภทการระดมทุนอย่างชัดเจน เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย



เลือกช่องทางที่เหมาะสม

เว็บไซต์เพื่อการระดมทุนแต่ละแห่ง มีความเร็วและกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน เช่น

เว็บไซต์สำหรับ Donation-Based Funding

Indiegogo (indiegogo.com)

เน้นธุรกิจเกี่ยวกับไอเดียสตาร์ทอัพไทยอย่าง Drivebot เคยระดมทุนที่นี่ได้กว่าล้านบาท ใน 6 วัน

Kickstarter (kickstarter.com)

เว็บสำหรับसानฝันให้กับทุกคน เพียงมีไอเดียเจ๋งๆ ก็สามารถขอระดมทุนได้

Peerbackers (peerbackers.com)

โด่งดังด้านการผลักดันโครงการของนักคิดรุ่นจิ๋ววัย 13-17 ปี ไปจนถึงโครงการเกี่ยวกับการศึกษา

Taejai (taejai.com)

เน้นโครงการเพื่อสังคมและสร้างประโยชน์แก่ชุมชน

เว็บไซต์สำหรับ Investment Funding

Crowdfunder (crowdfunder.com)

เหมาะสำหรับนักลงทุนด้วยตัวเอง มีเงินสนับสนุนค่อนข้างสูง

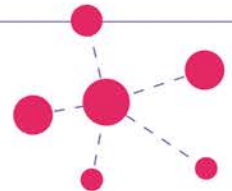
Sinwattana (sinwattana.com)

สนับสนุนโครงการหลากหลายแบบ ตั้งแต่ การวิจัย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสุขภาพ



จัดทำวิดีโอหรืออัลบั้มภาพประทับใจ

Seth Godin นักการตลาดผู้ระดมทุนได้ถึงเป้า ภายใน 3 ชั่วโมง ยืนยันว่าการลงทุนจ้าง นักตัดต่อวิดีโอและช่างภาพฝีมือดี จะช่วยเล่าเรื่องโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามโจทย์ อย่าลืมว่าไม่มีใครมีเวลาให้เรื่องราวของคุณนานเกิน 5 นาที ดังนั้นต้องสื่อสารให้ชัดเจนและกินใจจนคนอยากบอกต่อ แนะนำให้ปล่อยวิดีโอนี้ก่อนวันระดมทุนสัก 1-2 สัปดาห์



สร้างเครือข่าย

การระดมทุนที่ง่ายที่สุดคือเริ่มต้นจากคนใกล้ตัว จากนั้นค่อยขยายสู่กลุ่มอื่น กรณีที่มิงสำหรับการโฆษณา อาจกินส่วนหนึ่งใช้สำหรับ Soft Launching หรือจัดอีเวนต์ทั้งแบบออนไลน์ หรืองานอีเวนต์จริง เพื่อเชิญคนดังหรือบุคคลอื่นๆ ที่น่าจะสนใจมาร่วมงาน หากไปได้สวย แรงสนับสนุนจากเครือข่ายจะช่วยนำเราไปถึงเป้าหมาย 30% แรกได้อย่างง่ายดาย



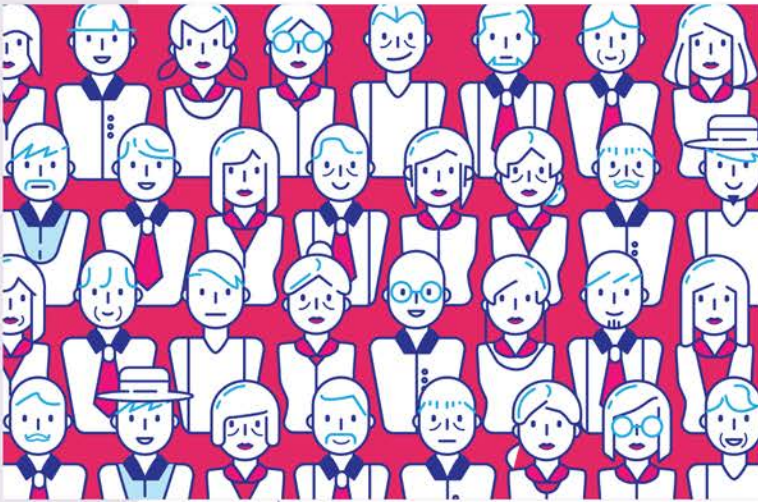
ใช้งานโซเชียลมีเดียอย่างเต็มประสิทธิภาพ

ทวีตเตอร์และเฟสบุ๊กถือเป็นช่องทางที่เหมาะสมกับการระดมทุนในไทย เว็บไซต์ก็ไม่ควรละเลย เพราะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ การสร้าง Press Kit บนเว็บไซต์ให้ดาวน์โหลดง่าย ยังเอื้อต่อสื่อหรือบล็อกเกอร์ ให้ช่วยโฆษณาโครงการโดยที่เราแทบไม่ต้องลงทุนใดๆ

HUMAN RESOURCES

HOW STARTUP FOUNDERS MANAGE GENERATIONAL DIFFERENCES

เรียบเรียง หักยา กุด้



ผู้คนมักเชื่อมโยงสตาร์ทอัพเข้ากับความหนุ่มสาว ภาพจำที่เราคุ้นเคยจากหนัง The Social Network คือ facebook ถูกก่อตั้งด้วยคนรุ่นใหม่ ทีมงานก็มักอยู่ในเจนเนอเรชันเดียวกัน แต่เราจะเหมารวมอย่างนั้นคงไม่ถูกเพราะเอาเข้าจริง มีสตาร์ทอัพจำนวนไม่น้อยในโลกนี้ที่วางจ้างคนหลากหลายวัย

เราอาจต้องยกตัวอย่าง facebook อีกครั้ง เพราะในปี 2008 Mark Zuckerberg ได้ว่าจ้าง Sheryl Sandberg ซึ่งขณะนั้นอายุได้ 39 ปีเข้าทำงาน ปัจจุบัน facebook ถือเป็นตัวอย่างขององค์กรที่มีคนหลากหลายวัยทำงานอยู่ด้วยกัน

การขับเคลื่อนองค์กรที่มีคนหลากหลายวัยนั้น ย่อมไม่ง่าย ผู้ก่อตั้งสตาร์ทอัพหลายรายอาจถอดใจไปแล้ว แต่เชื่อสิว่ามันไม่ได้ยากเย็นขนาดนั้น ลองนำหลักการเหล่านี้ไปปรับใช้ดูกับองค์กรของคุณก็ได้

รู้จักทีมงาน

ไม่ใช่แค่จำชื่อสกุลได้ แต่ควรทราบเหตุผลที่พวกเขาเลือกทำงานนี้ สิ่งที่เขาคาดหวัง อะไรที่ทำให้พวกเขาตื่นเต้น เป็นต้น

ไม่ว่าจะเป็นคนสูงวัยหรือคนรุ่นใหม่ ถ้าผู้บริหารรู้จักและเข้าใจความต้องการของพวกเขา ก็ไม่ใช่เรื่องยากที่จะบริหารจัดการทีมงานได้อย่างถูกต้องทางมากขึ้น

เคารพและไว้ใจ

การมอบความเคารพและไว้ใจให้คนทำงานเป็นสิ่งที่ผู้บริหารควรทำเสมอ ยิ่งกับทีมงานที่อายุมากกว่า ขอบอกว่าการให้ความเคารพนั้นสำคัญ แต่นั่นไม่ได้หมายความว่า คุณโต้แย้งผู้สูงวัยไม่ได้นะ ขอแค่การโต้แย้งนั้นทำด้วยท่าทีสุภาพก็พอ

สำหรับทีมงานที่เด็กกว่า คุณต้องไว้ใจและเปิดโอกาสให้พวกเขา ทุกครั้งที่ประชุมทีม ลองให้พวกเขาพูดก่อน และคุณเองต้องฟังทีมงานเยอะๆ สิ่งเหล่านี้จะยิ่งเพิ่มพูนความเคารพและไว้ใจที่พวกเขามีต่อคุณมากขึ้นด้วย

ให้รางวัลที่ผลของงาน ไม่ใช่ผลของวัย

Performance Based Management เป็นสิ่งที่ผู้บริหารควรยึดถือ ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับคนที่จะสร้างความสำเร็จให้องค์กรโดยไม่คำนึงถึงอายุแนะนำให้ตั้งสิ่งนี้เป็นเป้าหมายหลักในการขับเคลื่อนองค์กร ที่สำคัญอย่าลืมสื่อสารเป้าหมายนี้ให้ทีมงานทุกคนรับรู้

ยืดหยุ่น

ทีมงานต่างวัยย่อมมีจังหวะการทำงานแตกต่างกัน บางคนอาจมีครอบครัวต้องรับผิดชอบ ทำให้อยู่ออฟฟิศดึกๆ ดื่นๆ ไม่ได้ ขณะที่บางคนอาจไม่ใช่สโตร์ทำงานเช้า ดังนั้น สตาร์ทอัพควรปรับตารางการทำงานให้ยืดหยุ่น แต่ขณะเดียวกันก็ต้องมั่นใจว่าภายใต้ความยืดหยุ่นนั้น ทุกคนยึดถือเป้าหมายเดียวกัน คือทุ่มเทเพื่อให้อบริษัทเติบโต

สื่อสารให้ชัดเจน

ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดใดก็ตาม การสื่อสารที่ดีและชัดเจน จะช่วยลดความผิดพลาด เพิ่มความเข้าใจ และช่วยให้การทำงานร่วมกันของคนที่มีความแตกต่างเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อมูล
ทาลิกร รัตน์โชติ

AVP of Performance Management System
& Human Resources Development
Origin Property Public Company Limited

STARTUP THAILAND



STARTUP THAILAND 2017 SCALE UP ASIA

งานที่พาสตาร์ทอัพไทย ทะยานไกลสู่ต่างประเทศ

ปีนี้งาน "Startup Thailand 2017" จัดเป็นปีที่ 2 แต่มาด้วยยุทธศาสตร์ใหม่ คือป่าล้อมเมือง เพราะเริ่มจัดที่หัวเมืองภูมิภาคก่อน

เริ่มต้นที่ภาคตะวันออก จ.ชลบุรี เมื่อ 26-27 พฤษภาคม ก่อนลงใต้ไปต่อที่ จ.สงขลา เมื่อ 2-3 มิถุนายน จากนั้นพาไปแดนอีสานถิ่นอารยธรรมลุ่มน้ำโขง ณ จ.ขอนแก่น เมื่อ 9-10 มิถุนายน ก่อนไปแอ่วเหนือ จ.เชียงใหม่ เมื่อ 23-24 มิถุนายน

ปิดท้ายอย่างยิ่งใหญ่ เมื่อ 6-9 กรกฎาคม ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพฯ กับงานที่รวมพลสตาร์ทอัพไทยกว่า 300 บริษัท

ถ้าปีที่แล้วคืองานเปิดตัว เพื่อปูพื้นที่ให้สังคมไทยได้รู้จักกับสตาร์ทอัพอย่างจริงจัง งานปี พ.ศ. 2560 นี้ คืองานที่ได้เห็นการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดของสตาร์ทอัพไทย ตรงกับธีมที่ตั้งไว้ว่า Scale Up ที่ต้องการยกระดับงานสู่การเป็น

แพลตฟอร์มใหม่ในการเชื่อมโยงและส่งเสริมการเติบโตของสตาร์ทอัพในภูมิภาค

ภายในงานคึกคักและเต็มไปด้วยผู้ประกอบการทั้งเหล่านักลงทุนไทยและต่างประเทศ สื่อมวลชน อินฟลูเอนเซอร์ หน่วยงานเอกชนและรัฐบาล นิสิตนักศึกษา และคนทั่วไปที่สนใจสตาร์ทอัพ

ในงานยังมีการจัดเสวนาและบรรยายจากวิทยากรชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ ที่มอบข้อคิดดีๆ และแรงบันดาลใจอย่างเต็มเปี่ยม

การจัดแข่งขัน Startup Thailand 2017 Grand Pitching Challenge ในปีนี้ทีมชนะเลิศระดับบุคคล ได้แก่ ทีม MyCloudFulfillment จากกรุงเทพฯ ส่วนทีมชนะเลิศในระดับนิสิตนักศึกษาได้แก่ ทีม PlasTech จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผลพวงจากงานนี้จะช่วยให้อcosystem ของสตาร์ทอัพไทยแข็งแกร่งขึ้น และเกิดการขยายฐานสตาร์ทอัพไทยสู่เวทีระดับโลกได้ในไม่ช้า พร้อมทั้งเพาะให้เกิดเมล็ดพันธุ์แห่งแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ร่วมงาน ที่อาจกลับมาพร้อมโปรเจกต์สตาร์ทอัพเปลี่ยนโลกในปีหน้าก็เป็นได้

STARTUP THAILAND ECOSYSTEM & ROLES OF CORPORATES



ดร.ธีระพล กหมกคดียุธ

หัวหน้าคณะผู้บริหารด้านนวัตกรรม และความยั่งยืน บมจ. กรุ คอร์ปอเรชั่น



ดร.ศรีหทัย พรหมณี

Head of AIS The Startup บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)



คุณระวี อุณภักดิ์

ผู้ช่วยผู้อำนวยการธนาคารออมสิน สาขานานลูกค้าผู้ประกอบการ SMEs Startup



คุณอำพล โพธิ์โลหะกุล

รองกรรมการผู้จัดการ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย

“ทูลุ่ให้ความสำคัญเรื่องนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับนโยบาย Thailand 4.0 ของภาครัฐ โดยเราเห็นว่า นวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้ ต้องส่งเสริม Startup Ecosystem ก่อน เราจึงสร้างบริษัท True Incube ขึ้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดชุมชนสตาร์ทอัพ และเพื่อลงทุนในกลุ่มที่น่าสนใจ ด้วย กิจกรรมที่จัดจะเน้น Inspiration, Innovation, Incubator, และ Investment นอกจากนี้ เรายังสร้าง True Digital Park ขึ้นที่ สุขุมวิท 101 เป็นพื้นที่ให้บริษัท ระดับโลกได้มาแลกเปลี่ยนกับ สตาร์ทอัพไทย”

“ผมคิดว่า ภายใน 5 ปีนี้ Startup Ecosystem ในไทยจะสมบูรณ์มากขึ้นจากการขับเคลื่อนของทุกฝ่าย ตอนนี้อยู่ที่ศักยภาพสตาร์ทอัพไทยมีสูง ผมว่าเราเป็น Hub ได้ภายใน 5 ปีแน่นอน”

“เอไอเอสเริ่มส่งเสริมสตาร์ทอัพมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 โดยเน้นการเข้าไปเป็นพันธมิตร ส่วนในปีนี้ เราเน้นไปที่การส่งเสริมคน เพราะมองว่าเทคโนโลยีมาจากคน ถ้าคนมีศักยภาพ เขาจะสามารถนำ เทคโนโลยีมาเสริมศักยภาพของ ประเทศไทยได้ต่อ”

“Roadmap ที่เรามองไว้คือ (1) การสร้างชุมชนสตาร์ทอัพให้เกิดขึ้นจริง ณ AIS DC ซึ่งเป็นจุดรวมพลของเรา (2) การส่งเสริมสตาร์ทอัพทั้งที่เราทำงานร่วมด้วย อยู่แล้ว หรือกำลังจะเข้ามาใหม่ ให้ออกสู่ตลาดได้จริงทั้งในไทยและต่างประเทศ และ (3) การส่งเสริมให้สตาร์ทอัพได้มีโอกาสทำงานร่วมกับองค์กรระดับคอร์ปอเรท โดยสนับสนุนการนำไปต่อยอดมาใช้ ซึ่งสิ่งนี้น่าจะช่วยสตาร์ทอัพได้อย่างแท้จริง”

“ตอนนี้ทางธนาคารออมสินตั้งหน่วยงานขึ้นมา คือสาขานานลูกค้าผู้ประกอบการ สตาร์ทอัพ เพื่อจะดูแลโครงการ สตาร์ทอัพอย่างเฉียวเลย โดยเราอาจไม่ได้เน้น Tech Startup เหมือนที่หลายองค์กรเน้น ธนาคารออมสินเน้นทำงานกับ SMEs Startup ระดับฐานราก คือคนที่ผลิตของออกมาขาย โดยเน้นอบรมให้คำปรึกษาเฉพาะด้านกับผู้ประกอบการ สนับสนุนเงินทุน เพื่อให้เขาดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

“ขณะเดียวกันเราก็ไม่ละเลยที่จะเชื่อมโยง Tech Startup กับ SMEs Startup เข้าด้วยกัน เพราะในโลกที่ขับเคลื่อนด้วยดิจิทัลนี้ เขาจะผลิตอย่างเฉียวไม่ได้ ต้องมีเทคโนโลยีเข้ามาช่วย สิ่งนี้สอดคล้องกับนโยบาย Thailand 4.0 ของรัฐบาล ที่เน้นเศรษฐกิจดิจิทัล”

“ธนาคารกสิกรมองเห็นความสำคัญในการสนับสนุนสตาร์ทอัพ ปัจจุบันเราสนับสนุนในหลายรูปแบบคือ (1) มีการตั้งบริษัท Venture Capital (VC) เพื่อลงทุนในสตาร์ทอัพโดยตรง ล่าสุดเราเพิ่งลงทุนในบริษัท FlowAccount ซึ่งทำด้านโปรแกรมบัญชี (2) เราเปิด Sandbox เพื่ออำนวยความสะดวกให้สตาร์ทอัพด้าน FinTech ที่สนใจจะมาเชื่อมกับระบบธนาคาร”

“การส่งเสริม Startup Ecosystem ในไทยคงต้องช่วยกัน ธนาคารกสิกรไทยเองพยายามจะเอื้อทั้งในเรื่องเงินทุน มี Sandbox ให้ทดลอง มีการสนับสนุนให้สตาร์ทอัพเข้าถึงฐานลูกค้าธนาคารจำนวนมาก เพื่อเปิดโอกาสให้เขาเติบโตตามที่ต้องการอันจะช่วยสร้างประโยชน์ให้ประเทศในระยะยาวได้”

DISRUPT

ELON MUSK

ชายผู้ Disrupt 3 วงการในเวลาเดียวกัน
ตอนที่ 1 SpaceX

โดย
อานนทวงศ์ มฤคพิทักษ์
Head of People @ Wongnai



ณ เวลา 22.56 น. ของวันที่ 20 กรกฎาคม ค.ศ. 1969 ชาวโลก 500 ล้านคนได้ร่วมเป็นสักขีพยานวินาทีประวัติศาสตร์ เมื่อ นีล อาร์มสตรอง ก้าวลงจากยานอพอลโล 11 และประกาศก้องว่านี่คือ "ก้าวเล็กๆ ของมนุษย์คนหนึ่ง แต่เป็นก้าวที่ยิ่งใหญ่ของมวลมนุษยชาติ"

มันคือประโยคที่จุดประกายความฝันให้คนจำนวนไม่น้อยเชื่อว่า มนุษย์จะได้ไปตั้งถิ่นฐานบนดาวเคราะห์ดวงอื่นในเวลาอันใกล้

จากวันนั้นถึงวันนี้ก็ผ่านไปเกือบ 50 ปี แต่มนุษย์ก็ยังไม่เคยไปเยือนดาวเคราะห์ดวงไหนที่ไกลกว่าดวงจันทร์อีกเลย

โชคดีที่ฟ้าส่งชายชื่อ Elon Musk มาเกิด

อีลอน มัสก์ คือนักธุรกิจรุ่นบุกเบิกของ Silicon Valley เขาเป็นผู้ร่วมก่อตั้ง PayPal ซึ่งต่อมาได้ถูกขายต่อให้ eBay ทำให้มัสก์มีทรัพย์สินอยู่เกือบ 200 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งแม้จะดูเยอะแต่ก็ถือว่าน้อยนิดเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย 422 ล้านดอลลาร์ต่อการปล่อยจรวดหนึ่งครั้งของเขา

แต่หลังจากมัสก์ศึกษาเรื่องการสร้างจรวดและยานอวกาศ รวมถึงวิเคราะห์สภาพตลาดของวงการนี้แล้ว เขาก็พบว่ามันยังมีช่องโหว่อีกมาก มัสก์จึงก่อตั้ง SpaceX ซึ่งย่อมาจาก Space Exploration โดยมีเป้าหมายหลักคือ การทำให้

มนุษย์สามารถตั้งถิ่นฐานบนดาวเคราะห์ได้หลายดวง (to become a multi-planetary species)

วงการสำรวจอวกาศนั้นถูกขับเคลื่อนด้วยหน่วยงานรัฐบาลของแต่ละประเทศ ทำให้การทำงานยังเป็นสไตล์แบบเก่าที่ต้องมีการอนุมัติหลายขั้นตอน เทคโนโลยีที่ใช้ก็แทบไม่มีอะไรใหม่ และพึ่งพาบริษัทเอาท์ซอร์ส (outsource) ในการผลิตชิ้นส่วนต่างๆ จนต้นทุนสูงลิ่ว

มัสก์นำแนวคิดการทำงานอย่างรวดเร็วตอนที่ทำซอฟต์แวร์ของ PayPal มาประยุกต์ใช้กับ SpaceX จนทำให้กระบวนการการผลิตจรวดเร็วกว่าคู่แข่ง SpaceX ยังเลือกที่จะสร้างและประกอบชิ้นส่วนเองเกือบทั้งหมด แต่สิ่งที่ทำให้ SpaceX โดดเด่นที่สุดคือการพัฒนาเทคโนโลยีในการยิงจรวดและนำมันกลับสู่พื้นโลก

ก่อนหน้านี้ หลังการปล่อยจรวดทุกครั้ง จรวดที่onceถูกใช้แล้วจะตกลงสู่ทะเลและกลายเป็นเศษเหล็กที่ใ้การใช้ไม่ได้อีกต่อไป ลองคิดภาพดูว่า ถ้าเครื่องบินถูกใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง ตัวเครื่องบินไปญี่ปุ่นของเราจะราคาใบละเท่าไร?

SpaceX เป็นเพียงบริษัทเดียวในโลกที่สามารถควบคุมให้จรวดที่ถูกใช้แล้วนั้น กลับลงมาจอดตรงแท่นปล่อยจรวดได้อีกครั้ง ทำให้พวกเขาสามารถนำจรวดกลับมาใช้ใหม่ได้เรื่อยๆ และทำให้ SpaceX ยิงจรวดได้ถี่กว่าใคร

ผลก็คือ SpaceX มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งนับสิบเท่า และสามารถเปิดตลาดใหม่อันได้แก่ประเทศขนาดกลางที่ไม่ได้มีเงินถุงเงินถังเหมือนชาติมหาอำนาจ โดยรายได้หลักของ SpaceX ในตอนนี้คือการส่งดาวเทียมเข้าสู่วงโคจรให้กับรัฐบาลและองค์กรเอกชนทั่วโลก แต่เป้าหมายหลักของ SpaceX ยังคงเหมือนเดิมคือ ทำให้มนุษย์สามารถย้ายถิ่นฐานไปอยู่บนดาวดวงอื่นได้

มัสก์ได้ออกมาประกาศแล้วว่า SpaceX จะส่งคนไปดาวอังคารครั้งแรกในปี ค.ศ. 2022 ซึ่งหากเขาทำได้จริงๆ มันจะกลายเป็น "ก้าวที่ยิ่งใหญ่แห่งมวลมนุษยชาติ" อีกครั้งอย่างแน่นอน



SILICON VALLEY

COMMUNITY



โดย
อริวรรณ วงศ์ไวยวรรณ
Software Developer
URSA ThoughtWorks, Silicon Valley

เมื่อฉบับที่แล้วผู้เขียนพูดถึง คุณภาพของคน เป็นองค์ประกอบหนึ่งของ Ecosystem ผลักดันให้ Silicon Valley เจริญเติบโต ฉบับนี้อยากจะพูดถึงอีกองค์ประกอบหนึ่ง คือ ชุมชน (community) แปลกๆ ง่าย ๆ ว่า การรวมตัวของคนที่สนใจอะไรเหมือนกัน ซึ่งมีหลายรูปแบบ จุดเด่นของ Silicon Valley คือมีการจัดงานพบปะพูดคุยกันในหัวข้อต่าง ๆ ตลอดเวลา ถึงแม้จะเป็นอะไรที่ใหม่ ๆ เช่น Self-Driving Car Meetup, ARKit Meetup, AI Conference ทำให้การพัฒนาเทคโนโลยีหรือปรับใช้ทำได้เร็ว มีการแบ่งปันและต่อยอดความรู้ตลอดเวลา รวมถึงเปิดโอกาสให้กับคนรุ่นใหม่ได้มาลองและสร้างแรงบันดาลใจที่จะก้าวเข้ามาในอุตสาหกรรมต่อไปในอนาคต

ผู้เขียนขอสรุปข้อดีของการมีชุมชน ไว้ดังนี้

1) **เรียนรู้** อาจจะเป็นการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ หรือมีมุมมองใหม่ๆ สำหรับคำตอบของปัญหาที่เราเป็นตัวอย่งที่น่าสนใจคือ Steve Wozniak หนึ่งในผู้ก่อตั้ง Apple ได้แรงบันดาลใจจากการไปฟังงาน Meetup จึงกลับมาสร้างคอมพิวเตอร์ Apple I เครื่องแรก

2) **พบปะผู้คน** การได้รู้จักคนมากขึ้น นอกจากจะได้เพื่อนใหม่แล้ว ในอนาคตอาจจะมาเป็นผู้

ให้ความช่วยเหลือ, เพื่อนร่วมงาน, ผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท หรือเป็นนักลงทุนให้กับเราก็ได้

3) **พบว่าที่กลุ่มลูกค้า** สำหรับ Startup แล้ว การได้พบกลุ่มลูกค้าตั้งแต่เนิ่นๆ จะมีประโยชน์มาก เราจะได้ feedback เกี่ยวกับผลงานของเรา และคนกลุ่มนี้อาจจะเป็นลูกค้าหลักหรือผู้สนับสนุนบอกต่อผลงานของเราในอนาคต

4) **สร้างผลงาน** หลายๆ ชุมชนรวมตัวกันเพื่อสร้างผลงานให้คนอื่นได้ใช้ ไม่ว่าจะเป็นเพื่อทำไรหรือเพื่อส่วนรวม เช่นพวก Open source software ต่างๆ

5) **โน้มน้าว** (Influence) สิ่งนี้สำคัญมากในวงการ Startup ซึ่งเป็นวงการที่มีการ disrupt ของที่มีอยู่เดิม ถ้ามีกลุ่มคนที่ยอมรับสิ่งใหม่ๆ มากถึงจุดหนึ่ง (critical mass) ก็อาจจะผลักดันให้การเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นที่ยอมรับทั้งด้านธุรกิจและกฎหมายได้ เช่น ตัวอย่างที่เราเห็นได้จาก sharing economy ไม่ว่าจะเป็น ที่พัก หรือพาหนะส่วนตัว หรือตัวอย่างจากการปรับตัวของธนาคารแห่งประเทศไทย และจาก FinTech

ความเข้มแข็งของชุมชน เป็นตัววัดที่ดีตัวหนึ่งว่าในพื้นที่นั้นๆ ดิ้นตัวและพร้อมแค่ไหน สำหรับวงการ Tech Startup ในไทยนั้น ดูมีการเติบโตที่ดีทั้งในด้าน Tech และ Startup โดยดูได้จากการเติบโตของชุมชน ปริมาณและคุณภาพของผู้เข้าร่วม เสียขอบรรยากาศทั้งรัฐบาลและบริษัทต่างๆ และยังมีโอกาสได้ไต่ถามเยาะ พวกเราควรช่วยกันคนละไม้คนละมือครับ ออกไปหาความรู้ใหม่ๆ สร้าง network ให้กว้างขึ้น เปิดโอกาสให้ตัวเองและคนอื่น เพื่อความเติบโตของตัวเองและวงการในวันข้างหน้าครับ

ชุมชนในแบบต่างๆ

Meetup, Discussion Group, Book Club

การรวมกลุ่มของคนที่มีใจเดียวกัน มาแบ่งปันความรู้กัน อาจจะเป็น การนำเสนอ การเสวนาถึงหัวข้อ หรือหนังสือที่น่าสนใจ

Hackathon, Code Jam, Design Jam

งานที่คนมารวมตัวเพื่อแก้ปัญหาที่ตัวเองสนใจด้วยกัน อาจจะทำออกมาเป็น Business case หรือ โปรแกรมในเวลาที่กำหนด

Conference, Exhibition, Fair

งานอบรม งานออกงานประชาสัมพันธ์ ส่วนมากจะจัดรวมกัน เช่น งาน Startup Thailand มีทั้งงานออกงาน อบรม และแข่งขัน Pitching

Networking Event

งานที่ให้คนมารู้จักกัน มีประโยชน์มากโดยเฉพาะตอนที่เรากำลังมองหาคนมาร่วมงาน หรือหางาน จะเห็นได้ว่า งานส่วนมากมักจะแบ่งเวลาให้คนได้รู้จักกัน

Online Community

เช่น StackOverflow, Facebook Group, Webboard รวมถึง Open Source Community

ชุมชนที่น่าสนใจในไทย

iOSDevTH Meetup

Angular BKK Meetup

UX Meetup สมาคมโปรแกรมเมอร์ไทย

Agile Thailand

Startup Thailand

CO-WORKING SPACE



JUMP SPACE

Community Hub
ด้านสตาร์ทอัพของอีสาน

เรื่อง หักยา กุด้



Co-working Space กำลังขยายตัวทั่วเมืองไทย ในช่วง 2-3 ปีนี้ เราเริ่มเห็นหัวเมืองใหญ่ตามภูมิภาคมี Co-working Space หน้าใหม่เกิดขึ้น

JUMP SPACE เกิดขึ้นจากไอเดียของอัจฉริยะ ตาโรจน์ และชาญณรงค์ บุริสตระกูล นักธุรกิจ ในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งมองเห็นว่าขอนแก่นมีศักยภาพที่จะสร้าง Co-working Space ให้เติบโตได้

พวกเขาได้แรงบันดาลใจจาก Hubba ที่กรุงเทพฯ โตะลาว (Tohlo) ที่ลาว และ SmallWorld ที่กัมพูชา และได้เริ่มก่อตั้ง JUMP SPACE ขึ้นในปลายปี 2558

ที่นี่เป็น The Real Co-working Space แห่งแรกของอีสานที่เน้นสร้าง Community Hub ให้ผู้คนมาแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด และแชร์ประสบการณ์เพื่อต่อยอดทางธุรกิจต่อไป

นักสร้างฝันจำนวนมากที่มาร่วมสร้างสรรค์ชุมชนใน JUMP SPACE นี้ มีทั้งคนทำงานฟรีแลนซ์ สายโปรแกรมเมอร์ นักศึกษารุ่นใหม่ที่สนใจด้านสตาร์ทอัพ กลุ่มองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมไปถึงชาวต่างชาติบ้างประปราย

นอกจากนี้ยังมีสตาร์ทอัพหลายคนเลือกมาเปิดสำนักงานในขอนแก่น และเลือกใช้บริการของ JUMP SPACE เพราะเห็นว่ามีครบทั้งพื้นที่ อุปกรณ์สำนักงาน และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทำให้เดินทางธุรกิจต่อไปได้ทันที โดยสตาร์ทอัพล่าสุดที่เข้ามาเปิดสำนักงานคือ Wongnai (วงใน) นั่นเอง

ด้วยความที่ต้องการสร้างชุมชน และเป็นพื้นที่ให้คนที่สนใจด้านสตาร์ทอัพมาพบปะและพูดคุยกันได้ เราจึงได้เห็นกิจกรรมน่าสนใจจำนวนมากถูกจัดขึ้นที่นี้อย่างไม่ว่างเว้น ทั้งอีเวนต์ อบรมเชิงปฏิบัติการที่ร่วมกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น, โครงการบ่มเพาะนักธุรกิจท้องถิ่น “JUMP วิทยายน”, รวมถึงโครงการ Startup in Residence ซึ่งเป็นโครงการเสริมสร้างและผลักดันนักธุรกิจสตาร์ทอัพที่อยู่ในเครือข่ายของแต่ละภูมิภาค ผ่านการ



พัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ภายใต้ระบบที่เลี้ยง (Mentoring System) ให้สามารถต่อยอดแนวความคิด พัฒนาสู่การเป็นธุรกิจที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูงให้กับประเทศ และช่วยผลักดันการสร้างธุรกิจนวัตกรรมที่มีความเข้มแข็งและสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว โดย JUMP SPACE ได้ร่วมมือกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติทำการบ่มเพาะ 6 ทีมจากภาคอีสานผ่านโครงการนี้

“เราอยากสร้างสตาร์ทอัพในท้องถิ่นให้มากขึ้น ตอนนี้เราไม่ได้แค่มุ่งพื้นที่ให้คนมาแชร์กันทำงาน แต่ใครที่มีไอเดียอยากทำสตาร์ทอัพ เดินมาหาเราได้ เราพร้อมสนับสนุนทั้งในแง่ความรู้หรือแหล่งทุน ที่ผ่านมาก็เคยมีกลุ่มนักศึกษาที่มีไอเดียน่าสนใจ ทาง Founder ของเราก็ช่วยส่งเสริมจนสามารถต่อยอดได้” อาริยา รักไทย แสนทวี ฝ่ายการตลาด JUMP SPACE กล่าว

“ต่อยอด”...ด้วยกัน บนพื้นที่สร้างสรรค์การทำงานดีๆ... นี่คือโมเดลของธุรกิจเปลี่ยนโลกเลยจริงๆ!

อาคารตกแต่งสไตล์ Loft Modern ตั้งอยู่ชั้น 1 Msociety fitness ในโครงการเมโทร คอนโด

ให้บริการทั้งพื้นที่ทำงาน ห้องประชุม นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์สำนักงาน ตู้ล็อกเกอร์ ลานจอดรถไว้บริการที่น่าสนใจคือมีบุฟเฟต์ชา กาแฟ โอวัลติน ขนม และน้ำดื่มฟรีตลอดทั้งวัน

ค่าบริการมีทั้งแบบรายครั้ง รายเดือน และระยะยาว 3/6/12 เดือน

ที่ตั้ง

282 ถนนมิตรภาพ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
GPS: 16.430528, 102.822042
โทรศัพท์: +66 95 192 6398

เวลาทำการ ทุกวัน 9.00 - 21.00 น.
www.jumpspace.co
www.facebook.com/jumpspacethailand

STARTUP WARRIOR

เบื้องหลังความสำเร็จ
ของ 13 สตาร์ทอัพ
ที่โดดเด่นที่สุดในไทย



พบกับรายการ

STARTUP WARRIOR

ทุกวันเสาร์

เวลา 11.00 - 11.30 น.



STARTUP
THAILAND