

## INTERVIEW

บทสนทนาผ่านพายุฝุ่น  
กับ พรทิพย์ กองชุน  
แห่ง Jitta

## DISRUPT

5 สิ่งที่คุณทำได้ก่อน  
AI ครองเมือง

## TECHNOLOGY

เมื่อคอมพิวเตอร์สามารถ  
คุยกับเราได้

## DESIGN

4 เคล็ดลับในการออกแบบ  
ให้ "ถูก เร็ว ดี"

# STARTUP THAILAND MAGAZINE



## STARTUP MINDSET

แฉกฟรี


มกราคม 2561 ฉบับที่ 7

# EDITOR'S NOTE

ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับ  
Startup Thailand ได้ทุกวันที่นี่

 startupthailand.org



 Startup Thailand



สมัครสมาชิกอ่านนิตยสาร  
Startup Thailand  
ออนไลน์รายเดือนได้ฟรี  
เพียงสแกน QR Code ด้านล่าง



## STARTUP MINDSET

เวลาผ่านไป สองทศวรรษกว่า เจ้าของแนวคิด Disruptive innovation ศาสตราจารย์เคลย์ตัน คริสเตนเซน ออกมากล่าวว่ามีคนใช้คำนี้หลากหลายจนเริ่มจะควบคุมลำบาก ก่อนหน้านั้น กฎของ Moore ก็เริ่มใช้ไม่ได้กับหลายเทคโนโลยี คอนเซ็ปต์ที่เคยหรือกำลังฮอตฮิต ก็เริ่มไม่เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป

สิ่งที่คงอยู่ถาวรคือการปรับเปลี่ยน Mindset ของคนที่เป็นฮาร์ดคอร์ในด้านต่างๆ นั้นยากกว่าคนใหม่ในวงการ

ท่านละมี Mindset จัดอยู่ในคนประเภทไหน

### ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์

ผู้อำนวยการสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ  
(องค์การมหาชน)

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี





# CONTENTS



## กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์  
ศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ ไวทยางกูร  
วิเชียร สุขสร้อย  
สุพจน์ สุทธีรัตน์  
พรพิชา เพชรแก้วกุล

## บริษัท ทีซีบีเอ็น จำกัด

บรรณาธิการบริหาร  
วิโรดา โอฬารักษ์ธรรม

บรรณาธิการ  
ภาวนา แก้วแสงธรรม

บรรณาธิการบทความ  
พิทยา ภูดี

กองบรรณาธิการ  
วนิษา หนูแก้ว

ช่างภาพ  
ปิยนันท์ เกียรติคุณุภกร

พิสูจน์อักษร  
กฤตภัทร ร้าพรรณ

บรรณาธิการศิลปกรรม  
ฐิติพงษ์ จรุงธรรมวงค์

ศิลปกรรม  
ธีรพงศ์ คงเชื้อ

เทวินทร์ เจริญรักษา

พลวัต โบราณกิจ

สุรี ชันตยาสงกต

เป็กิตตา สังข์โชติ

4

## COVER STORY

STARTUP MINDSET  
คิดอย่างสตาร์ทอัพ

9

## INFOGRAPHIC

THE ROAD TO SUCCESS OF  
ELON MUSK



10

## INTERVIEW

บทสนทนาผ่านพายุฝนกับ  
พรทิพย์ กองชุน แห่ง JITTA

13

## 5 LITTLE THINGS THAT MIGHT BE BIG

5 BEST ASIA CITIES TO LAUNCH  
STARTUPS

14

## DESIGN

4 เคล็ดลับในการออกแบบ  
ให้ "ถูก เร็ว ดี"

15

## MARKETING

เตรียมความพร้อมสำหรับ  
STARTUP เมื่อต้องเข้าหาสื่อ

18

## STARTUP THAILAND

"ความคืบหน้า" ของการส่งเสริม  
สตาร์ทอัพไทย

16

## RAISE FUNDS

TALK WITH CVC  
คุยกับ INVENT

17

## HUMAN RESOURCES

เรียนรู้การพัฒนาทีม  
จาก HEAD OF PEOPLE  
ของ WONGNAI

19

## TECHNOLOGY

เมื่อคอมพิวเตอร์สามารถคุยกับเราได้

20

## DISRUPT

5 สิ่งที่คุณทำได้ก่อน AI ครองเมือง  
วิธีเตรียมตัวกับการมาถึงของ  
ปัญญาประดิษฐ์

22

## CO-WORKING SPACE

AIS D.C.  
ชุมชนแห่งการสร้างสรรค์



21

## SILICON VALLEY

STARTUP CULTURES

# COVER STORY



## STARTUP MINDSET

### คิดอย่างสตาร์ทอัพ

#### เขียน

อริบ จิตตฤกษ์  
อดีตนักวิชาการอิสระและคอลัมนิสต์  
ปัจจุบันเป็นนักเขียนประจำของ  
BrandThink แลวดพอร์ม Biz  
Entertainment สำหรับคนรุ่นใหม่

ภาพ ปิยนันท์ เกียรติณฤกษ์

ถึงวันนี้สังคมไทยน่าจะรู้จักสตาร์ทอัพพอสมควรแล้ว

แต่หลายคนอาจยังสับสนว่า สตาร์ทอัพควรมีลักษณะอย่างไรกันแน่? อะไรคือสิ่งที่ทำให้สตาร์ทอัพแตกต่างจากธุรกิจดั้งเดิม?

หลายคนเข้าใจว่าธุรกิจแนวใหม่ๆ ที่โยงกับการใช้เทคโนโลยีด้านข้อมูล การสื่อสาร และอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสตาร์ทอัพไปหมด

จริงๆ นั้นก็มีส่วนถูก แต่ก็ในระดับผิวเผินเท่านั้น

การนำเทคโนโลยีด้าน IT มาใช้ในการทำธุรกิจ ไม่ใช่ปัจจัยที่ทำให้เป็นสตาร์ทอัพไปโดยอัตโนมัติ เพราะถ้าวิธีคิดยังไม่ใช้อย่างสตาร์ทอัพ ก็อาจเป็นได้แค่ SME ด้าน IT เท่านั้นเอง

คำถามคือ แล้ว “วิธีคิดแบบสตาร์ทอัพ” จะเป็นอย่างไร

คำตอบอยู่ที่นี้แล้วครับ



## คิดถึงปัญหาที่มีอยู่ทั่วไปในโลก

แรกสุดเลยคือการคิดถึง “ปัญหา” ที่องค์กรคิดจะแก้ และ “ปัญหา” ที่ว่าควรจะเป็น “ปัญหาที่มีทั่วไปในโลก” อาจเป็นปัญหาเล็กๆ ที่คนในหลากหลายพื้นที่มีส่วนร่วม หรือจะเรียกอีกอย่างว่าเป็น “ทุกข์ชาวโลก” ก็ได้

ตัวอย่างเช่น Uber ที่วางอยู่บนวิธีคิดว่าคนในโลกล้วนมี ปัญหาในการเรียกรถแท็กซี่ไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง และอีกด้านก็ตอบโจทย์คนที่มีรถยนต์อยู่ มีเวลาว่างและต้องการสร้างรายได้เสริม ผลผลิตก็เลยเป็นแอปฯ สำหรับเรียกรถแท็กซี่ที่คนทั่วไปก็สามารถเสนอตัวมาเป็นคนขับแท็กซี่เองได้ด้วย

Airbnb ก็เริ่มจากปัญหาว่าคนต้องการที่พักในราคาถูกกว่า และก็เล็งเห็นจากประสบการณ์ ว่ามีคนที่พักอาศัยในเมืองใหญ่ๆ ที่มีห้องว่างบ้าง เตี้ยว่างบ้าง โซฟาว่างบ้าง ที่พร้อมจะแบ่งให้คนอื่นมาเช่าค้างคืนในราคามิตรภาพ ผลก็คือแอปฯ ที่เอาไว้แมตช์ผู้ที่ต้องการหาห้องพัก กับผู้ที่ต้องการเสนอห้องพักให้มาเจอกัน



สตาร์ทอัพอย่าง WeWork ก็เล็งเห็นว่าคนทำงานและบริษัทรุ่นใหม่ๆ จำนวนมากต้องการที่ทำงานที่มีความยืดหยุ่น ไม่ต้องการออฟฟิศแบบตายตัว ทางบริษัทก็เลยมุ่งจะเป็น Airbnb เวอร์ชันออฟฟิศ โดยทำการบริหารจัดการ “พื้นที่ในการทำงานร่วมกัน” หลากหลายพื้นที่ ตอบโจทย์คนที่ต้องการสถานที่ทำงาน และต้นทุนยังถูกกว่าการไปเช่าแบบดั้งเดิมอีกด้วย

อีกปัญหาที่มีมานานแล้วก็คือการหาคนมาช่วยงานเล็กน้อยๆ ในบ้าน ที่เราไม่มีทักษะหรืออุปกรณ์ทำเอง ตั้งแต่การต่อท่อน้ำขึ้นการเจาะกำแพง เป็นเรื่องเล็กน้อยเกินกว่าที่เราจะเรียก “มืออาชีพ” มาจัดการ และในที่สุดสตาร์ทอัพอย่าง TaskRabbit ก็เข้ามาแก้ปัญหานี้ โดยการสร้างแอปฯ ที่จะแมตช์คนที่สามารถช่วยงานเล็กน้อยในบ้านได้ เข้ากับคนที่ต้องการความช่วยเหลือ

คำตอบของปัญหาต่างๆ ที่สตาร์ทอัพต้องการแก้ ไม่จำเป็นต้องออกมาในรูปแบบของซอฟต์แวร์เสมอไป เพราะตัวอย่างของสตาร์ทอัพด้านฮาร์ดแวร์ก็มีให้เห็น และที่เพิ่ง IPO ไปเมื่อไม่นานนี้ก็คือ Razor ที่ธุรกิจเริ่มต้นคือคีย์บอร์ดและเมาส์สำหรับเกมเมอร์โดยเฉพาะ

จุดเริ่มต้นคือ Razor เล็งเห็นว่าคนเล่นเกมคอมพิวเตอร์มีความต้องการด้านฮาร์ดแวร์ที่เฉพาะกว่าคนทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นคีย์บอร์ดที่กดได้เร็วและรัวขึ้น เมาส์ที่สามารถเคลื่อนไหวได้อย่างแม่นยำ

“ปัญหา” ที่มี “ทางออก” เหล่านี้คือจุดเริ่มต้นของการเป็นสตาร์ทอัพครับ

## เทคนิคการเติบโตแบบแหวกแนว

คนทั่วไปมักจะเข้าใจว่า สตาร์ทอัพคือองค์กรที่เน้นการเติบโตเร็วที่สุด แต่จริงๆ แล้วจุดเด่นของสตาร์ทอัพระดับท็อปของโลกอย่างหนึ่งคือ สามารถโตได้เร็วระดับวงกว้างที่สุด โดยไม่เสียงบประมาณสักแดงเลย ถ้าเทียบกับองค์กรธุรกิจแบบเดิมที่กว่าจะโตมาได้ขนาดนี้เสียงบประมาณไปตั้งไม่รู้เท่าไร

เทคนิคที่สตาร์ทอัพใช้เพื่อจะเติบโตใหญ่ได้ฟรีๆ นั้น เรียกรวมๆ กันว่า “การแตกการเติบโต” (Growth Hacking) ซึ่งก็คือเทคนิคที่จะสร้างตั้งแต่หน้าแรกของเว็บไซต์หรือแอปฯ ของสตาร์ทอัพให้น่าสนใจ ไปจนถึงการทำให้ผู้ใช้บริการสร้างรายได้ให้สตาร์ทอัพมากที่สุด

เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีดิจิทัล การเพิ่มข้อมูลและฟังก์ชันจำนวนมากในหน้าแรกนั้น เป็นสิ่งที่ทำได้โดยไม่มีการเพิ่มต้นทุนใดๆ หลายคนเข้าใจว่า “ยิ่งเยอะยิ่งดี” จะได้ดึงดูดผู้ใช้หลากหลาย แต่นี่คือความเข้าใจที่ผิด เพราะการใส่ฟังก์ชันที่ผู้ใช้ไม่ต้องการมาเยอะๆ จะสร้างประสบการณ์ที่ไม่ดีมากกว่า

ดังนั้น การลดฟังก์ชันที่ไม่จำเป็น เหลือแต่ฟังก์ชันที่ผู้ใช้ต้องการจริงๆ อาจเป็นกลยุทธ์ที่ดีกว่าก็ได้ ตัวอย่างชัดๆ ก็เช่น Instagram ที่ตอนแรกมีฟังก์ชันมากกว่าการโพสต์รูปและใช้ฟิลเตอร์ แต่หลังจากวิเคราะห์ข้อมูลแล้วพบว่า คนใช้แค่ฟังก์ชันโพสต์รูปกับฟิลเตอร์เป็นหลัก ทางบริษัทก็เลยปรับแอปฯ ให้สำหรับใช้ฟิลเตอร์และโพสต์รูปโดยเฉพาะ จนกลายเป็นแอปฯ ที่ดังระเบิดในที่สุด ก่อนจะขายให้ Facebook ในราคาพันล้านเหรียญสหรัฐ

การทำให้เกิดผู้ใช้ตอนแรกๆ นั้น เป็นสิ่งที่ทำได้ก็เยี่ยม แต่ถ้าจะให้ดีกว่านั้นก็คือ การทำให้ผู้ใช้ในโซ้ยอย่างต่อเนื่อง และถ้าจะให้ดีกว่านั้นไปอีกก็คือ การทำให้เกิดทั้งสองอย่างไปพร้อมๆ กัน

วิธีคิดพื้นฐานก็คือ การใช้โบนัสดึงดูดให้ชวนเพื่อนๆ มาใช้ด้วย นี่ก็คือวิธีที่ Dropbox และ Groupon ใช้ หากผู้ใช้ Dropbox เชิญเพื่อนมาใช้จะได้พื้นที่ในการเก็บไฟล์เพิ่ม ส่วนถ้าผู้ใช้ Groupon เชิญเพื่อนมาใช้ได้ถึงยอด ก็จะได้คัสลินค้าและบริการไปฟรีๆ เป็นต้น

ด้านเทคนิคอื่นๆ ก็พัฒนาแบบแอดวานซ์ ในกรณีบริษัทสตาร์ทอัพด้านเกมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Zynga, Tencent หรือ Garena ล้วนพัฒนา “เกมยุคใหม่” ให้มีลักษณะแบบ Social Network หรือทำให้เกมนั้นเล่นคนเดียวไม่ได้หรือเล่นลำบาก การจะเล่นให้ดีต้องชวนเพื่อนมาเล่นด้วย

เท่านั้นไม่พอ ระบบต่างๆ ในเกมก็ยิ่งชวนให้ทั้งตัวผู้ใช้และเพื่อนต้องเล่นกันอย่างต่อเนื่อง เพราะเล่นกับเพื่อนจะได้ของรางวัลมากกว่าเล่นคนเดียว พุดในทางเทคนิคคือมันเป็นระบบที่จะสร้างผู้ใช้ใหม่ และรักษาสู่ใช้ปัจจุบันให้ใช้งานได้อย่างต่อเนื่องไปพร้อมกัน

## มีทีมที่เน้นการเรียนรู้และมีพัฒนาการ

การทำสตาร์ทอัพระยะยาวยังงี้ก็ต้องทำงานเป็นทีม การทำงานแบบ One-Man-Show ไม่สามารถทำให้สตาร์ทอัพไปได้แน่ๆ แม้ว่าผู้ก่อตั้งจะเป็นอัจฉริยะระดับที่เขียนแอปฯ ต้นแบบมากับมือคนเดียวได้ อย่างไรก็ตามก็ดี สมัยนี้ไม่ว่าธุรกิจแบบไหนก็ต้องทำงานเป็นทีมทั้งนั้นไม่ใช่หรือ? อะไรทำให้สตาร์ทอัพต่างออกไป?

คำตอบคือเนื่องจากองค์กรแบบสตาร์ทอัพนั้น เน้นการเปลี่ยนแปลงและต้องปรับตัวเร็วมากๆ ทีมในอุดมคติจึงไม่ใช่การนำคนเก่งๆ มารวมกัน เพื่อทำงานซ้ำๆ หรือทำงานแบบที่ใกล้เคียงกันให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดแบบองค์กรเก่า



สตาร์ทอัพต้องการ Growth Mindset ไม่ใช่ Fixed Mindset เพราะทั้งสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และลักษณะงานมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทักษะและความรู้ที่เคยใช้ได้ดี อาจล้าสมัยอย่างรวดเร็ว

ในแง่ของคน “ทำงานเก่ง” ในแบบจารีตแต่ไม่รู้จักปรับตัว ไม่เรียนรู้อะไรเพิ่ม จึง “อยู่ยาก” สตาร์ทอัพต้องการทีมลักษณะนี้เพราะ “มีความจำเป็น” จะต้องปรับตัวและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในตลาด ดังที่เห็นมาในอดีตว่าการเป็น “เจ้าตลาด” ไม่ใช่หลักประกันว่าจะอยู่คู่ค้า หรือไม่มีอะไรมาท้าทาย

Google ก็ล้ม Yahoo มาแล้วในตลาดเสิร์ชเอ็นจิน Facebook ก็ล้ม Myspace มาแล้วในตลาด Social Media และในกรณี Facebook ก็ชัดเจนกว่า ว่ามีการปรับตัวตลอดเวลา เพื่อไม่ให้แพ้สตาร์ทอัพรุ่นน้องที่มาท้าทายอย่าง Snapchat

หรือถ้าจะเป็นในโลกของอีคอมเมิร์ซเอง ยักษ์ใหญ่จากจีนอย่าง Alibaba ก็โดนท้าทายตลอด Alibaba ที่เคยเป็นเจ้าตลาดสินค้าสำหรับผู้บริโภคมาก่อน ก็ต้องเจอกับคู่แข่งสุดโหดอย่าง JD.com ที่พัฒนาบริการด้านขนส่งสินค้าที่เหนือกว่า จนทำให้ได้ส่วนแบ่งตลาดไปเรื่อยๆ

อีกด้านหนึ่ง ทาง AliPay บริการชำระเงินออนไลน์เจ้าใหญ่สุดของจีน ก็ต้องเจอศึกหนัก เมื่อเจอกับ WeChatPay เพราะ WeChatPay นั้นผูกกับ WeChat ซึ่งเป็นโปรแกรมสารพัดประโยชน์ที่คนจีนใช้ทำแทบทุกอย่างในโลกออนไลน์

สิ่งสำคัญที่สุดที่จะทำให้สตาร์ทอัพ สามารถดำรงอยู่อย่างแข็งแกร่งในตลาด นอกจากความสามารถในการระบุปัญหาของชาวโลกพร้อมให้ทางออกได้ หรือเทคนิคขยายฐานผู้ใช้แบบขั้นเซียนแล้ว องค์กรยังต้องมีศักยภาพที่จะปรับตัวท่ามกลางความท้าทายในตลาดได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งก็เกี่ยวพันโดยตรงกับทีมที่ต้องมีความสามารถในการเรียนรู้อะไรใหม่ๆ และวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการเรียนรู้นั่นเอง



## ไพท พดุงถิ่น

ผู้ก่อตั้งบริษัท Builk Asia จำกัด  
สตาร์ทอัพด้านอีคอมเมิร์ซและ  
มาร์เก็ตเพลสสำหรับวงการก่อสร้าง

ถ้าพูดเรื่องรวมๆ คงเป็นเรื่อง Mindset แบบเปิดหรือ Growth Mindset เพราะทุกวันที่เราทำสตาร์ทอัพ เรากำลังทำอะไรใหม่ๆ มันเต็มไปด้วยเรื่องที่คาดการณ์ไม่ได้ สิ่งนี้มันไม่มีคนทำมาก่อน แล้วอาจจะไม่มีใครรู้คำตอบสุดท้ายเบ็ดเสร็จด้วยซ้ำ แล้วทุกๆ วัน จะเหมือนโดนท้าทายด้วยคำว่า “เป็นไปไม่ได้” ทั้งจากคนข้างนอก ลูกค้า ลูกน้อง ผู้ถือหุ้น หรือตัวเราเองบางทีเราก็กังวลว่า เฮ้ย มันเป็นไปได้หรือวะ

Growth Mindset นี่ผมว่าฝึกได้นะครับ ทุกคนมีโอกาสจะฝึก Growth Mindset ได้ทั้งนั้น คือต่อหนึ่งเหตุการณ์ คนเราสามารถมองได้ทั้งมุม Fixed Mindset และ Growth Mindset เช่น เข้าวันจันทร์จะเจอแต่คนบ่นรถติด เจอแต่คนบ่นว่ารถไฟฟ้าแน่น แล้วโทษกันในโซเชียลมีเดีย ผมว่ามันยังตอกย้ำ Fixed Mindset ให้ขยายวงไปเรื่อยๆ แต่ถ้าเรามองแล้วคิดว่าเราจะแก้ปัญหาอย่างไร นี่คือการฝึก Mindset แบบเปิด ผมว่านี่คือพื้นฐานของสตาร์ทอัพนะ

ถ้าใครมีแพลนชันที่อยากจะแก้ปัญหาหารถติด รถไฟแน่นมากๆ คนนั้นอาจจะเป็นสตาร์ทอัพมาแก้ปัญหาเรื่องนี้ก็ได้นะ ถ้านั้นคือแพลนชันของเขา แต่ปัญหาแต่ละคนไม่เหมือนกันครับ ผมเชื่อว่าทุกคนมีปมไม่เหมือนกัน อย่างผมไม่ได้มีปมเรื่องรถติด เรื่องกินข้าว เรื่องเล่นหุ้น ผมมีปมเรื่องก่อสร้าง ผมก็เลยเลือกทำ Builk

อย่างแรกสุดคือการปรับตัว ถ้าคุณสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จ สำเร็จ เขาปรับตัวเก่งกันทั้งนั้น สตาร์ทอัพหลายเจ้านี้ โอดีย ตั้งต้นกับธุรกิจปัจจุบันเป็นคนละอย่างไปเลย ดั้งนั้นสุดท้ายแล้ว มันเป็นเรื่องปรับตัวตามสถานการณ์ ไม่ยึดมั่นถือมั่นมาก คือถ้ายึดติดกับโอดียที่ไม่เวิร์กมากเกินไป แล้วปรับตัวไม่ได้ สุดท้ายจะแย่

สอง คือ ต้องเป็นปลาเร็ว ต้องเคลื่อนที่ให้เร็วกว่า เพราะสุดท้ายถ้าเกิดคุณช้า แล้วคู่แข่งเข้ามานี้ เขาถล่มคุณได้เลยนะ ต้นทุนของสตาร์ทอัพคือเวลาที่ต้องเร็ว

สาม คือ โฟกัส เป็นเรื่องของการตั้งใจทำในสิ่งที่ทำให้ธุรกิจคุณพัฒนาขึ้นทุกวัน ซึ่งธุรกิจของคุณ ระยะตั้งต้นควรวัดด้วยตัวชี้วัดไม่กี่ตัว แล้วทำยังไงก็ได้ให้ทุกวันนี้ ตัวชี้วัดนั้นดีกว่าเมื่อวาน ซึ่งมันก็สะท้อนถึงการเรียนรู้ตลอดเวลา

สุดท้าย คือ วิสัยทัศน์ หรือ Vision สำหรับผม สตาร์ทอัพเป็นเรื่องของการมีวิสัยทัศน์ระยะยาว คิดยาวๆ เข้าใจว่าคุณอยากเห็นธุรกิจเป็นอย่างไรในอีก 5 ปีข้างหน้า แต่อีกด้านหนึ่งก็ต้องมองสั้นมากๆ ว่าวันนี้ต้องทำอะไรที่จะทำให้ธุรกิจดีขึ้น ให้มองสั้นกับมองยาว อย่างมองกลาง บางครั้งเราไปยึดติดกับตรงกลางมากเกินไป เราเลยไม่ปรับตัว



**เรื่องโรจน์ พุนพา**

ผู้บริหารกองทุน 500 TukTuks



**พรทิพย์ กองชุน**

COO และ Co-founder ของ Jitta  
แพลตฟอร์มวิเคราะห์การลงทุน

เมื่อสตาร์ทอัพเท่ากับ Growth แล้ว ดังนั้น จึงคิดว่า Mindset ที่สตาร์ทอัพควรมี ก็ควรจะเป็น Growth Mindset ด้วย มันคืออะไร มันคือ Mindset ที่เรากล้าที่จะทำในสิ่งใหม่ๆ กล้าที่จะล้มเหลว มีความมุ่งมั่นและความพยายามสูง ชอบทำให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสตาร์ทอัพต้องมี Mindset เหล่านี้ หล่อหลอมรวมกัน

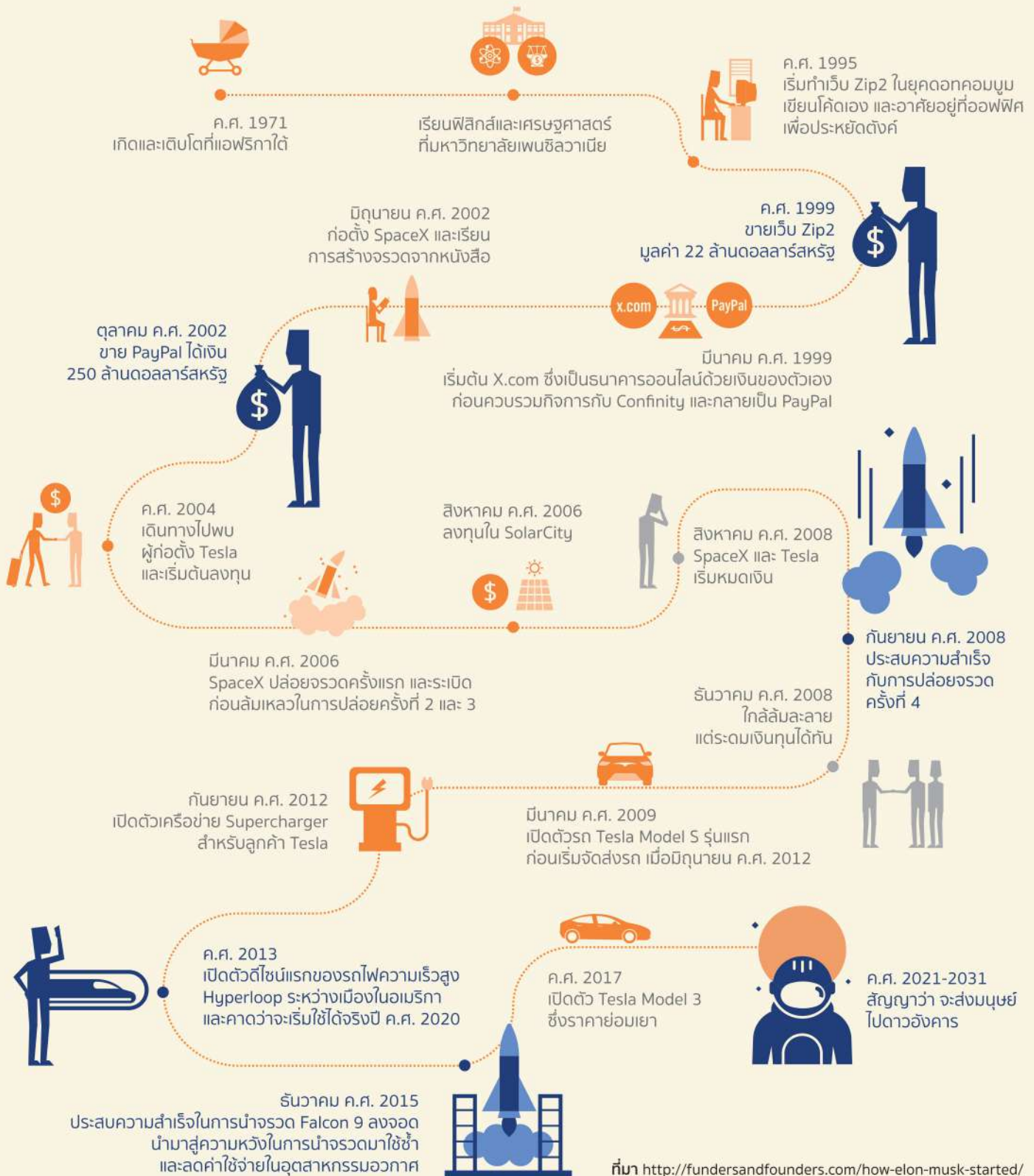
อีก Mindset ที่ต้องมีเพื่อเติมเต็มการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จก็คือ Mindset แบบผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Mindset) ที่ต้องมีความมุ่งมั่น มีความตั้งใจและทุ่มเทอย่างเต็มที่กับธุรกิจที่ทำอยู่ วางเป้าหมายและมุ่งมั่นทำให้สำเร็จโดยไม่ไขว่ไขว

สุดท้ายที่สำคัญที่สุด เป็น DNA ของสตาร์ทอัพเลย นั่นคือ User First ไม่ว่าสตาร์ทอัพจะทำอะไรก็แล้วแต่ User First ต้องอยู่ในทุกขั้นตอน ทั้งกระบวนการคิด การพัฒนา การขาย และการทำการตลาด เมื่อเราโฟกัสไปที่ User ทำสิ่งที่ตรงกับความต้องการจริงๆ และมีประสบการณ์ที่ดีในการใช้ผลิตภัณฑ์เราแล้ว สิ่งอื่นๆ ที่ดีก็จะตามมา และทำให้เราประสบความสำเร็จในที่สุดค่ะ



# THE ROAD TO SUCCESS OF ELON MUSK

กว่าจะเป็น Iron Man ตัวจริงอย่างทุกวันนี้  
Elon Musk เคยเจอกับเรื่องเจ็บปวดและจุดพลิกผันมาก่อน  
แต่เพราะวิสัยทัศน์อันยาวไกลและความไม่ย่อท้อ  
ทำให้เขาก้าวเดินจนมาอยู่หัวแถวของวงการเทคโนโลยีของโลก



# INTERVIEW



## บทสนทนาผ่านพายุฝนกับ พรทิพย์ กองชุน แห่ง Jitta

เขียน หักยา ภูดี  
ถ่ายภาพ ปิยนันท์ เกียรติตันกุลฤท

ถ้าบอกว่า Jitta เริ่มต้นด้วยความเฟล  
คุณจะเชื่อเราไหม?

Jitta คือสตาร์ทอัพแพลตฟอร์มเกี่ยวกับการลงทุน วิเคราะห์และให้ข้อมูลหุ้น ก่อตั้งโดยตราวุทธิ์ เหลืองสมบูรณ์ โดยมีพรทิพย์ กองชุน เป็นผู้ร่วมก่อตั้ง ปัจจุบันเธอรับผิดชอบตำแหน่ง COO

ในวันที่เรานัดเจอกับพรทิพย์ เป็นวันที่พายุฝนถล่มกรุงเทพฯ เราเลยได้นั่งคุยกันเคล้าเสียงฝน อดีตผู้บริหาร Google ประเทศไทยคนนี้ เล่าให้ฟังถึงเรื่องราวชีวิตและแนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกิจสตาร์ทอัพของเธอ ซึ่งพอฟังไปเรื่อยๆ เราก็เริ่มรู้สึก ว่า ชีวิตของพรทิพย์กับ Jitta ก็เริ่มต้นไม่ต่างกันนัก

มันเริ่มต้นด้วยพายุฝน

แล้วอะไรคือ Mindset ที่ทำให้เธอและบริษัทเดินฝ่าฝนมาได้

บทสัมภาษณ์นี้เรามีคำตอบ





**“It’s never wrong to do the right thing.” มันไม่มีอะไรที่ผิด ถ้าคุณทำสิ่งที่ถูกต้อง อยากรู้ให้สตาร์ทอัพทุกคนมี Mindset ตรงนี้ และเชื่อมั่นในสิ่งที่ตัวเองทำ ถ้าคิดว่าสิ่งที่เรากำลังทำมันสร้างประโยชน์ให้กับผู้คน เป็นสิ่งที่คนต้องการ และเป็นสิ่งที่ถูกต้องจริงๆ**



### เริ่มต้นที่พายุฝน

ตอนอยู่ชั้นมัธยมปลาย พรทิพย์ตั้งใจสอบเข้าเป็นหมอแต่สอบไม่ติด เธอตัดสินใจว่าจะลองสอบในปีถัดไป ระหว่างนั้นจึงลงเรียนรามฯ ไปพลางๆ แต่เรียนไปสักพัก ก็ล้มเลิกความคิดที่จะกลับไปสอบหมอจนได้ เธอเลือกเรียนการเงินและการธนาคาร ก่อนจบออกมาในช่วงที่ประเทศไทยเจอพายุวิกฤตต้มยำกุ้งทุบ ธนาคารปลดพนักงานเป็นว่าเล่น ชีวิตหลังเรียนจบส่อเค้าว่าจะเตะฝุ่น เธอเลยเลือกงานอะไรก็ได้ที่ไพล่เข้ามาในตอนนั้น กลายเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี

“งานแรกสุดคือทำกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งทำให้มีโอกาสเจอเจ้านาย คือ คุณเนืองนิมมาน ณ นคร สักพักเจ้านายก็ชวนออกไปทำทราเวลเอเจนซี (Travel Agency) ตอนนั้นเป็นช่วงปี ค.ศ. 2000 กระแสการจองตัวโรงแรม เครื่องบิน ผ่านเอเจนซีมาแรงมาก นั่นเป็นครั้งแรกที่เราได้ยินเรื่องออนไลน์”

“ตอนนั้นรู้แต่เรื่องท่องเที่ยว ส่วนเรื่องออนไลน์คือไม่รู้อะไรเลย ต้องเริ่มต้นใหม่ เรียนรู้เองหมดเลย ระหว่างนั้นก็ค้นพบตัวเองว่าเราชอบเกี่ยวกับเทคโนโลยี เราอยากเติบโตด้านนี้เลยไปสมัครงานที่ Microsoft ทำได้ 2 ปี Google ก็เปิดรับตำแหน่ง Country Consultant ของเมืองไทย ปีนั้นตรงกับ ค.ศ. 2005”

### ไม่มีปริญญาโทก็ไม่ใช่จะเป็นไปไม่ได้

ตำแหน่งที่ Google เปิดรับ เป็นตำแหน่งที่ระบุคุณสมบัติไว้อย่างชัดเจนว่าต้องจบปริญญาโทด้านบริหารหรือ MBA มา ซึ่งแม้จะไม่มีวุฒิมหาวิทยาลัยจริง แต่พรทิพย์ก็ยังมุ่งมั่นที่จะสมัคร เธอเขียนไว้ในจดหมายสมัครงานว่าแม้จะไม่มีใบปริญญาโทด้านบริหาร แต่เธอเชื่อมั่นว่าจากประสบการณ์ทำให้เธอเหมาะสมกับตำแหน่งนี้ และการไม่ยอมปิดโอกาสตัวเอง ก็ทำให้เธอกลายเป็นคนไทยคนแรกที่เข้าทำงานใน Google ได้ในที่สุด

“เราตั้งใจมาก รู้สึกว่านี่คืองานที่อยากทำ เลยเตรียมตัวอย่างดีที่สุด ถึงขั้นเขียนสคริปต์ คำถามคำตอบที่เขาน่าจะสัมภาษณ์ ถ้าถามแบบนี้ เราต้องตอบแบบนี้ละ ต้องพรีเซนต์ตัวเองอย่างไร คือเตรียมตัวหลายเดือนเลยคะ จนวันสัมภาษณ์ก็ไม่กลัวอะไรแล้ว ถามอะไรมาเราตอบได้หมดจริงๆ อยากรู้ได้นะนี่มาก”

“เราอยู่ Google เกือบ 10 ปี อยู่ตั้งแต่ตอน Google มีพนักงาน 5,000 คน จนตอนนี้มีหลายหมื่นทั่วโลก ได้ทำอะไรหลากหลาย และเรียนรู้อะไรเยอะมาก จนกระทั่งบริษัทเริ่มโต กลายเป็นองค์กรใหญ่ เราเริ่มรู้สึกอยากออกจาก Comfort Zone อยากทำอะไรใหม่ๆ ที่ได้ท้าทายตนเองกว่าเดิม ตอนนั้นกระแสสตาร์ทอัพมาแล้ว เพื่อนที่อเมริกาหลายคนก็ลาออกมาทำสตาร์ทอัพกัน เราอยากทำแต่ไม่มีไอเดีย จนกระทั่งได้เจอกับคุณตราวุทธิ์ และเขาเล่าเรื่อง Jitta ให้ฟัง”

### จากบริษัทระดับโลก มาสู่สตาร์ทอัพพลิกๆ ที่เริ่มต้นด้วยความเฟล

แนวคิดของ Jitta คือแพลตฟอร์มการลงทุน ด้วยความที่ตราวุทธิ์เคยลงทุนและประสบความสำเร็จที่อเมริกา พวกเขาจึงมุ่งหน้าเปิดตัว jitta.com ที่ซิลิคอน วัลเลย์ ก่อน โดยพกพาเว็บไซต์อันถือเป็นที่โปรดักต์แรกไปอย่างเชื่อมั่น ก่อนพบกับความผิดหวัง

“เราเคยอยู่อเมริกา เลยคิดว่าน่าจะเปิดตัวที่นั่น อันดับแรกก็มุ่งหน้าไปที่ซิลิคอน วัลเลย์ ก่อนเลย เพราะรู้สึกว่าการทำให้คนที่นั่นใช้ได้ มันต้องเจ๋งล่ะ ถ้าได้ตลาดที่นั่นแล้ว ตลาดอื่นน่าจะทำได้ง่าย ปรากฏว่าคิดผิด”

“ข้อแรกที่คิดผิดคือ โปรดักต์เราไม่ตอบโจทย์คนที่นั่นเลย เพราะคนที่นั่นเขาไม่นิยมลงทุนเองเหมือนคนไทย เขานิยมซื้อผ่านกองทุน ให้ผู้จัดการกองทุนดูแลไปสิ อีกอย่าง เขาบอกว่า เว็บไซต์ jitta.com มีข้อมูลมากเกินไป พีเจอาร์อยู่ยบเต็มไปหมด เข้าดูแล้วงง ขนาดคนที่อยู่ซิลิคอน วัลเลย์ ยังเอ๋อปากอย่างนี้เลย ถือว่าเฟลไหม? เฟลนะ เพราะคนจะบอกว่า ไม่เข้าใจว่าเรากำลังนำเสนออะไร เราเลยปรับโปรดักต์ใหม่ ให้สุดท้ายเหลือสิ่งที่นักลงทุนอยากจริงๆ นั่นคือ ซื้อหุ้นอะไรดี ในราคาเท่าไรดี นั่นคือที่มาของ Jitta Score กับ Jitta Line ที่เราพัฒนาขึ้น”

“อีกบทเรียนคือ เราเคยคิดว่าถ้าตีตลาดอเมริกาได้แล้ว Jitta จะไปตีตลาดที่ไหนก็ได้ ปรากฏว่าไม่ใช่ ผู้เชี่ยวชาญที่นิวยอร์กบอกเราเองเลย เขาบอกว่าเราควรให้คุณค่ากับตลาดเอเชียก่อน เพราะถ้าได้ตลาดที่เอเชียแล้ว มาอเมริกาแม้แต่คนอยากต้อนรับเราก็เลยกลับมาทำตลาดที่เมืองไทย และทำตลาดที่สิงคโปร์ควบคู่ไปด้วย แต่ถึงจะปักหลักที่เอเชีย ความที่ jitta.com มีข้อมูลหลายตลาดหุ้น แกรมครอบคลุมตลาดหุ้นอเมริกาด้วย ทำให้มีคนจากทั่วโลกเข้าใช้งาน ซึ่งนี่คือสิ่งที่เราวางแผนและตั้งใจให้เกิดตั้งแต่แรก”



## ตามหาโมเดลธุรกิจอย่างไรจะ เพราะนี่คือหัวใจหนึ่งของสตาร์ทอัพ

หลังจากเปิดตัว Jitta มาได้กว่าสองปี ทีมงานเริ่มสังเกตเห็นว่ามีคนสนใจเรื่องการลงทุนจำนวนมาก แต่กลุ่มคนที่นำข้อมูลในเว็บไปลงทุนมีจำนวนไม่เยอะ อะไรเป็นเหตุผลให้คนไม่เริ่มลงทุน ทั้งที่มีข้อมูลมอบให้ในเว็บไซด์แล้วละ? นั่นอาจเป็นเพราะคนส่วนใหญ่มองว่าตัวเองไม่รู้เรื่องหุ้น ไม่มีเวลา แต่ก็ยังต้องการลงทุนอยู่ นั่นเองเป็นที่มาของ Business Model ที่ Jitta เปิดตัวเมื่อกลางปีก่อนคือ Jitta Wealth ซึ่งถือว่าเป็นโปรดัคต์ที่ได้มาจาก การสำรวจตลาดและขบคิดในมุมมองผู้ใช้งานจริงๆ

“หลักการคือเราเอาเทคโนโลยีของ Jitta มาเลือก ว่าหุ้นตัวไหนดี แล้วให้ Jitta Wealth บริหารกองทุนให้ ซึ่งจะตัดความยุ่งยากของกระบวนการลงทุนต่างๆ ที่ผู้ใช้งานต้องเจอออกไป เราคิดสิ่งนี้จากมุมมองผู้ใช้งาน แล้วก็ให้ในสิ่งที่มีคุณค่ากับเขา”

“เราคิดว่า Mindset ที่สำคัญที่สุด และเป็นดีเอ็นเอของสตาร์ทอัพนั่นคือ User First ไม่ว่าจะสตาร์ทอัพจะทำอะไรก็แล้วแต่ User First ต้องอยู่ในทุกขั้นตอน ทั้งกระบวนการคิด การพัฒนา การขาย และการทำการตลาด เมื่อเราโฟกัสไปที่ User ทำสิ่งที่ตรงกับความต้องการจริงๆ และมีประสบการณ์ที่ดีในการใช้ผลิตภัณฑ์เราแล้ว สิ่งอื่นๆ ที่ดีก็จะตามมา ซึ่งสำหรับ Jitta Wealth หลังเปิดตัวไม่นาน เราก็มีลูกค้าใช้บริการมากขึ้น”

## ไม่ว่าจะเรือลำเล็กหรือเรือลำใหญ่ ก็ไม่ควรหยุดพัฒนา

ถ้าย้อนดูเส้นทางที่ผ่านมา การไม่หยุดที่จะเรียนรู้และพัฒนาตนเองคือดีเอ็นเอของความเป็นพรทิพย์ กองชุน อย่างชัดเจน และเธอก็นำสิ่งเหล่านี้มาเสริมทัพที่ Jitta เช่นเดียวกัน

“จุดแข็งคือเรามีประสบการณ์ด้าน Business Development มายาวนาน เรารู้กระบวนการบริหารจัดการคน แต่สำหรับสตาร์ทอัพ ทุกสิ่งเป็นสิ่งใหม่หมด เราก็ต้องเรียนรู้ใหม่เช่นกัน มีอะไรหลายอย่างที่เรากำลังปรับปรุงอีกเยอะ เช่น การทำความเข้าใจการลงทุน เพราะการลงทุนเป็นข้อมูลและบริการที่ Jitta มอบให้ผู้ใช้งาน เราจะไม่รู้เรื่องไม่ได้ ดังนั้น เราต้องศึกษา ทุกวันนี้ตื่นมาจะอ่านและฟังสัมมนาเกี่ยวกับสตาร์ทอัพและการลงทุน ก็อ่านและฟังในออนไลน์นี่แหละคะ นอกจากนี้ระหว่างขับรถก็จะเปิด Audio Book ฟังไปด้วย กิจกรรมไหนน่าสนใจ เราก็เปิดดูไลฟ์พยายามอัปเดตและพัฒนาตนเองอยู่เสมอ”

“ต้องขอบคุณที่เคยอยู่ Google เพราะเขาสอนให้เปิดกว้าง คนที่ Google ก็ไม่เคยหยุดพัฒนาตนเอง เขาสอนให้พนักงานมี Mindset ที่เปิดกว้าง และจะย้ำเสมอว่า บางครั้งคุณอาจไม่ใช่คนเก่งที่สุดหรอกนะ คนที่นั่งข้างๆ คุณต่างหากที่อาจเก่งที่สุด คุณควรจะคุยกับเขา ฟังเขาให้มากๆ อย่าคิดว่าตัวเองรู้ดีที่สุด เพราะฉะนั้นเวลาที่เรารู้้อะไร เราเลยจะไม่ทำตัวมีอีโก้ “ฉันรู้ดีเพราะมีประสบการณ์ยี่สิบปี” จะไม่ทำอย่างนี้ จะพยายามฟังให้มาก”

## It's Never Wrong to Do the Right Thing

พายุฝนพัดผ่านไปตอนไหนก็ไม่รู้ รู้ตัวอีกทีเราก็คุยกับพรทิพย์มาจนพระอาทิตย์ตกดินแล้ว ก่อนโบกมือลาจากกัน เราเลยถามเธอว่า มีอะไรที่อยากจะพูดแต่ยังไม่ได้พูดไหม

“เวลาทำ Jitta เราจะบอกตัวเองอย่างนี้ตลอดเวลาเลยว่า “It's never wrong to do the right thing.” มันไม่มีอะไรที่ผิด ถ้าคุณทำสิ่งที่ถูกต้อง อยากให้สตาร์ทอัพทุกคนมี Mindset ตรงนี้ และเชื่อมั่นในสิ่งที่ตัวเองทำ ถ้าคิดว่าสิ่งที่เราทำมันสร้างประโยชน์ให้กับผู้คน เป็นสิ่งที่คนต้องการ และเป็นสิ่งที่ถูกต้องจริงๆ ไม่ว่ามันจะเกิดอะไรขึ้น เราต้องฝ่าฟันแล้วทำให้มันเกิดขึ้นให้ได้ แน่ใจว่าระหว่างทางมันต้องยากเย็นอยู่แล้วจริงๆ สตาร์ทอัพต้องทำเหมือนเป็นตัวเม่น คือ โฟกัส ค่อยๆ เดินอย่างมั่นคง แล้วพอมีอุปสรรคเข้ามา ก็มันตัวเพื่อป้องกันตนเองเหมือนที่เม่นทำ พออุปสรรคผ่านพ้น ก็คลี่ตัวออกแล้วเดินต่อไป ปกป้องตัวเอง มุ่งมั่นไปเรื่อยๆ จนกว่าจะถึงเส้นชัยของตัวเอง

“จงเชื่อมั่นในสิ่งที่เราทำให้มากที่สุด ถ้าคุณคิดว่า นั่นคือสิ่งที่ถูกต้องแล้ว”

ติดตามเรื่องราวของ  
คุณพรทิพย์  
ผู้ร่วมก่อตั้ง Jitta  
เพิ่มเติมได้จากรายการ  
STARTUP WARRIOR





# 5 LITTLE THINGS THAT MIGHT BE BIG

## 5 BEST ASIA CITIES TO LAUNCH STARTUPS

เขียน ศักยา กุด้

เมื่อกลางปี พ.ศ. 2560 PeoplePerHour.com ทำการจัดอันดับเมืองที่เหมาะสมแก่การดำเนินธุรกิจสตาร์ทอัพ ผลคือกรุงเทพฯ ถือเป็นเมืองอันดับ 1 ของเอเชียที่มีปัจจัยเหมาะสมต่อการก่อตั้งสตาร์ทอัพ

เราได้สำรวจเมืองอื่นๆ ในเอเชีย โดยดูจากปัจจัยด้านค่าครองชีพ ระบบนิเวศของสตาร์ทอัพ และทรัพยากรบุคคล ผลคือลิสต์ข้างล่างนี้

2

### BANGALORE INDIA

บังกาลอร์ อินเดีย



เมืองใหญ่ทางตอนใต้ของอินเดียที่ได้ชื่อว่าเป็น Silicon Valley ของเอเชีย ทั้งยังเป็นแหล่งกำเนิดของสตาร์ทอัพระดับยูนิคอร์นอย่าง Flipkart แห่งนี้ นำมาซึ่งการมีทรัพยากรบุคคลในสายเทคโนโลยีจำนวนมาก แคมที่พักราคาถูก เข้าถึงแหล่งเงินทุนรวมถึงขอคำปรึกษาจากนักลงทุนได้ง่าย ขณะเดียวกันขนาดของตลาดภายในประเทศก็ใหญ่ยักษ์มหิมา

1

### BANGKOK THAILAND

กรุงเทพฯ ไทย



ติดลิสต์อันดับหนึ่ง เพราะนอกจากพื้นที่ที่ตั้งใจ กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แล้ว ค่าครองชีพและค่าที่พักอาศัยในไทยยังถือว่าไม่สูงเกินเหตุ

ช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ภาคเอกชนและภาครัฐของไทยก็สนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพอย่างมาก บริษัทใหญ่ๆ หันมาตั้ง CVC เพื่อลงทุนในสตาร์ทอัพมากขึ้น ขณะที่ภาครัฐก็ออกนโยบายที่ส่งเสริมและจูงใจสตาร์ทอัพ เช่น การยกเว้นภาษี การจัดตั้งย่านนวัตกรรม (Innovation District) หรือการสนับสนุนคูปองนวัตกรรม เป็นต้น นอกจากนี้ กำลังซื้อของชนชั้นกลางที่สูงขึ้น รวมถึงความช่วยเหลือกันในกลุ่มสตาร์ทอัพ (ที่ก่อตั้งใน) ไทย ก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญเช่นกัน

4

### SINGAPORE

สิงคโปร์



แม้จะมีขนาดเล็ก แต่ความที่เป็นเมือง (และประเทศ) ที่มีทรัพยากรบุคคลที่มีศักยภาพสูง มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทั้งยังมีอัตราคนเข้าถึงมือถือสูง สิ่งเหล่านี้ประกอบรวมกับการสนับสนุนจากรัฐบาล ที่สนับสนุนด้าน Funding Program และออกกฎระเบียบที่เอื้อต่อการลงทุน เช่น อนุญาตให้บริษัทจดทะเบียนได้แม้จะมีเงินจดทะเบียนแค่ 1 เหรียญ เป็นต้น ทำให้สิงคโปร์ถือว่ามีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและเอื้อต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพอย่างมาก

3

### KUALA LUMPUR MALAYSIA

กัวลาลัมเปอร์ มาเลเซีย



กัวลาลัมเปอร์ถือเป็นเมืองที่เหมาะสมแก่การเริ่มต้นสตาร์ทอัพ เพราะตั้งอยู่ใจกลางเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประชากรมีทักษะภาษาอังกฤษที่ดี การสนับสนุนจากภาครัฐที่ค่อนข้างกระตือรือร้นและชัดเจน

เช่น การออกกฎระเบียบที่ยืดหยุ่นเพื่อดึงดูดชาวต่างชาติที่มีศักยภาพสูง เช่น MSC Status ซึ่งอนุญาตให้สตาร์ทอัพในประเทศจ้างงานชาวต่างชาติได้ 20 คน หรือการก่อตั้ง Accelerator ชื่อ MaGIC ซึ่งริเริ่มโดยนายกรัฐมนตรี Najib Razak ในปี ค.ศ. 2013 โดยปัจจุบัน MaGIC แห่งนี้ได้กลายเป็นหนึ่งใน Accelerator ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกก็ว่าได้

5

### HONG KONG

ฮ่องกง



ฮ่องกงโดดเด่นมานานในแง่การเป็นศูนย์กลางด้านการเงินและการลงทุน แม้จะมีค่าครองชีพที่ถือว่าสูง แต่ด้วยความที่อยู่ไม่ไกลจากจีนแผ่นดินใหญ่ ทำให้มีโอกาสเข้าถึงตลาดจีนสูง

นอกจากนี้ ยังมีข้อดีเรื่องการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร รวมถึงมี Accelerator และ Incubator ใหญ่ๆ เช่น Hong Kong Science and Technology Parks and Cyberport ให้ความสนับสนุน

ทำให้โดยภาพรวมแล้ว เกาะฮ่องกงถือว่ามีระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของสตาร์ทอัพสูงมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสายฟินเทค (FinTech)

ที่มา

<http://blog.peopleperhour.com/blogroll/infographic-peopleperhour-reveals-startup-city-index/>  
<https://www.inc.com/zoe-henry/top-4-cities-in-asia-to-start-a-business.html>

## 4 เคล็ดลับในการออกแบบให้ "ถูก เร็ว ดี"



คำว่า "ถูก เร็ว ดี"

เป็นสามคำที่ถูกนิยามว่าเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการแต่ไม่มีใครสามารถทำได้

วันนี้ผมมี 4 วิธีที่จะทำให้เราสามารถทำงานออกแบบ

ได้อย่างรวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย และยังได้ผลงานที่ออกมาได้เช่นกัน



โดย  
สิริพงษ์ ศรีมาศเกษม  
CEO & Founder RGB72  
Creative Communication Agency

### 1 ศึกษาเทรนด์ผู้ใช้งาน

ทุกสิ้นปีจะมีการปล่อยรายงานเรื่องการศึกษาด้านเทรนด์ของสินค้า เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคออกมาอย่างไม่ขาดสาย เป็นสิ่งหนึ่งที่นักออกแบบทุกคนจำเป็นต้องรู้และติดตาม

การค้นคว้าหาข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้งานจะมีผลกับงานดีไซน์อย่างแน่นอน เช่น ปัจจุบันผู้ใช้งานมีสมาธิในการดูภาพหนึ่งภาพใช้เวลาไม่ถึงหนึ่งวินาที ดังนั้น การเลือกภาพที่ใช้เป็นหน้าปก หรือ Preview ตามฟีดโซเชียลต่างๆ ควรเลือกใช้ภาพที่สร้างความน่าตื่นตึ่งให้กับหยุดดูและตั้งใจอ่าน

หรือเทรนด์การใช้สีสีนที่มีความสว่างสูง เพื่อดึงดูดสายตา สร้างความแตกต่าง เทรนด์เหล่านี้เกิดจากการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้งาน และพัฒนาเป็นแนวทางเพื่อสามารถให้ออกแบบได้ดียิ่งขึ้น

### 2 กระดาษ ดินสอ และสมอง

สมองคือสิ่งที่เร็วที่สุดในการสร้างไอเดีย และสิ่งที่เร็วที่สุดในการบันทึกความคิดคือดินสอและกระดาษ เพราะไอเดียที่ได้จากสมองนั้นรวดเร็วและหลากหลาย การจะมานั่งเขียนลงคอมพิวเตอร์หรือวาดภาพลงโปรแกรมต่างๆ ถือว่าเป็นงานฝีมือและยากที่จะทำได้รวดเร็วทันใจ

เมื่อเราได้ไอเดีย เราสามารถวาด เขียน จดบันทึกได้ทันที หากไอเดียนั้นไม่เวิร์กใช้ไม่ได้ ไม่ชอบ หรืออยากปรับเปลี่ยนใจเมื่อไหร่ ก็แค่หยิบมันขึ้นมาแล้วขีดฆ่าหรือขยำทิ้ง ง่ายกว่าการกดปุ่ม Delete มากมายหลายเท่าตัว แถมการใช้อุปกรณ์เครื่องเขียนง่ายๆ ยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้อีกด้วย

### 3 สอบถามผู้ใช้งาน

การออกแบบที่มุมมองที่มุมมองของผู้ใช้งานเป็นหลัก (User Centric Design) เพราะจุดประสงค์ของการออกแบบคือ เพื่อให้ผู้อื่นใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความพึงพอใจ

การทดสอบหรือการสอบถามผู้ใช้งานจึงเป็นหนึ่งในแนวทางพัฒนาการออกแบบให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีและตรงใจผู้ใช้งาน หนึ่งในวิธีการทดสอบที่เรียบง่ายและรวดเร็วที่สุดวิธีหนึ่งก็คือ การทำ Paper Prototype หรือการทำตัวอย่างงานในรูปแบบของกระดาษ

วิธีนี้เป็นวิธีที่สะดวก ง่าย และแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว เราสามารถออกแบบหน้าตาการใช้งานลงบนกระดาษ และให้ผู้ใช้งานได้ทดลองใช้ ถ้าส่วนไหนผู้ใช้งานใช้แล้วรู้สึกสับสน ใช้งานยาก เราก็สามารถใช้อย่างลบลบปุ่มออก หรือใช้ดินสอเขียนปุ่มเพิ่มได้อย่างง่ายดาย หรือถ้าผู้ใช้งานรู้สึกว่ามันจำเป็นต้องมีหน้านี้ นักออกแบบก็สามารถดึงกระดาษแผ่นนั้นออกได้อย่างรวดเร็ว

### 4 คอมพิวเตอร์ท้ายสุด

การออกแบบโดยใช้ความคิดและไอเดียเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดี ถูกต้อง รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายนั้น สามารถทำให้เราสร้างงานออกแบบที่ "ถูก เร็ว ดี" ได้อย่างไม่ต้องสงสัย

การใช้คอมพิวเตอร์เข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบ จึงเป็นขั้นตอนสุดท้าย เมื่อเราต้องการลงรายละเอียด ต้องการสร้างสรรค์ผลงานให้เห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้น ซึ่งขั้นตอนนี้จะทำหลังจาก 3 ขั้นตอนแรกได้จบลง หรือทำหลังจากที่เราารู้แล้วว่ากำลังจะทำอะไร ทำไปทำไม เพื่อที่จะทำได้อย่างมีทิศทางที่ชัดเจน

สุดท้ายการทำงานให้ถูก เร็ว และดี แม้ว่าจะทำกับลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ได้ แต่เชื่อว่าด้วย 4 ขั้นตอนนี้ จะช่วยให้สตาร์ทอัพสามารถทำงานถูก เร็ว และดีให้กับตัวเองและทีมงานได้อย่างแน่นอน



# MARKETING

## เตรียมความพร้อมสำหรับ STARTUP เมื่อต้องเข้าหาสื่อ



สตาร์ทอัพนั้นมีความแตกต่างจากองค์กรขนาดใหญ่ ในแง่การโปรโมต และให้สื่อลงข่าวให้เป็นอย่างมาก ถ้าองค์กรขนาดใหญ่มีความเคลื่อนไหว หรือสื่อให้การจับตามองอยู่แล้ว ก็จะได้รับข่าวโดยอัตโนมัติ หรือก็อาจใช้บริการของ PR Agency ถึงนักข่าวมาทำข่าว เขียนถึงได้ แต่กับบริษัทขนาดเล็กนั้นย่อมไม่ง่ายเช่นนั้น การจะให้สื่อลงข่าวให้มัน ไม่ใช่เรื่องง่ายเลย

**พร้อมให้คนจำนวนมากเข้ามาใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการแล้ว หรือยัง?**

ก่อนที่คุณจะติดต่อสื่อ นั้น ผลิตภัณฑ์/บริการของคุณต้องพร้อมระดับหนึ่ง สามารถตอบโต้กลุ่มผู้ใช้งานหลักได้ ไม่เช่นนั้นหากผู้ใช้บริการเห็นจากสื่อ และต่างเข้ามาใช้งาน ถ้าผลิตภัณฑ์ของคุณยังไม่ดีพอ นอกเหนือจากเขาจะเลิกใช้โดยไว อาจกระจายเรื่องไม่ดีของเราสู่วงกว้างอย่างรวดเร็ว

**ประโยคจุดขายคืออะไร?**

ไม่ว่าจะสื่อใหญ่หรือเล็กเฉพาะทางแค่ไหนก็ตาม ถ้าคุณไม่มีสื่อสารจุดขายที่ชัดเจน (Unique Selling Point) อะไรคือประโยชน์ที่ส่งมอบให้กับผู้ใช้ (Value Proposition) แม้ผลิตภัณฑ์ดีแค่ไหน ก็ยากที่คนจะรู้ว่าคุณทำอะไรกันแน่ ดังนั้น คุณต้องค้นหาให้ได้ ว่าคืออะไร และพัฒนาขึ้นมาเป็นประโยคที่กระชับ สะท้อนถึงจุดขายของคุณ และเป็นข้อความที่ใช้สื่อสารเพื่อให้คนจดจำได้ง่าย



โดย  
อสนุช  
เลิศสุวรรณกิจ  
CEO และผู้ร่วมก่อตั้ง  
Techsauce

ตัวอย่าง

- Buy wonderful company at the fair price with Jitta.com
- Drivemate บริการรถเช่า ที่มีรถให้เลือกมากที่สุดในไทย
- Fixzy ช่วยทำให้เรื่องดูแลและซ่อมแซมบ้านให้เป็นเรื่องง่าย
- SKOOTAR แมสเซ็นเจอร์มือโปร รับส่งเอกสาร พัสดุ รวดเร็ว ประหยัด ไร้ใจได้

**เริ่มจากสื่อ/คอมมูนิตีเฉพาะทางก่อนขยายสู่วงกว้าง**

เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีกว่า เพราะคุณจะได้รับฟีดแบคจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อีกด้วย นอกจากนี้คุณต้องทำการบ้านว่า ปกติกลุ่มเป้าหมายชอบอ่านสื่อไหน หรืออยู่ในคอมมูนิตีใด อะไรที่น่าจะดึงดูดพวกเขาให้เข้ามาใช้งานบริการของคุณได้ เช่น แอปพลิเคชันของคุณต้องการจับกลุ่มนักลงทุนสายหุ้น คุณต้องสังเกตดูว่าปัจจุบันมีสื่อหรือคอมมูนิตีใดในสายนี้บ้าง และลองเข้าหาคอมมูนิตีนั้นๆ

แรกๆ คงไม่ใช่เรื่องง่ายนักที่จะได้ถูกพูดถึง อาจต้องสร้างโปรโมชันหรือแคมเปญขึ้นมา ให้สิทธิพิเศษกับลูกค้าเพื่อสร้างแรงจูงใจ และคุณยังสามารถวัดผลได้อีกด้วยว่าสื่อหรือคอมมูนิตีไหนที่ให้ผลตอบรับกับบริการของคุณมากกว่ากัน เพื่อที่จะได้โฟกัสกับสื่อหรือคอมมูนิตีนั้นๆ ในการโปรโมตครั้งต่อไป

**การเข้าหาสื่อไอทีและสื่อสายธุรกิจออนไลน์**

สตาร์ทอัพหลายรายมาสายเทคโนโลยีกันเสียเยอะ และหลายอีเวนต์ที่จัดกันก็จะมีสื่อสายนี้ไปร่วมงานอยู่บ้าง อาทิเช่น

<http://techsauce.co>

<http://thumbsup.in.th>

<https://www.marketingoops.com>

ทั้งนี้คุณต้องดูลักษณะการลงข่าวของพวกเขาให้ออก เช่น รายไหนชอบลงข่าวการระดมทุน รายไหนชอบลงข่าวแนวกรการใช้งาน หรือกรณีศึกษาการใช้งาน เป็นต้น

ลองสังเกตดูว่าสื่อ/คอมมูนิตีเหล่านี้ไปอีเวนต์ไหน อาจหาจังหวัดแนะนำตัว ความเป็นกันเองนั้นสำคัญที่สุด อย่าเหมือนวิ่งเข้าไป Pitch เพื่อขายผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยตรงแต่แรก

นี่เป็นเพียงตัวอย่างของการเตรียมความพร้อมสำหรับสตาร์ทอัพก่อนเข้าหาสื่อ

เตรียมพบกับตอนถัดไป เรื่องการสร้างเนื้อหาอย่างไรให้น่าสนใจกันต่อไปค่ะ

# RAISE FUNDS

## TALK WITH CVC

คุยกับ InVent

เรียบเรียง หักยา ภูดี



ร่วมรับรู้มุมมองของ CVC อย่าง InVent บริษัทที่ลงทุนในสตาร์ทอัพไทยไปแล้ว 13 บริษัท ฟังจากปาก ณรงค์พันธ์ บุญทรงไพศาล รักษาการผู้อำนวยการผู้อำนวยการส่วนงานพัฒนาธุรกิจและบริษัทร่วมทุน ว่า InVent มีแนวทางการพิจารณาเลือกลงทุนอย่างไร และคุณสมบัติแบบไหนที่ CVC เจ้านี้มองหา

### InVent ลงทุนในสตาร์ทอัพเจ้าไหนบ้าง?

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 จนถึงตอนนี้ เราลงทุนไปแล้ว 13 บริษัท ได้แก่ Ookbee, Computerlogy, Meditech, Infinity Level, Golfdigg, Playbasis, Sinoze, ShopSpot, Omnivirt, Wongnai, Digio, Event Pop, ShopBack

โดยบริษัทที่เราลงทุนมีหลายบริษัทที่มีผู้ก่อตั้งเป็นคนไทย และมี 3 บริษัทที่จดทะเบียนที่ต่างประเทศ คือ Omnivirt, Event Pop และ ShopBack ขณะนี้ InVent ได้ Exit ไปแล้ว 2 ราย คือ Computerlogy ที่บริษัทเกาหลีได้ซื้อไป และ ShopSpot ที่ผู้ถือหุ้นเดิมเขาขอซื้อกลับคืน

### หลักในการพิจารณาลงทุนของ InVent ดูจากอะไรบ้าง?

ส่วนที่เราลงทุนไปแล้วจะเกี่ยวกับ TMT และ Digital Lifestyle โดยหลักเกณฑ์ที่เราดูมี 3 ข้อ

1) เราพิจารณาลงทุนในสตาร์ทอัพที่มีโปรดักต์ตอบโจทย์ทางธุรกิจ มีแพลตฟอร์มอยู่ในตลาดที่เติบโตสูง ขนาดตลาดที่ใหญ่ และสามารถสเกลไปตลาดอื่นได้เร็ว ด้วยต้นทุนที่ต่ำ ถ้าเขาเป็น First Mover หรือ Market Leader ในตลาดนั้นด้วย ยิ่งน่าสนใจ

2) พิจารณาจากคุณค่าที่ทำให้เกิดกับกลุ่มบริษัท Intouch เช่น เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้ลูกค้าเราได้ใช้งาน เพิ่มรายได้และช่องทางการเข้าถึงลูกค้าใหม่ๆ หรือทำให้เกิดนวัตกรรม เป็นต้น

3) ดูว่าผู้ก่อตั้งกับทีมงานมีความเชี่ยวชาญในตลาดหรืออุตสาหกรรมนั้นๆ หรือไม่ รวมถึงมุ่งมั่นในการทำให้บริษัทเติบโตหรือเปล่า

ทั้ง 3 ข้อ ถือเป็นเกณฑ์เบื้องต้นเท่านั้น แต่ไม่ยากให้ยึดเป็นเงื่อนไขปิดกั้นสตาร์ทอัพที่จะมาคุยกับเราแต่อย่างใด

### ปกติแล้ว InVent เน้นลงทุนใน Stage ไหนเป็นพิเศษบ้าง?

เราเน้นสตาร์ทอัพที่มีโปรดักต์ในตลาดแล้ว มีผู้ใช้งาน และ Traction คือถ้ายังไม่ได้นำเงินธุรกิจเลย เราคิดว่าแบบนั้นอาจถือว่า Early เกินไป

ที่ผ่านมาเราเคยลง Seed เหมือนกันแต่มีไม่กี่ราย

### ถ้าสตาร์ทอัพหนึ่งๆ อยากให้ CVC ลงทุนด้วย ควรทำอะไรบ้าง

ลำดับแรก สตาร์ทอัพต้องรู้ก่อนว่า เขาต้องการอะไรจาก CVC? จากนั้นก็ลองพิจารณา CVC ที่ตอบโจทย์ได้มากที่สุด

ลำดับที่ 2 คือต้องเตรียมตัวว่าจะแนะนำบริษัทอย่างไร แนะนำตลาด นำเสนอผลิตภัณฑ์ Traction, กลยุทธ์, และแผนธุรกิจ ว่าถ้าได้เงินร่วมทุนมาแล้วจะนำไปทำอะไรบ้างเพื่อให้บริษัทเติบโต ซึ่งตรงนี้ต้องตอบ CVC ให้ได้อย่างสั้นและเข้าใจง่ายที่สุด

ลำดับที่ 3 ก็เข้าไปคุยกับ CVC เพื่อแนะนำตัว ผมคิดว่าการอัปเดตธุรกิจที่คุณทำอยู่กับ CVC เรื่อยๆ เป็นสิ่งที่สำคัญเช่นกัน

### ก็บอกว่าสตาร์ทอัพต้องเติบโตได้ในทางธุรกิจ แล้วในแง่นี้ InVent มองว่าสตาร์ทอัพไทยควรโฟกัสที่ตลาดไทยอย่างเดียว หรือควรจะมองไปยังตลาดต่างประเทศด้วย

สตาร์ทอัพต้องโฟกัสตลาดไทยเป็นตลาดหลักก่อน แต่ตลาดไทยก็มีจำกัดและจุดอิ่มตัว ดังนั้น เขาควรเตรียมพร้อมที่จะขยายธุรกิจต่อไปอย่างไร ซึ่งทางออกหนึ่งคือขยายไปต่างประเทศ หรืออาจจะขยาย Vertical หรือ Market Segment ไปนอกเหนือจากตลาดที่มีอยู่ เช่น สมมุติเคยโฟกัสที่อาหาร ก็อาจจะขยายไปไลฟ์สไตล์อื่นๆ

### แล้ว InVent สนใจลงทุนในไทยอย่างเดียว หรือสนใจสตาร์ทอัพต่างชาติ?

เราสนใจลงทุนในไทยรวมถึงสตาร์ทอัพในต่างประเทศด้วยครับ

### ตอนนี้เทรนด์โลกกำลังตื่นตัวกับ Deep Tech คุณคิดอย่างไรกับเรื่องนี้?

Deep Tech Startups น่าสนใจมาก เนื่องจากเป็นผู้สร้างนวัตกรรมที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค ผู้ประกอบการภาคธุรกิจและสังคมครับ อันนี้เป็นเหตุผลหนึ่งที่เราพยายามออกไปลงทุนต่างประเทศด้วย เพราะในต่างประเทศจะมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมเยอะ ส่วนในไทย เราเชื่อมั่นว่าสตาร์ทอัพไทยเก่งไม่แพ้ต่างประเทศ ถ้ามีใครที่สามารถพัฒนา Deep Tech มาใช้ได้อย่างโดดเด่น เราก็คิดว่าน่าลงทุนครับ



# HUMAN RESOURCES

## เรียนรู้การพัฒนาทีมจาก HEAD OF PEOPLE ของ WONGNAI

เขียน ศัทธา กูดี

ถ่ายภาพ ปิยนันท์ เกียรติคุณฤกษ์



นอกเหนือจากแนวคิดในการพัฒนาธุรกิจของ Wongnai แล้ว การพัฒนาพนักงานก็เป็นอีกเรื่องที่สำคัญอย่างมาก อยากรู้ วันนี้เราจึงบุกไปถึงออฟฟิศ Wongnai เพื่อคุยกับ คุณธรมย์ - อานนทวงศ์ มฤคพิทักษ์ หัวหน้าทีม People แผนก ที่ดูแล “คน” ใน Wongnai ที่มีกว่า 190 คน

### เห็น Vision & Mission เดียวกัน

ที่ Wongnai จะมี Boot Camp เกือบทุกเดือน งานนี้พนักงาน หน้าที่ใหม่ทุกคนจะต้องเข้าร่วม Boot Camp นั่นคล้ายกับการ ปฐมนิเทศ คือเป็นวันที่ซีโอโอจะพูดถึงเส้นทางของบริษัท วิสัยทัศน์ และการกิจขององค์กรให้ฟัง

ส่วนทีม People จะพูดเรื่อง OKR (Objectives & Key Results) หรือการตั้งเป้าหมาย, CTO จะมาอธิบายโปรดัคต์ของบริษัท และบอกว่าบริษัทกำลังตอบโจทย์ใครอยู่

สิ่งเหล่านี้อาจฟังดูไม่มีอะไรใหม่สำหรับหลายองค์กร แต่ขอบอกว่า บางองค์กรก็แสนจะละเลยสิ่งเหล่านี้ ดังนั้น การมี Boot Camp ที่แจ้งวิสัยทัศน์บริษัท รวมถึงภารกิจและเป้าหมายที่บริษัทกำลัง จะเดินไป จึงเป็นการ Set the Right Tone ในการทำงาน ทำให้ พนักงานก้าวไปพร้อมบริษัทโดยไม่หลงทาง

### สร้าง Growth Mindset

Growth Mindset เป็นสิ่งที่หลายบริษัทน่าจะอยากสร้าง Wongnai ก็เช่นกัน แต่ความกระหายอยากเรียนรู้ บางทีก็ไม่ได้ เกิดขึ้นมาเองทันทีทันใด อาจต้องมีตัวกระตุ้น

ทีม People จึงจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้พนักงานเกิดความอยากเรียนรู้ทุกเดือน ไม่ว่าจะเป็น WeLearn ที่เชิญคนเก่งๆ มาแบ่งปันประสบการณ์, WeShare ที่ให้คนข้างในเปิดคอร์ส สอนอะไรก็ได้, WeHack ที่ทีมโปรแกรมเมอร์จะมาสอนวิธีแฮ็ก โปรแกรมมิ่งกัน และ WeFit ที่ชวนกันมาออกกำลังกาย

นอกจากนี้ Wongnai ยังมอบสวัสดิการค่าหนังสือแก่พนักงาน เดือนละ 1,000 บาท โดยมีกติกาคือต้องอ่าน และนำมารีวิว แบ่งปันกันก่อน ถึงจะเริ่มซื้อเล่มต่อไปได้

การสร้างสรรคกิจกรรมและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การเรียนรู้ จะช่วยให้พนักงานตื่นตัวที่จะพัฒนาตนเอง ขณะเดียวกันกิจกรรม บางอย่าง ผู้บริหารหรือหัวหน้าทีมอาจต้องทำเป็นตัวอย่างให้ดู ก่อน

เช่น WeShare ที่ให้สอนอะไรเพื่อนร่วมงานก็ได้ ด้วยวัฒนธรรม แบบไทยๆ ช่วงแรกอาจจะมีเขินกันบ้าง จึงเป็นหน้าที่ของผู้นำ ที่จะลงมาทำให้ดูก่อน จากนั้นพนักงานจะมีความร่วมใจได้ง่ายขึ้น

### คุยกัน สังกัดกัน สำคัญก็ด้วย

“การสื่อสาร” เป็นสิ่งสำคัญ หัวหน้าทีม People อย่างคุณธรมย์ เปิดเผยให้ฟังว่า พวกเขาพยายามใส่ใจและรับฟังเสียงพนักงาน ให้มาก โดยบริษัทเคยเจอปรากฏการณ์คนยื่นใบลาออกติดๆ กัน อยู่ช่วงหนึ่ง โดยเหตุเกิดที่สาขาต่างจังหวัด ทีม People สังเกต ตั้งคำถาม และพบคำตอบว่า ทีมงานในต่างจังหวัดรู้สึกห่างเหิน กับออฟฟิศใหญ่ในกรุงเทพฯ คุณธรมย์และทีมจึงจัดกิจกรรม สัญจรลงพื้นที่ ผลลัพธ์คือเมื่อมีปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้น พนักงาน ก็มีขวัญกำลังใจและลาออกน้อยลง

### ไม่ต้องมีฝ่าย HR ก็ได้ แต่คุณต้องเข้าใจมนุษย์

เพราะมีบุคลากรไม่เยอะ สตาร์ทอัพจำนวนไม่น้อยจึงไม่มีแผนก HR มาดูแลพนักงาน ซึ่งสำหรับคุณธรมย์มองว่าไม่จำเป็นต้องมี แผนกนี้ก็ได้ แต่ต้องมีทีมผู้ก่อตั้งที่สนใจเรื่องคน เพราะถ้าใน กลุ่มผู้ก่อตั้ง มีแต่สายเทคนิคอย่างเดียว อาจจะทำให้สตาร์ทอัพ แห่งนั้นขาดความเป็น Human Touch ไปได้

ทางเลือกอีกทางคือ หากมีฝ่ายอื่นในบริษัทที่ชอบเรื่องปฏิสัมพันธ์ คนอยู่แล้ว เช่น ฝ่ายการตลาด อาจจะช่วยดูเรื่อง HR ด้วยก็ได้

สุดท้ายคุณธรมย์ย้ำว่า “คน” คือส่วนสำคัญที่สุดของบริษัท เพราะบริษัทล้วนขับเคลื่อนด้วยคน ไม่ว่าจะไม่มีหรือไม่มีแผนก HR แต่สตาร์ทอัพแห่งนั้นไม่ควรละเลยที่จะรับฟังพนักงาน

# STARTUP THAILAND

## “ความคืบหน้า” ของการส่งเสริมสตาร์ทอัพไทย

เรียบเรียง สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)



ปี 2560 เป็นปีที่มีการขับเคลื่อนและส่งเสริมสตาร์ทอัพไทยอย่างคึกคัก เราได้เห็นความเคลื่อนไหวที่สำคัญดังนี้

1

**คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ เห็นชอบร่าง พ.ร.บ. พัฒนาวិสาหกิจเริ่มต้นและนวัตกรรมเชิงนโยบาย**

ร่าง พ.ร.บ. พัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้นและนวัตกรรมเชิงนโยบาย มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุน แก้ไขข้อจำกัดและอุปสรรคต่างๆ ที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนาของระบบนิเวศในการสนับสนุนสตาร์ทอัพ (Startup Ecosystem) โดยมีการกำหนดขอบเขต คำนียามของ “สตาร์ทอัพ” ไว้อย่างชัดเจน ซึ่งคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ (National Startup Committee) เห็นชอบร่าง พ.ร.บ.นี้ โดยจะมีการนำเสนอร่าง พ.ร.บ.ฯ ต่อคณะรัฐมนตรีต่อไป



2

**โครงการ Startup Club ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา**

จัดตั้งขึ้นตามคำริของรองนายกรัฐมนตรี นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ ปัจจุบันมีโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา/อาชีวศึกษาได้เข้าร่วมโครงการ Startup Club รวม 109 สถาบัน และได้เริ่มดำเนินกิจกรรมแล้ว 17 สถาบันใน 15 จังหวัด

รวมทั้งได้มีการจัดทำ Facebook Page

“Startup Club Thailand”

([www.facebook.com/startupclubth](http://www.facebook.com/startupclubth)) ขึ้น

3

**การแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์**

มีความคืบหน้าเป็นที่น่าพอใจใน 4 ประเด็น คือ ประเด็นการแก้ไขเพิ่มเติมให้บริษัทจำกัดดำเนินการได้ในประเด็นหุ้นกู้แปลงสภาพ การทยอยให้หุ้น (Vesting) สิทธิที่จะซื้อหุ้นในราคาที่กำหนด (ESOP) และหุ้นบุริมสิทธิ ปัจจุบัน ร่าง พ.ร.บ. ดังกล่าวอยู่ในขั้นตอนของการตรวจพิจารณาของคณะกรรมการกฤษฎีกา

4

**ไทยกลายเป็นอันดับ 1 ของเอเชีย ในฐานะเมืองที่เหมาะแก่การเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ**

จากการส่งเสริมและสร้างความตระหนักรู้ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การบ่มเพาะ และการดำเนินนโยบายของรัฐบาล ส่งผลให้เว็บไซต์ PeoplePerHour ซึ่งเป็นผู้จัดอันดับ Startup City Index ได้จัดให้ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 7 ของโลก และอันดับที่ 1 ของเอเชีย ในการเป็นเมืองเพื่อเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยพิจารณาจากความยาก-ง่ายในการประกอบธุรกิจ ต้นทุน และคุณภาพชีวิต



# TECHNOLOGY

## เมื่อคอมพิวเตอร์สามารถคุยกับเราได้



ภาษานั้นเป็นสิ่งที่เข้าใจได้ยากเพราะคำเดียวกันอาจจะมีหลายความหมายได้หลายอย่างขึ้นอยู่กับบริบทที่ใช้ แต่ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เทคโนโลยีในด้าน NLP (Natural Language Processing) ซึ่งเป็นสาขาหนึ่งใน AI ที่สนใจในการทำให้คอมพิวเตอร์เข้าใจในสิ่งที่เราพูด สิ่งที่เราเขียน และสามารถสื่อสารกับมนุษย์ได้นั้น ได้มีการพัฒนาก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว



โดย  
**วรสรรดา ตรีรัตนพิทักษ์**  
ผู้เชี่ยวชาญด้านการ  
กลุ่มงานดาต้าวิทยาศาสตร์  
สมาคมแห่งประเทศไทย

โดยเฉพาะในด้านการจดบันทึกจากเสียงอัตโนมัติ (Speech Recognition) ด้านระบบสนทนาที่สามารถโต้ตอบกับคน (Chatbot) ด้านการแปลภาษาอัตโนมัติ (Machine Translation) ไปจนถึงการพัฒนาาระบบที่สามารถเข้าใจและสรุปเนื้อหาของเอกสารได้โดยอัตโนมัติ (Text Summarization) แม้จะยังมีข้อจำกัดบางอย่างอยู่ แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีเหล่านี้ก็เริ่มได้ถูกนำมาใช้จริงในหลายๆ ด้านมากขึ้น

สำนักข่าว Associated Press (AP) ของอเมริกาได้เริ่มใช้ AI ในการเขียนข่าวรายงานรายได้ (Earning Report) ของบริษัทต่างๆ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2014 โดยไม่ต้องใช้มนุษย์ในการเกี่ยวข้อง

เมื่อกลางปี ค.ศ. 2017 Google ก็เพิ่งให้ทุน 25 ล้านบาทกับสำนักงานข่าวใหญ่ของประเทศอังกฤษ เพื่อที่จะพัฒนา AI ที่สามารถเขียนข่าวเองได้ 30,000 ข่าวต่อเดือน จากข้อมูล Open Data ต่างๆ ของรัฐที่มีอยู่ เช่น ข้อมูลพยากรณ์อากาศ ข้อมูลสถิติทางเศรษฐกิจ

เมื่อสิงหาคมปีที่แล้ว Microsoft ก็ประสบความสำเร็จในการจดบันทึกจากเสียงพูดได้เร็วและแม่นยำกว่าการให้คนเป็นผู้จด ในขณะที่ Google ก็เพิ่งเปิดตัวหูฟัง Pixel Buds ที่สามารถแปลสิ่งที่คนพูดให้เป็นภาษาอื่นได้ในทันทีถึง 40 ภาษา

นอกจากนี้ก็มี DoNotPay ซึ่งเป็น chatbot ทนายความที่ช่วยให้คำปรึกษาทางกฎหมายกับคนทั่วไปผ่านการถาม-ตอบง่ายๆ ซึ่ง DoNotPay นั้นได้ส่งคำร้องแทนผู้ใช้ ขณะคิดแล้วกว่า 400,000 คดี และก็มี Woebot นักจิตวิทยา chatbot ที่พัฒนาขึ้นโดย Stanford University ที่ใช้หลักการบำบัดทางจิตวิทยาในการคุยกับคนเพื่อรักษาโรคเครียด โดยได้มีการทำการทดลองทางคลินิกเบื้องต้นว่ามีประสิทธิภาพในการลดอาการเครียดของผู้ป่วยได้จริง

จริงๆ แล้วระบบ NLP เหล่านี้ก็ไม่ได้เข้าใจภาษาจริงๆ แต่ใช้วิธีการเปลี่ยนคำศัพท์ในแต่ละประโยคให้อยู่ในรูปแบบที่เรียกว่า “word embedding” โดยคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันจะมี “word embedding” ที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งคอมพิวเตอร์นั้นเรียนรู้ว่า “word embedding” ของคำศัพท์คำหนึ่งนั้นคืออะไรจากการประมวลผลข้อมูลจำนวนมาก

ถ้าคำศัพท์คูไหนที่มักจะเกิดขึ้นกับคำรอบๆ ด้านที่เหมือนกันนั้น คอมพิวเตอร์ก็จะเดาว่าคำนั้นคงมีความหมายคล้ายๆ กัน อาทิ เนื่องจากทั้งคำว่า ‘อินทรี’ และ ‘เหยี่ยว’ มักจะมีคำเช่น ‘ปีก’ ‘บิน’ ‘ท้องฟ้า’ อยู่รอบๆ คำ คอมพิวเตอร์ก็จะคิดว่า ‘อินทรี’ กับ ‘เหยี่ยว’ คงมีความหมายใกล้เคียงกัน

ในกรณีของ chatbot คอมพิวเตอร์ก็จะนำเอา “word embedding” ของประโยคที่ผู้ใช้พูดขึ้นไปเทียบกับ “word embedding” ของตัวอย่างประโยคทั้งหมดที่มีอยู่ในระบบ เพื่อจะเดาว่าสิ่งที่ผู้ใช้พูดขึ้นนั้นหมายถึงอะไร

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันเราจะยังไม่สามารถสร้างคอมพิวเตอร์ที่เข้าใจภาษามนุษย์ได้จริงๆ จนสามารถมาถกเถียงเรื่องการเมืองหรือปรัชญากับเราได้ แต่ด้วยเทคโนโลยี NLP ที่มีอยู่ การสร้างคอมพิวเตอร์ที่สามารถเข้าใจคำพูดของเราในเรื่องเฉพาะอย่างที่มีรูปแบบไม่ซับซ้อนมากนักนั้นเป็นไปได้แล้ว

อาทิ AI ที่ช่วยเราหาและจองตั๋วเครื่องบิน หรือ AI ที่ช่วยสั่งอาหารขณะขับรถ หรือช่วยเราเขียนข่าวบางประเภท เช่น ข่าวกีฬาหรือข่าวพยากรณ์อากาศ

สิ่งสำคัญสำหรับผู้สนใจจะนำเอา AI ทางด้าน NLP ไปใช้ คือความเข้าใจในตัวเทคโนโลยีเพื่อที่สามารถมองเห็นโอกาส

เมื่อคอมพิวเตอร์สามารถสื่อสารกับเราได้ด้วยภาษาที่ทุกคนเข้าใจ เราอาจจะไม่ต้องถึงสายรอ Customer Service อีกต่อไป การบริการที่ปัจจุบันนี้มีค่าใช้จ่ายสูง เช่น คำปรึกษาทางกฎหมาย คำปรึกษาทางการเงิน คำปรึกษาทางการแพทย์และสุขภาพจิต ประชาชนทั่วไปก็จะสามารถเข้าถึงมันได้มากขึ้น ถ้า AI สามารถแปลภาษาอังกฤษเป็นไทยได้ เด็กต่างจังหวัดที่ไม่เก่งภาษาอังกฤษก็จะสามารถเรียนบทเรียนออนไลน์ฟรีของมหาวิทยาลัยระดับโลกเช่น MIT Stanford ได้

สิ่งที่เป็นไปได้แน่นอนแทบจะไม่มีขีดจำกัด ทั้งในเชิงธุรกิจและสังคม



# DISRUPT

## 5 สิ่งที่คุณทำได้ก่อน AI ครองเมือง วิธีเตรียมตัวกับการมาถึงของปัญญาประดิษฐ์



โตย  
อานทองศรี  
มฤคพิทักษ์  
Head of People  
© Wongnai

ความเดิมตอนที่แล้ว ผมได้กล่าวถึงความปั่นป่วนในตลาดแรงงาน (Labor Market Disruptions) ที่จะเกิดขึ้นเมื่อ Artificial Intelligence (AI) ได้มาถึงจุดที่สามารถทำงานหลายๆ อย่างแทนมนุษย์ได้

AI คือเทคโนโลยีที่ทำให้คอมพิวเตอร์หาข้อมูลเองได้ เรียนรู้เองได้ ตัดสินใจเองได้และลงมือเองได้ เรายังคุ้นเคยกับ AI มาซั๊กพักแล้ว เช่น Siri ใน iPhone หรือการที่ Facebook แท็กหน้าเพื่อนในรูปที่เราอัปโหลด

แต่เดี๋ยวนี้อ AI กำลังไปไกลขนาดเล่นหมากล้อมชนะแชมป์โลก และแต่งเพลงเองได้แล้ว ส่วนงานใช้แรงงานยังไม่ต้องพูดถึง เพราะหุ่นยนต์ที่ขับเคลื่อนโดย AI นั้นทำงานได้เร็วกว่าและแม่นยำกว่ามนุษย์หลายเท่าตัว

เมื่อเป็นอย่างนี้แล้ว มีอะไรที่เราพอจะทำได้บ้างเพื่อให้แน่ใจว่าเราจะไม่ตกงานในยุคที่ AI ครองเมือง

1

### ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับ Machine Learning, Big Data และ Robotics

เมื่อหุ่นยนต์มาทำงานแทนมนุษย์ งานจำนวนมากไม่น้อยย่อมอันตรายไป แต่นั่นก็หมายความว่าจะมีงานใหม่เกิดขึ้นเช่นกัน แม้โรงงานจะใช้หุ่นยนต์จัดจระเข้ทำงานแทนคน แต่โรงงานเหล่านี้ก็ยังต้องการคนมาควบคุมตรวจสอบหุ่นยนต์เหล่านี้อยู่ดี หนึ่งในวิธีง่ายๆ ในการติดตามข่าวสารคือเข้า Medium.com แล้วค้นหาคำที่กล่าวมาข้างต้นครับ

2

### เรียนรู้ภาษาอังกฤษ

นี่คือยุคที่ตะวันตกเป็นผู้นำและผู้สร้างเทคโนโลยีอยู่ ดังนั้น ข่าวสารข้อมูลต่างๆ จะถูกเขียนเป็นภาษาอังกฤษก่อน หากเราไม่เสพสื่อภาษาอังกฤษ เราก็จะเสียโอกาสในการรับทราบข้อมูลที่สดใหม่ ดังนั้น เราควรฝึกฝนให้ไม่กลัวที่จะอ่านภาษาอังกฤษ วิธีที่ง่ายที่สุดคืออ่านในเรื่องราวที่เราสนใจ เช่น ถ้าชอบดูบอลก็เข้าไปอ่านเว็บ Espnfc.com หรือถ้าชอบความรู้ทั่วไปก็เข้า Quora.com เป็นต้น

3

### หัดเขียนโค้ด

นี่คือยุคที่ตลาดต้องการโปรแกรมเมอร์เก่งๆ มาร่วมงานเป็นจำนวนมาก ถ้าเราไม่ได้เรียนสายคอมพิวเตอร์มาก็ไม่ใช่เรื่องใหญ่ เพราะมีเว็บดีๆ อย่าง Codecademy.com ที่เราสามารถเรียนเขียนโค้ดได้ฟรีๆ โดยเป้าหมายไม่จำเป็นต้องเก่งมากก็ได้ ขอเพียงได้ลองสัมผัสความรู้สึกในสายนี้ดูบ้างจะได้เข้าใจกระบวนการทำงานของคอมพิวเตอร์ เพราะมันจะเป็นทักษะที่สำคัญและจะกลายมาเป็น “วิชาบังคับ” พอๆ กับภาษาและคณิตศาสตร์เลยทีเดียว

4

### พัฒนา Soft Skills

เพราะแม้ AI จะพัฒนามามากแล้ว แต่มันก็ไม่ใช่สิ่งที่มีชีวิตจิตใจ หากเรามีทักษะการสื่อสารที่เยี่ยมยอด สามารถอ่านอารมณ์ของคนออก มีศิลปะการผูกมิตร มีอารมณ์ขัน มีความคิดสร้างสรรค์ ก็จะทำให้เราเป็นบุคลากรที่ยากจะหาหุ่นยนต์ตัวไหนมาทดแทนได้

5

### รักที่จะเรียนรู้ตลอดชีวิต

การปฏิวัติอุตสาหกรรมเมื่อ 200 ปีที่แล้วบังคับให้คนเรา Specialize ในด้านใดด้านหนึ่ง แต่การมาถึงของ AI จะทำให้การเปลี่ยนแปลงรวดเร็วเป็นทวีคูณ ดังนั้น คุณต้องเป็นคนที่ยืดหยุ่น สามารถที่จะ Learn, Relearn และ Unlearn ชุดความรู้ต่างๆ เพื่อให้เรามีทักษะที่ยังเป็นที่ต้องการของตลาดอยู่เสมอ เพราะเนื่องงานจะเปลี่ยนไป เครื่องมือการทำงานจะเปลี่ยนไป ความคาดหวังต่อคนทำงานก็จะเปลี่ยนไป ใครที่ยังย่ำอยู่กับที่มีความเสี่ยงสูงมากที่จะตกขบวนรถไฟขบวนใหญ่นี้ครับ



# SILICON VALLEY

## STARTUP CULTURES



โดย  
อริวรรณ  
วงศ์ไศยวรรณ  
Software Developer  
บริษัท ThoughtWorks,  
Silicon Valley  
siliconvalleycolumn  
@gmail.com

สวัสดีปีใหม่ครับผู้อ่านทุกท่าน ปกติช่วงปีใหม่พวกเราจะตั้งเป้าหมายประจำปีกัน เช่น จะลดน้ำหนักให้ได้ 10 กิโล หรือจะวิ่งมาราธอนให้ได้อย่างน้อย 1 ครั้ง ถ้าตลอดทั้งปีแล้วแต่กับเป้าหมายนี้ ผมเชื่อว่าตลอดทั้งปี เราจะค้นพบ “วิธีการ” ที่จะไปถึงเป้าหมายที่วางไว้

แต่ถึงแม้จะไม่ถึงเป้า สิ่งที่เราจะได้มาคือ “นิสัยใหม่ๆ” ที่เป็นตัวกำหนด “พฤติกรรม” ที่จะพาให้เราไปถึงเป้าหมายของเราได้ในปีถัดๆ ไป

### AMAZON LEADERSHIP PRINCIPLES

Customer Obsession  
Ownership  
Invent and Simplify  
Are Right, A Lot  
Learn and Be Curious  
Hire and Develop the Best  
Insist on the Highest Standards  
Think Big  
Bias for Action  
Frugality  
Earn Trust  
Dive Deep  
Have Backbone; Disagree and Commit  
Deliver Results

### FACEBOOK CORE VALUES

Focus on Impact  
Move Fast  
Be Bold  
Be Open  
Build Social Value

แล้วมันเกี่ยวกับสตาร์ทอัพอย่างไร?

ในบริบทของบริษัทแล้ว คำพูดที่ใช้เรียกนิสัยของบริษัทคือ “วัฒนธรรมองค์กร” การที่องค์กรมีวัฒนธรรมที่ดี สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมาย เป็นตัวช่วยให้คนในองค์กรสามารถเดินหน้าไปในทิศทางเดียวกันได้ แค่นั้นก็เป็นแต้มต่อเหนือกว่าคู่แข่งได้แล้ว

วัฒนธรรมองค์กรที่ตลกเหนือจากจะดึงดูดลูกค้าแล้ว ยังใช้เป็นตัวดึงดูดคนมาทำงานได้ด้วย เช่น การส่งเสริมความแตกต่างทางเพศ เชื้อชาติ และวัฒนธรรม การเปิดกว้างให้มาทำงานสายได้ การให้อาสาสมัครเข้ามาทำงาน โดยเฉพาะใน Silicon Valley ที่มีการแข่งขันหาพนักงานมาทำงานสูงมาก

จะเริ่มอย่างไร?

ผมเชื่อว่าเกือบทุกองค์กรพยายามสร้างวัฒนธรรม มันจะอยู่ในรูปแบบของ Core Value, Principle, Code of Conduct หรือ Motto การเขียนออกมาเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี แต่สิ่งสำคัญที่สุดคือ “องค์กรให้ความสำคัญกับมันมากน้อยแค่ไหน”

ตัวอย่างองค์กรที่ผมเห็นว่าให้ความสำคัญกับวัฒนธรรม คือ Facebook โดยพวกเขาเรียกมันว่า Hacker Way ที่เน้นการสร้างผลงานให้เร็วและปรับปรุงให้ดีขึ้นเรื่อยๆ ลงมือทำจริงหวังผลสูง ใช้ข้อมูลในการตัดสินใจ

นอกจากนั้น Facebook ยังจัด Hackathon กันภายในบ่อยๆ สร้างผลงานใหม่ๆ ออกมาประกวดกัน เพื่อกระตุ้นให้วัฒนธรรมยังคงอยู่แม้ว่าตัวองค์กรจะขยายใหญ่ขึ้น

อีกองค์กรที่เป็นตัวอย่างที่ดีคือ Amazon ที่นั่นจะมี 14 Leadership Principles ที่ใช้ประกอบการตัดสินใจทุกๆ อย่างของชาว Amazonian

ไม่น่าแปลกใจเลยว่าทำไม Facebook และ Amazon ถึงได้ประสบความสำเร็จอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

Peter Drucker กูรูทางด้านการบริหารกล่าวไว้ว่า “วัฒนธรรมจะกินกลยุทธ์เป็นอาหารเข้า” นั่นหมายความว่าไม่ว่าคุณจะมีแผนงานไว้ดีแค่ไหน แต่ถ้ามันไม่เข้ากับวัฒนธรรมองค์กร แผนงานนั้นก็สำเร็จยาก

ดังนั้น เราจึงไม่ควรละเลยที่จะสร้างวัฒนธรรมองค์กรควบคู่กับเป้าหมายและแผนงานไปนะครับ ส่วนการสร้างวัฒนธรรมนั้น เริ่มตอนองค์กรยังเล็กจะทำได้ง่ายกว่าตอนใหญ่แล้ว

ปีใหม่นี้น่าจะเป็นโอกาสที่จะมองย้อนกลับไปในองค์กร หรืออย่างน้อยในทีมตัวเอง

แล้วถามดูว่าวัฒนธรรมของเราเป็นอย่างไรนะครับ



# CO-WORKING SPACE



## AIS D.C.

ชุมชนแห่งการสร้างสรรค

เรื่อง ภัทยา ภูดี

กระแสสตาร์ทอัพอาจจุดติดแล้ว แต่พื้นที่สร้างสรรคก็ควรถูกสร้างขึ้นเรื่อยๆ เพราะการมีคอมมูนิตีไว้ให้สตาร์ทอัพและนักสร้างสรรคได้แลกเปลี่ยนไอเดียทดลองฝึกปรี้อฝีมือ หรือมากไปถึงขั้นร่วมกันสร้างสรรคธุรกิจใหม่ๆ เป็นสิ่งที่จะนำพาประโยชน์มาให้กับประเทศในระยะยาว

Creative Space หรือคอมมูนิตีสำหรับเหล่าสตาร์ทอัพ และนักสร้างสรรค (Creator) จึงเกิดขึ้นบนพื้นที่ 2,300 ตารางเมตร ซึ่งเจ้าของพื้นที่อย่าง AIS ตั้งใจเรียกขานพื้นที่นี้ว่า AIS D.C. อันย่อมาจากคำว่า AIS Design Centre โดยหวังให้เป็น World Class Creator Community อันดับ 1 ของคนรุ่นใหม่ มีศักยภาพเทียบเท่าคอมมูนิตีระดับโลก รวมถึงเป็นศูนย์รวมเทคโนโลยี และนวัตกรรมของประเทศไทย

ฟังก์ชันกิจแล้วดูยิ่งใหญ่ไปมาก แต่พื้นที่ของ D.C. (ชื่อเรียกสั้นๆ) ก็ดูจะโอรับกับความยิ่งใหญ่ของภารกิจนี้ได้ไม่น้อย จากการแบ่งเป็น 6 โซนที่รองรับการใช้งานได้แตกต่างกัน แต่นำพาไปสู่เป้าหมายเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นโซน Playground, Co-working, Meeting Room, Seminar/Workshop, Studio, และ Exhibition (หรือที่บางคนเรียกว่า D.C. Showcase)



Playground เป็นโซนแรกสุดที่ต้อนรับผู้มาเยือน และคิดว่าเป็นโซนที่ทำให้ D.C. โดดเด่นและแตกต่างกับพื้นที่ Co-working Space อื่นๆ ที่มีอยู่ในตอนนี้ นั่นเพราะเหล่าสตาร์ทอัพและ Creator สามารถพกพาโปรเจกต์ที่กำลังพัฒนา มาทดสอบเชื่อมต่อ APIs กับ AIS Digital Platform ได้ฟรี แม้ว่าจะไม่ได้เป็นพันธมิตรกับ AIS ก็ตาม โดยทดสอบได้ทั้งระบบชำระค่าบริการ, ระบบสิทธิพิเศษ, ระบบส่งข้อความถึงลูกค้า เป็นต้น ทั้งนี้มี Device ให้ทดสอบได้กว่า 100 รุ่น

Co-working ของ D.C. ก็เป็นอีกโซนที่พิเศษ เพราะนอกจากมีพื้นที่ทำงานที่บรรยากาศอบอุ่นผ่อนคลายซึ่งออกแบบโดยดวงฤทธิ์ บุนนาค แล้ว ยังมีหนังสือและวารสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีและดีไซน์ทั้งในและต่างประเทศให้บริการมากกว่า 10,000 เล่ม ทั้งแบบรูปเล่มและดิจิทัลแพลตฟอร์ม อาจถือเป็นแหล่งหนังสือใน Co-working Space ที่ใหญ่สุดแล้วในขณะนี้

Seminar และ Workshop ถือเป็นอีกอย่างที่สร้างความโดดเด่นให้ D.C. นับตั้งแต่เปิดตัวเมื่อเดือนกรกฎาคมปีที่ผ่านมา พื้นที่ D.C. มีการจัดกิจกรรมอย่างหลากหลายตลอด โดยเป็นกิจกรรมที่ผสมผสานระหว่างเทคโนโลยี ดีไซน์ และธุรกิจ งานปลายปีล่าสุดที่ทำให้ตื่นเต้นมากๆ คืองานเวิร์กชอปบอร์ดเกม "Playing Lean Boardgame Workshop" ที่ทำให้เห็นว่า เทคโนโลยีบอร์ดเกม และแนวคิดทางธุรกิจสามารถอยู่ร่วมและต่อยอดสร้างสรรค์สิ่งที่ดีขึ้นได้

นอกจากนี้ สามพื้นที่ที่เหลืออย่าง Meeting Room, Studio, และ Exhibition ก็ตอบโจทย์ฟังก์ชันของพื้นที่ได้อย่างไม่ขาดตกบกพร่อง ขอขงจุดเด่นของโซน Studio หน่อยแล้วกัน แม้หลายๆ Co-working Space จะมีสตูดิโอไว้บริการ แต่ที่ D.C. ค่อนข้างครบครันสำหรับนักสร้างสรรค์ที่ต้องการโปรดัคชั่นระดับมืออาชีพ มีพร้อมทั้งเซตกล้องถ่ายภาพ, ชุดไฟ, ฉาก ฯลฯ คอยให้บริการ เรียกได้ว่าพร้อมให้สตาร์ทอัพและนักสร้างสรรค์ใช้บริการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ที่กำลังปลุกปั้นกันอยู่ได้ทันที ในราคาเช่าสตูดิโอ ชั่วโมงละ 500 บาท



## AIS D.C.

🏠 AIS D.C. ชั้น 5 ศูนย์การค้าเอ็มโพเรียม  
เลขที่ 622 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตัน  
เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110

📍 GPS 13.730443, 100.568308

🕒 เปิดบริการทุกวัน 10.30 - 21.00 น.

📞 +66 (0) 2029-2299

🌐 [aisdc.ais.co.th](http://aisdc.ais.co.th)

📱 [aisdesigncentre](https://www.facebook.com/aisdesigncentre)

พื้นที่ของ D.C. ถูกสร้างขึ้นโดยมีจุดหมายเพื่อให้เหล่าสตาร์ทอัพและครีเอเตอร์ได้มีคอมมูนิตีในการแลกเปลี่ยนไอเดียในการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีกว่า มันจึงเป็นพื้นที่ที่เราได้เห็นทั้งนักทดลองมืออาชีพ และเหล่าผู้เชี่ยวชาญเดินเข้ามามอบความรู้ พร้อมจุดประกายแรงบันดาลใจอย่างไม่ว่างเว้น

และสำหรับเหล่าคนที่มองหาคอมมูนิตี เพื่อที่ตัวเองจะได้เริ่มต้นอะไรๆ ที่วางแผนไว้เสียที

สถานที่แห่งนี้ อาจเป็นคำตอบของคุณก็ได้

ค่าบริการ 150 บาท/วัน ส่วนรายปีสำหรับนิสิตนักศึกษา  
คือ 600 บาท/ปี และคนทั่วไป 1,200 บาท/ปี โดยมี Wi-Fi ฟรี  
ให้บริการ



# INNOVATION DISTRICT DESIGN CONTEST

MEDICAL & HEALTH INNOVATION HUB



NIA  
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

STARTUP  
THAILAND  
NATIONAL STARTUP COMMITTEE

INNOVATION  
THAILAND

## โครงการประกวดออกแบบย่านนวัตกรรม

ต้นแบบในการออกแบบพื้นที่ย่านนวัตกรรม โดยมุ่งหวังให้ผู้เข้าร่วมโครงการที่มีความถนัดในสาขาวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบพัฒนาเมือง ร่วมกันบูรณาการองค์ความรู้ เพื่อเป็นการนำร่องให้การพัฒนาย่านนวัตกรรมมีความเด่นชัดและเป็นรูปธรรม

เงินรางวัลรวมทั้งสิ้น

# 300,000 บาท

1 ธันวาคม 2560 ถึง  
15 มกราคม 2561

12 ธันวาคม 2560 ถึง  
26 มกราคม 2561

1-10 กุมภาพันธ์ 2561

13 กุมภาพันธ์ 2561

13 กุมภาพันธ์ 2561

การรับสมัคร

การรับผลงาน

รับคะแนนโหวตจาก  
Social Network

นำเสนอผลงานในงาน  
District Summit 2018

ประกาศผลการตัดสิน  
และรับรางวัล

รายละเอียดเพิ่มเติม [www.nia.or.th/districtsummit](http://www.nia.or.th/districtsummit)