

The S T



R Y



ชีวิต • วิสัยทัศน์ • แรงแบบดิจิทัล

Digital and Business Transformation

THE STORY

ชีวิต • วิสัยทัศน์ • แรงบันดาลใจ

EP 2



The Story Thailand EP2

ชีวิต วิสัยทัศน์ แรงบันดาลใจ

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

อศินา พรวิจิตร.

The Story Thailand EP2 ชีวิต วิสัยทัศน์ แรงบันดาลใจ. กรุงเทพฯ: เดอะสตอรี่ 2565.

384 หน้า

1. ธุรกิจ - การบริหาร. I. ชื่อเรื่อง.

ISBN 978-616-93849-1-5

พิมพ์ครั้งแรก มิถุนายน 2565

เจ้าของและผู้จัดพิมพ์

บริษัท เดอะสตอรี่ จำกัด

53/78 ซอยเสียบคลองภาษีเจริญฝั่งเหนือ 20/2

ถนนเสียบคลองภาษีเจริญฝั่งเหนือ

แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพฯ 10160

www.thestorythailand.com

Email: contact@thestorythailand.com Mobile: 085-188-5599

บรรณาธิการ อศินา พรวิจิตร

ปก/รูปเล่ม UNDO STUDIO

สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติ (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) พ.ศ. 2558 โดย บริษัท เดอะสตอรี่ จำกัด

ห้ามลอกเลียนแบบส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนี้ รวมทั้งการจัดเก็บ ถ่ายทอด ไม่ว่ารูปแบบหรือวิธีการใด ๆ ด้วยกระบวนการ

ทางอิเล็กทรอนิกส์ การถ่ายภาพ การบันทึก หรือวิธีการอื่นใด โดยไม่ได้รับอนุญาต

ราคาจำหน่าย 325 บาท



ตลอดการทำงานในปีที่ 2 **The Story Thailand** ได้มีโอกาส
สัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรขนาดใหญ่ องค์กรเกิดใหม่ที่เติบโตเร็ว
รวมถึงสตาร์ทอัพหลากหลาย ได้รับแรงบันดาลใจ มุมมองความคิด
วิสัยทัศน์ และพลังชีวิต ที่อยากจะแบ่งปันพลังนี้ให้กับผู้อ่าน จึง
รวบรวม 21 สุดยอดบทสัมภาษณ์มาไว้ในที่เดียว เพื่อส่งต่อแนวคิด
พลัง และแรงบันดาลใจ ในการไปลุยกับชีวิตที่ถูกดิสรัปจากทุกทิศ
ทุกทางได้อย่างสนุกสนานและมีพลัง

ขอขอบคุณจากใจ

The Story Thailand

www.thestorythailand.com

Visionary

กระทิง-เรืองโรจน์ พูนผล	8
เมื่อการศึกษา เปลี่ยนชีวิต จึงใช้ชีวิต เพื่อเปลี่ยนการศึกษา	
ดร.ณรงค์ ศิริเลิศวรกุล	30
6 ปี บนเส้นทางบริหาร กับการทิ้งที่ท้าทายของ สวทช.	
จิราพร ทาวสวัสดิ	50
พันธกิจขับเคลื่อน “โออาร์” ด้วยแนวคิด Inclusive Growth	
สัญชัย ปอปสี	68
“คริปโตมายด์” ช่วยเปิดประตู สู่การเข้าถึงสินทรัพย์ดิจิทัล	
ศุภชัย ปาจริยานนท์	88
คุณหมอ “นักเร่งสปีด” ขับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรม	

Brain Reverse

ดร.พนชิต กิตติปัญญางาม	108
สร้าง Ztrus เป็น Deep Tech ไทย ไปลุยตลาดโลก	
ดร.ต้า-วิโรจน์ จิรพัฒน์กุล	126
“เรือจ้าง” ยุคดิจิทัล ในนาม Skooldio	
ดร.กัฒพงศ์ พงศ์ภาวรมล	142
เทคสตาร์ทอัพแห่ง KBTG ผู้ฝันสร้าง Impact ให้ประเทศ	
ดร.จิรวัฒน์ ตั้งปณิธานนท์	158
ผู้หลงรัก Fundamental Truth และ Quantum เปลี่ยนโลก	

Good to Great

ทือป จิรายุส แห่ง Bitkub	176
บนเส้นทางสู่ ยูนิคอร์น ของคนธรรมดา ที่ไม่ธรรมดา	
ไพท ผนุงถิ่น	196
สตาร์ทอัพรุ่นบุกเบิก ผู้เป็น “แมลงสาบ” ไม่ใช่ “ยูนิคอร์น”	
ตราวุทธิ์ เหลืองสมบูรณ์	214
พันธกิจ “จิตตะ” กับบทบาท “เข็มทิศ” ของการลงทุน	
ปัญญาพล ศรีตั้งศิริกุล	234
นำเทคโนโลยี สร้างประสบการณ์ ที่ดีที่สุดของลูกค้า	
พชร อารยะการกุล	252
ภารกิจนำบริษัท ที่ปรึกษาไทยไปสู่สากล	
เมธาวี ทัศนาศาสตร์กิจ	268
ผู้ขับเคลื่อนเทคโนโลยี AI ด้วยพลังคนพิการ	

Women in Tech

พรทิพย์ กองชุน	290
ผู้หญิงแกร่งแห่งวงการ เทคโนโลยี	
มนิรัตน์ อนุโลมสมบัติ	306
อยากทำให้ ชีวิตคนไทยดีขึ้นด้วยเทคโนโลยี	
จันทนาธิษฏ์ ทือแก้ว	324
จากลมใต้ปีกสู่แถวหน้า เพื่อขับเคลื่อนการศึกษาไทย	
สุวิตา จริญญาวงศ์	340
หญิงแกร่งแห่ง Tellscore	
ผู้บริหาร เครือข่ายอินฟลูเอนเซอร์มือหนึ่งของไทย	
อรอุมา ฤกษ์พัฒนาพิพัฒน์	354
พันธกิจ “ธุรกิจ” กับ “ความยั่งยืน” ของ ดีแทค	
แจ๊คกี้ หวาง	368
กับพันธกิจของ Google ประเทศไทย	

PART

Visionary

ONE



CHAPTER



01

กระต๊อง-เรื่องโรจน์ พูนผล

เมื่อการศึกษาเปลี่ยนชีวิต
จึงใช้ชีวิตเพื่อเปลี่ยนการศึกษา

คนทำงานแวดวงเทคโนโลยีรู้จักเขาในฐานะ **“เจ้าพ่อสตาร์ทอัพของเมืองไทย”** ผู้จุดประกายแนวคิดการทำธุรกิจแบบ Tech Startup อย่างจริงจังเมื่อสิบปีก่อน จนก่อเกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ที่อาศัยเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสร้างธุรกิจจำนวนมาก



ในวันนี้แม้เขาจะสวมบทบาทผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเทคโนโลยีในเครือธนาคารกสิกรไทย แต่อีกส่วนของชีวิตยังคงทุ่มแรงขับเคลื่อนสตาร์ทอัพต่อไป โดยเฉพาะผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา หรือ EdTech เพราะเขามีความเชื่ออย่างแรงกล้าว่าการศึกษาสามารถเปลี่ยนชีวิตคน เปลี่ยนแปลงประเทศ และเปลี่ยนโลกได้

“ผมมีวันนี้ได้เพราะการศึกษาและการเรียนรู้”

เรื่องโรจน์ พูนผล หรือ “กระทิง” ประธานกสิกร บิสรเทคโนโลยีสกุล หรือ KBTG กล่าวกับ The Story Thailand ว่านี่เป็นที่มาที่ทำให้ตลอดเส้นทางการทำงานของเขาไม่ว่าจะอยู่ในบทบาทไหนล้วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาแทบทั้งสิ้น การศึกษาในที่นี้ ไม่ใช่เพียงการศึกษาในห้องเรียน แต่เป็นการศึกษาที่ต้องเรียนรู้ตลอดชีวิต

ปลุกสตาร์ทอัพ สร้างโอกาสใหม่ประเทศไทย

กระทิงเล่าว่าหลังจากทำงานที่ Google สำนักงานใหญ่ในซิลิคอนวัลเลย์ ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นเวลา 6-7 ปี เขากลับมาประเทศไทยพร้อมกับความฝันที่จะสร้างอุตสาหกรรมใหม่ให้กับประเทศผ่านการสร้างผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ด้วยความเชื่อว่าจะเป็นเครื่องจักรเศรษฐกิจตัวใหม่ โดยนำประสบการณ์และคอนเนกชันจากแหล่งธุรกิจเทคโนโลยีระดับโลกมาสร้างโอกาสให้คนไทย

เขามี alumni ระดับท็อปของสตาร์ทอัพในไทยมากมาย ทำให้ได้รับการขนานนามว่า **“เจ้าพ่อสตาร์ทอัพของเมืองไทย”**

เขาพยายามสร้างระบบนิเวศให้เกิดสตาร์ทอัพขึ้นโดยเริ่มต้นจากจัดคลาสเล็ก ๆ ให้ความรู้เกี่ยวกับการทำสตาร์ทอัพ ภายใต้ชื่อ Disrupt University ค้นหาคนที่อยากทำสตาร์ทอัพมาเข้าห้องเรียน และลงแรงสอนด้วยตัวเองเป็นหลัก จนกระทั่งมีหน่ออ่อนของสตาร์ทอัพเกิดขึ้นจำนวนหนึ่ง ซึ่งต้องการเงินทุนและแรงสนับสนุนให้สามารถเติบโตต่อไปได้ จึงริเริ่มทำ dtac accelerate ในปี 2012 เป็นโครงการบ่มเพาะ

สตาร์ทอัพระดับเริ่มต้น โดยมีเงินลงทุนตั้งต้นจากดีแทคสนับสนุนเพื่อให้ความรู้และกระตุ้นให้คนไทยลุกขึ้นมาสร้างนวัตกรรม

กระทรวงบริหารโครงการ dtac accelerate ได้เกือบ 2 ปี ก่อนส่งไม้ต่อให้ สมโภชน์ จันทรสมบุญณ์ ซึ่งดำเนินการต่อมาจนถึงปี 2020 โครงการนี้ก็ปิดตัวลง แต่ผลจากการลงทุนลงแรงเป็นเวลา 7 ปี ได้สร้างผลงานในการบ่มเพาะสตาร์ทอัพมากกว่า 60 บริษัท มีมูลค่ารวม 227 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ระดมทุนไปได้แล้วกว่า 36 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ มีอัตราความสำเร็จถึง 70 เปอร์เซ็นต์

ในระหว่างที่สตาร์ทอัพเหล่านี้เติบโตขึ้นและต้องการเงินลงทุนที่มากขึ้น กระทรวงเข้ามาสนับสนุนด้วยการจัดตั้งกองทุน 500 TukTuks เพื่อลงทุนในสตาร์ทอัพที่มีศักยภาพให้เติบโตต่อไป 500 TukTuks I เป็นเงินทุนกองแรก เริ่มในปี 2015 ลงทุนในสตาร์ทอัพจำนวน 50 บริษัท หลังจากนั้น 3 ปี เขาเปิด 500 TukTuks II กองทุนรอบที่สองในปี 2018 โดยไม่จำกัดเฉพาะสตาร์ทอัพทางเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ขยายฐานไปถึงธุรกิจอื่น ๆ ทั้งท่องเที่ยว อสังหาริมทรัพย์ พลังงาน อาหาร และการเกษตรด้วย

การเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงสำคัญในการผลักดันและสนับสนุนทั้งความรู้และการลงทุนให้เกิดผู้ประกอบการสตาร์ทอัพจำนวนมาก จนมี alumni ระดับท็อปของสตาร์ทอัพในไทยมากมาย ทำให้ได้รับการขนานนามว่า “เจ้าพ่อสตาร์ทอัพของเมืองไทย”

ผลักดันสตาร์ทอัพขับเคลื่อนการศึกษา

“ผมเป็นหนึ่งในคณะกรรมการชุดหมายที่ 12 ที่เขียนนโยบายการศึกษาเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการเข้าไปมีส่วนร่วมในระดับ

นโยบายในการสร้างระบบนิเวศ EdTech และทำงานร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งสพฐ. กยศ. กสศ. และกระทรวงศึกษาธิการเพื่อสร้าง PPP และความร่วมมือกับภาครัฐทั่วประเทศ ในขณะเดียวกันก็ใช้ KBTG ขับเคลื่อนสร้างระบบนิเวศเทคโนโลยี เข้าไปช่วย reskill อาจารย์ในมหาวิทยาลัยและช่วยปรับปรุงหลักสูตร สิ่งที่ทำแต่ละ value chain ทั้งหมดของการศึกษาของประเทศไทยตั้งแต่ระดับเด็กอนุบาล ประถม มัธยม มหาวิทยาลัย จนถึงวัยทำงาน”

เขาใช้ศักยภาพและจุดแข็งในเรื่องสตาร์ทอัพขับเคลื่อนการศึกษาด้วยการจัดการประชุมด้านการศึกษารั้งแรกในชื่อ Education Disruption Conference โดยเชิญ speaker ระดับโลกจากวงการการศึกษา และบริษัทเทคโนโลยีมาให้ความรู้เพื่อสร้างระบบนิเวศด้านการศึกษาและสตาร์ทอัพ EdTech

*Vulcan Coalition เป็นสตาร์ทอัพที่เขาภูมิใจมาก
“นี่คือสิ่งที่เปลี่ยนแปลงประเทศและมอบโอกาสให้กับคนจริง ๆ”*

จากนั้นต่อยอดด้วยการจัดงาน Hackathon ด้านการศึกษา โดยจัดเป็นธีมเพื่อปฏิวัติการศึกษา 6 ธีม อาทิ การศึกษาของเด็ก การ reskill และ professional reskill เป็นต้น มีสตาร์ทอัพด้านเทคโนโลยีการศึกษา หรือ EdTech มีนักลงทุนการศึกษา คุณครู คุณหมอ คนในแวดวงการศึกษาจะมาทำ Hackathon ร่วมกัน

ต่อด้วยจัดโครงการบ่มเพาะและเร่งเครื่องผู้ประกอบการด้านการศึกษาที่ชื่อ StormBreaker Venture ซึ่งปัจจุบันลงทุนใน EdTech และ education social venture ไปแล้วทั้งหมด 17 บริษัท จากทั้งหมด 4 Batch สิ่งที่เขาทำคือ การสร้างสตาร์ทอัพและนำสตาร์ทอัพมาช่วย



คุณพ่อ
อดข้าว
เก็บเงินเพื่อซื้อ
หนังสือให้ผม
การเกิดมา
ในครอบครัว
ที่ให้ความสำคัญ
กับการศึกษานั้น
สำคัญมาก



เรื่องโจจน์ พูนผล



การศึกษา เรียกว่าได้ทำในสิ่งที่รักและสิ่งที่ยากทำในเวลาเดียวกัน

ผลงานเด่นอาทิ Vonder ทำแพลตฟอร์มให้บริการ micro-learning ด้วยเนื้อหาสั้นเหมือนการเล่นเกมในรูปแบบ Gamification ที่ให้ทั้งความรู้และความสนุกสนานไปพร้อมกัน ซึ่งมีการเติบโตอย่างรวดเร็วจนปัจจุบันมีผู้ใช้งานจำนวนนับล้านคน และ Vulcan Coalition สตาร์ทอัพที่เพิ่มทักษะใหม่แก่ผู้พิการทางสายตาเพื่อนำมาเป็น AI trainer ซึ่งเป็นแรงงานที่ไทยและประเทศต่าง ๆ ขาดแคลน โดย Vulcan ตั้งเป้าจะสร้าง AI trainer ให้ได้ 5,000 คน

กระทิ้งบอกว่า Vulcan Coalition เป็นสตาร์ทอัพที่เขาภูมิใจมาก “นี่คือสิ่งที่เปลี่ยนประเทศและมอบโอกาสให้กับคนจริง ๆ”

นอกจากนี้ เขายังร่วมมือกับกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.) จัด Hackathon ในปี 2020 และจัด Mini Hackathon กับกระทรวงศึกษาธิการ โดยมีสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) มาร่วมเป็นแม่งาน โดยมี Disrupt Technology Venture ออกแบบงาน ด้วยหลักการ PPP (public-private-partnership) มาช่วยกันทำโซลูชันแก้ปัญหาด้านการเรียนของเด็กในช่วงโควิด และต่อยอดนำไปใช้ในโรงเรียนสังกัด สพฐ. ทั่วประเทศ

ไม่เพียงขับเคลื่อนการศึกษาในระบบ เขายังสร้างหลักสูตร CXO (Chief Exponential Officer) ขึ้นมาเป็นหลักสูตรสำหรับผู้บริหารระดับสูงที่ต้องการ transform ตนเองและองค์กรให้เป็น Exponential Organization เพื่อการอยู่รอดในยุคของ Continuous Disruption

นำ KBTG สร้างคนร่วมกับสถาบันการศึกษา

กระทิ้งไม่ได้หยุดเพียงบทบาทการสร้างแหล่งบ่มเพาะและสนับสนุน

ผู้ประกอบการใหม่แบบสตาร์ทอัพเท่านั้น เขายังขยับบทบาทตัวเองไปสู่การบ่มเพาะในองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรธุรกิจชั้นนำของไทยด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เมื่อเข้ารับตำแหน่งประธาน บริษัท กลสิกร บิซิเนส-เทคโนโลยี กรุ๊ป (KBTG) ในปี 2019 โดยทำหน้าที่เป็นลมใต้ปีกให้ธนาคารกลสิกรไทยบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจเป็นธนาคารดิจิทัลที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย และพา KBTG ไปสู่เป้าหมายเป็นบริษัทเทคโนโลยีที่ดีที่สุดในภูมิภาค

การเพิ่มบทบาทสู่การบ่มเพาะและผลักดันองค์กรที่มีพนักงานกว่า 1,300 คน ซึ่งมีทั้งเงินทุนและโมเดลธุรกิจที่เข้มแข็งดูเหมือนเป็นโจทย์ที่แตกต่างกันราวฟ้ากับดิน แต่เขากลับมีคำตอบที่น่าสนใจว่า “มันเหมือน *การทำ Big Startup*”

รูปแบบการทำงานภายใต้กรอบที่แตกต่างกัน แต่มีโจทย์ที่เหมือนกันคือการสร้างนวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนประเทศไปสู่เศรษฐกิจดิจิทัล เพียงแต่การเคลื่อนตัวของสตาร์ทอัพขนาดใหญ่แบบ KBTG “สร้างแรงกระเพื่อมในระดับประเทศได้มากกว่า”

เขาตระหนักดีว่าจะเป็นบริษัทเทคโนโลยีที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งในโลกนั้นต้องอาศัย “คน” เป็นปัจจัยสำคัญ จึงมุ่งมั่นที่จะสร้าง “คน” ทั้งจากภายในองค์กรตนเองและผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรทั้งหน่วยงานรัฐและสถาบันการศึกษา

การตอบสนองความต้องการภายในองค์กร เริ่มตั้งแต่ KBTG Inspire โครงการค้นหาและผลักดัน Tech Talent เข้าสู่ KBTG ซึ่งเป็นกิจกรรม mini bootcamp ที่นำคนมาเรียนออนไลน์กับพนักงาน KBTG จัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง

ส่วนภายนอกทำโครงการ KBTG Tech Kampus ร่วมมือกับ



เป้าหมายของพวกเรา
และ KBTG
กับสิ่งที่ประเทศไทย
และภูมิภาคนี้ขาด
มันสอดคล้องกัน
เป็นสิ่งที่ผมพยายาม
จะทำใน 3 ปี
ข้างหน้า

องค์การภาครัฐ คือ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) สมาคมปัญญาประดิษฐ์ประเทศไทย และมหาวิทยาลัย 7 แห่ง ช่วยพัฒนาหลักสูตรในสาขา data science และ AI รวมทั้งส่งบุคลากรที่เชี่ยวชาญด้านไอทีไปเป็นอาจารย์พิเศษ ตลอดจนร่วมทำ Deep Collaboration ทั้งเรื่องงานวิจัยและการศึกษา

การศึกษาพลิกชีวิตทั้งหมด ทำให้ผมมาถึงตรงนี้
ผมมาด้วยการศึกษาล้วน ๆ ผมจึงเชื่อว่าการศึกษาเปลี่ยนชีวิตคน
และจะเปลี่ยนอนาคตของประเทศ

นอกจากนี้ ยังขยายความร่วมมือระหว่าง KBTG กับมหาวิทยาลัย สแตนฟอร์ด สหรัฐอเมริกา นำความรู้ design thinking และวิธีการสอน จาก Stanford Design School และ Stanford Education School มาถ่ายทอดสู่อาจารย์ในมหาวิทยาลัยของไทย

และยังเข้าร่วมเป็นสมาชิก MIT Media Lab หนึ่งในห้องปฏิบัติการวิจัยที่ทันสมัยที่สุดในโลก ของสถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ (MIT) สหรัฐอเมริกา เพื่อดำเนินการวิจัยเทคโนโลยีล้ำยุคที่อยู่ในความสนใจร่วมกัน แลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการระหว่างกัน และยังทำให้นักวิจัยของทั้งสองฝ่ายได้ร่วมทำงานวิจัยที่ก้าวหน้าเพื่อแก้ไขปัญหาที่สำคัญต่าง ๆ ในระดับประเทศ โดย KBTG เป็นบริษัทไทยแห่งแรกที่จะส่งนักวิจัยไปทำงานที่ห้องปฏิบัติการวิจัยของ MIT

สิ่งที่เขาทำทั้งหมดนับตั้งแต่การสร้างระบบนิเวศสตาร์ทอัพด้านการศึกษา การบ่มเพาะ การลงทุน การสร้างความร่วมมือแบบ PPP และการขับเคลื่อนผ่านองค์กรที่ตัวเองทำงานล้วนมีจุดมุ่งหมายร่วมหนึ่งเดียว คือ การผลักดันเรื่องการศึกษา

แบบอย่างผู้นำแห่งการเรียนรู้

ความหลงใหลในการเรียนรู้ของกระทิง ไม่ได้สะท้อนออกมาแค่ในงานที่เขาทำ ยังสะท้อนในมิติอื่น ๆ ของชีวิต เขาเป็นซีอีโอที่เติมความรู้ให้ตัวเองสม่ำเสมอ ลงเรียนคอร์สออนไลน์ตลอดเวลา อ่านหนังสือจำนวนมาก ตลอดปี 2021 ที่ผ่านมา เขาอ่านหนังสือมากกว่า 100 เล่ม ทั้งที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับงานโดยตรงและไม่เกี่ยวข้อง

“ผมอ่านหนังสือสถาปัตยกรรมช่วยเพิ่มมุมมองความคิด ซึ่งหลายอย่างนำมาใช้กับงานได้ เป็นการเชื่อมต่อจุด ถ้าเรามีหลายจุดก็สามารถต่อเชื่อมได้หลากหลายมากขึ้น”

เขาเชื่อว่าในอนาคตใครมีความรู้ศาสตร์เดียวจะทำงานลำบาก จำเป็นต้องรู้หลายศาสตร์ ต้องมีทักษะเป็นรูปตัว Y และ X คือ ต้องรู้ลึก 1 เรื่อง และรู้ลดหลั่นลงไปหลาย ๆ เรื่อง โดยมีความสามารถในการเชื่อมโยงระหว่างศาสตร์ต่าง ๆ ได้ด้วย

เขาเห็นว่าการเรียนรู้มีหลายรูปแบบ ขึ้นกับความชอบและความถนัดของแต่ละคน สำหรับคนที่พกหนังสือติดตัวตลอดเวลาแบบเขา การอ่านหนังสือเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด “การอ่านหนังสือเป็นการพักผ่อนที่ดีที่สุด โดยเฉพาะเมื่อเรารู้สึกจมดิ่งเข้าไปในหนังสือนั้น”

ในฐานะผู้นำองค์กรที่ชอบการเรียนรู้ บุคลิกขององค์กรก็เหมือนบุคลิกของเขา KBTG เป็นองค์กรที่มีวัฒนธรรมการเรียนรู้สูง ที่นี้มีคอร์สพัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ มากมายให้พนักงานได้เรียนรู้ และยังมีนโยบายส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้จากคอร์สภายนอกด้วยการสนับสนุนทั้งงบประมาณและเวลา

ทุกวันนี้เขาทุ่มเททั้งเวลาและความสามารถในการบริหารฟอรัมองค์กรแห่งนี้ให้พัฒนาสู่องค์กรระดับภูมิภาคเพื่อแสดงให้เห็นว่า

ประเทศไทยสามารถสร้างบริษัทเทคโนโลยีระดับต้น ๆ ของภูมิภาคได้ เพราะมองว่าเป้าหมายองค์กร เป้าหมายประเทศ และเป้าหมายส่วนตัวของเขาเชื่อมโยงกัน

“ผมคิดว่ามันไปด้วยกันระหว่างเป้าหมายของผมและ KBTG กับสิ่งที่ประเทศไทยและภูมิภาคนี้ขาด มันสอดคล้องกัน เป็นสิ่งที่ผมพยายามจะทำใน 3 ปีข้างหน้า (2023-2025) หลังจาก 3 ปีค่อยมาว่ากันใหม่”

การศึกษาเปลี่ยนชีวิต “จากดินสู่ดาว”

“กระทิง” เป็นชื่อเล่นที่คุณแม่ตั้งให้ด้วยหวังให้เขาเติบโตแข็งแกร่ง ใจสู้เหมือนกระทิง เพราะตอนเด็กเขามีร่างกายไม่แข็งแรง

เขาเล่าว่าเป็นคนกำเเพงเพชร เกิดและเติบโตมาในครอบครัวของข้าราชการที่คุณพ่อต้องเดินทางไปทำงานในจังหวัดต่าง ๆ ทำให้กระทิงต้องย้ายโรงเรียนบ่อย จึงไม่ค่อยมีเพื่อน ทำให้กลายเป็นคนที่ขาดความมั่นใจในตัวเอง แต่สิ่งหนึ่งที่กระทิงได้รับจากครอบครัวอย่างเหลือเฟือคือความรู้

คุณพ่อมักจะซื้อหนังสือมาให้เขาอ่านอยู่เสมอ ทั้งสารานุกรมฉบับการ์ตูน ประวัติบุคคลสำคัญฉบับการ์ตูน โดยเฉพาะหนังสือสารานุกรมสำหรับเยาวชนราคาชุดละ 3,000 บาท ซึ่งเมื่อ 30 ปีก่อนถือว่าราคาสูงมากสำหรับชีวิตชาวบ้านต่างจังหวัดธรรมดา ๆ ครอบครัวหนึ่ง

“คุณพ่อดูดข้าวเก็บเงินเพื่อซื้อหนังสือให้ผม การเกิดมาในครอบครัวที่ให้ความสำคัญกับการศึกษานั้นสำคัญมาก”

กระทิงย้อนความหลังในวัยเด็ก โดยเล่าว่าประสบการณ์ล้ำค่าอีกอย่างที่ได้รับจากคุณครูจันทร สุวรรณรัตน์ ที่โรงเรียนประถม ช่วยสร้าง

ความมั่นใจและความรักในการเรียนรู้ในตัวเอง จากการสังเกตเห็นว่าเขามีความสามารถในการออกเสียงภาษาไทยชัดเจน จึงทุ่มเทฝึกการอ่านร้อยแก้วให้ทุกวันในห้องพักครู และส่งเข้าประกวดการอ่านร้อยแก้วระดับจังหวัด จนได้รับรางวัลที่ 2

“ความเมตตาของคุณครูทำให้ผมเกิดความมั่นใจในตัวเองว่าสามารถทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งสำเร็จได้”

จากบันไดขั้นแรกสู่บันไดขั้นถัดมา เมื่อคุณครูเช่นชนก ชิตชอบส่งเขาเข้าประกวดคิดเลขเร็วและชนะเลิศในระดับจังหวัด ทำให้เขาเกิดความมั่นใจในตัวเอง และเริ่มมองหาสิ่งที่รัก คุณครูยังส่งเสริมให้เขารักวิชาวิทยาศาสตร์เป็นบันไดก้าวที่สำคัญที่สุดที่เปลี่ยนชีวิตของเด็กต่างจังหวัดคนหนึ่งให้มาเดินในเส้นทางที่จะกลายมาเป็นคนที่มียุทธศาสตร์สำคัญในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีของไทย

เขาบอกว่า ถ้าฟังความมั่นใจและความรักไม่เพียงพอ จะประสบความสำเร็จได้ต้องลงมือทำและมีวินัย ช่วงเรียนมัธยมเขาตั้งเป้าว่าจะสอบโอลิมปิกให้ได้ ยอมตื่นตี 4 ทุกวันเพื่ออ่านหนังสือเป็นเวลา 6 ปี แบบไม่เคยมีวันหยุด จนได้เหรียญทองฟิสิกส์โอลิมปิก และเหรียญ





● ●

ความล้มเหลว
เป็นเส้นทางที่ต้องเดินผ่าน
เป็นแค่จุดแวะ
ระหว่างทางให้เรียนรู้
เป็นความลำบาก
ที่เกิดขึ้นเป็นลำดับ ๆ ไป
ตลอดเส้นทาง
ของความสำเร็จ

● ●

ทองแดงคณิตโอลิมปิก และได้ที่ 1 ของภาคเหนือและที่ 3 ของประเทศ ในการสอบแข่งขันคณิตศาสตร์

จากนั้นเข้าศึกษาปริญญาตรีคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สาขาวิศวกรรมไฟฟ้า และปริญญาโทด้านการตลาดภาคภาษาอังกฤษ (MIM) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เข้าทำงานที่บริษัท P&G เป็นเวลา 6 ปี ก่อนบินไปเรียนต่อที่ประเทศสหรัฐอเมริกา จนจบปริญญาโท MBA จากมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) แห่งการศึกษาชั้นนำที่สร้างนักธุรกิจเจ้าของบริษัทด้านเทคโนโลยีชื่อดังของโลกมากมาย เรียนจบแล้วเขาเลือกทำงานกับ Google ในตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายการตลาด

“เริ่มจากตรงนั้น การศึกษาพลิกชีวิตทั้งหมด ทำให้ผมมาถึงตรงนี้ ผมมาด้วยการศึกษาล้วน ๆ ผมจึงเชื่อว่าการศึกษาเปลี่ยนชีวิตคนและจะเปลี่ยนอนาคตของประเทศ”

จึงไม่แปลกใจเลยที่จะเห็นว่าทุกงานที่ผู้ชายคนนี้ลงมือทำล้วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาทั้งสิ้น เพราะเขาเชื่ออย่างสุดหัวใจว่า การศึกษาจะเปลี่ยนอนาคตของคนได้ และการศึกษาจะเปลี่ยนอนาคตของประเทศไทยได้

ฝันใหญ่แต่ต้องรู้จักจังหวะของชีวิต

เชื่อว่าภายนอกที่ทุกคนเห็นคือภาพความสำเร็จของผู้ชายชื่อ กระทิง แต่ภายใต้ความสำเร็จนั้นเขาบอกว่า มีซากปรักหักพังของความล้มเหลวที่นับไม่ถ้วน เขายอมรับว่าชีวิตที่ผ่านมาประสบความล้มเหลวมากจนจำไม่ได้ว่ามีเรื่องอะไรบ้าง

กระทิงบอกว่า เขาเดินผ่านความล้มเหลวมาได้เพราะเขาใช้ความล้มเหลวเป็นบทเรียน *“เรียนรู้และไปต่อ”* เขาเรียกมันว่า ความสามารถ

ในการรับมือกับความล้มเหลว หากฝึกไว้ดีจะไม่รู้สึกเป็นทุกข์มาก

“ความล้มเหลวเป็นเส้นทางที่ต้องเดินผ่าน เป็นแค่จุดแวะระหว่างทางให้เรียนรู้ เป็นความลำบากที่เกิดขึ้นเป็นลำดับ ๆ ไปตลอดเส้นทางของความสำเร็จ”

เขาเล่าว่า ตอนทำงานอยู่ดีแทคเขาเคยเปิดตัวแพลตฟอร์มอ่านหนังสือเพื่อแข่งกับเอไอเอสและทู แต่ล้มเหลวจนวันนี้เขาเองก็จำชื่อแพลตฟอร์มนั้นไม่ได้ สมัยอยู่ Google ดูผลผลิตภัณฑ์หลายตัวโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับโซเชียลเน็ตเวิร์กล้วนล้มเหลว แต่ความล้มเหลวที่เขาบอกว่าเสียหน้ามากที่สุดครั้งหนึ่งในชีวิต คือ เหตุการณ์วันที่ KPLUS แดงเปิดวิสัยทัศน์ของเขาต่อหน้านักข่าวราว 40 คน

“ระบบมันล่มหลังจากที่ผมตอบคำถามนักข่าวว่า KPLUS จะไม่ล่มอีกอย่างแน่นอน” เขาบอกว่าหากมองในแง่เสียหน้าครั้งนั้นหนักสุด

นอกจากความสามารถในการจัดการกับความรู้จักตอนล้มเหลวได้ดีแล้ว เขาบอกว่าความสามารถในการจัดการกับความรู้จักตอนประสบความสำเร็จก็สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน เพราะความสำเร็จอาจทำให้ลืมหองและอหังกา สิ่งสำคัญคือต้องมีสติตระหนักรู้

เขายืนยันว่าชีวิตทั้งหมดที่ผ่านมาเป็นเรื่องของการพัฒนาตัวเอง เพราะเขาไม่ใช่คนเก่ง แต่เป็นเรื่องของความพยายามมากกว่า ถ้าเก่งจริงเขาคงไม่ต้องใช้ความพยายามมากขนาดนี้

“ผมจึงมักสู้แบบมวयरอง หรือ underdog เสมอมา บางครั้งการสู้แบบ underdog จะให้ความรู้สึกว่าคุณเป็นคนแพ่เสมอ แต่ถ้ารู้ว่าคุณทำอะไรเพื่ออะไร มีความหมายและยิ่งใหญ่กับเรา เราจะสู้กับมันได้เรื่อย ๆ แม้กระทั่งความล้มเหลวก็จะเป็นเรื่องเล็ก เหมือนสะดุดก้อนหินตอนวิ่ง แต่เส้นชัยก็ยังรออยู่ตรงหน้า เราวิ่งต่อสิ”

เมื่อถามถึงสิ่งที่เขาคิดว่าพลาดที่สุดในชีวิตคืออะไร คำตอบที่ได้

“การไม่รู้จักรั้วจ้งหะผ่นของชีวิต” การไม่มีจ้งหะผ่นของชีวิตที่ทำให้เขาเสียใจมากที่สุดคือ ตอนที่คุณพ่อเสียชีวิต เพราะเขามุ่งโฟกัสที่งาน เป็นเรื่องใหญ่ ทำให้เขาไม่สามารถไปหาท่านได้ทันที

“ตอนนั้นโฟกัสที่ต้องทำงานตรงนั้นให้จบเพราะเป็นงานที่สำคัญ และอยากทำให้งานเสร็จ สมกับที่พ่อภูมิใจมากที่เราได้ทำงานกับ KBANK”

การตัดสินใจอยู่ทำงานต่อให้จบค่อยไปงานศพคุณพ่อในวันรุ่งขึ้น โดยไม่เชื่อใจให้ทีมงานดูแลงานแทน เขาบอกว่าเป็นเหตุการณ์ที่ทำให้เขาเสียใจมาก ต้องใช้เวลาานมากกว่าจะเยียวยาความเสียใจที่ยิ่งใหญ่ของชีวิตขนาดนี้

เหตุการณ์ครั้งนี้เป็นบทเรียนสอนให้เขาตระหนักว่า บางครั้งต้องรู้จักผ่นจ้งหะชีวิต จะโฟกัสที่ความผ่นส่วนตัวอย่างเดียวไม่ได้ จะต้องมองคนรอบข้าง มองครอบครัว เขาจึงบอกกับทีมงานที่ KBTG เสมอว่า “ชัยชนะไม่มีความหมายเลยถ้าคุณไปฉลองชัยชนะนั้นคนเดียว”

ถึงวันนี้เป้าหมายหลายอย่างของเขาจะบรรลุแล้ว แต่ทุกครั้งที่เข้าใจความสำเร็จตามเป้าหมาย เขาจะขยับเป้าหมายออกไป เขาเชื่อว่าทำแบบนี้ “ชีวิตจึงจะมีความหมายและสนุก” ทุกวันนี้ตัวเขาจะมีความผ่นใหญ่ขึ้นไปเรื่อย ๆ เป็นความผ่นที่ไม่มีวันจบ

กระทั่งกล่าวกับ The Story Thailand อย่างจริงจังว่า ด้วยพลังสมอง พลังกาย และพลังใจที่มี เขาตั้งใจจะทุ่มเทเพื่อเปลี่ยนประเทศไทยด้วยการศึกษาผ่านการทำงานทุกงานที่เขามีส่วนร่วม ไม่ว่าจะในบทบาทอะไร

ความตั้งใจอันแรงกล้าของเขาทำให้นึกถึงคำสอนประจำมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ดที่ว่า *When we say change lives, change organizations and change the world. You first have to start by changing yourself.*



CHAPTER



02

ดร.ณรงค์ ศิริเลิศวรกุล

6 ปี บนเส้นทางการบริหาร
กับภารกิจที่ท้าทายของ สวทช.

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2534 ตาม พ.ร.บ. พัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พ.ศ. 2534 เป็นหน่วยงานในกำกับของกระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการพลังงาน ปัจจุบันเปลี่ยนเป็น “กระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม”



ถือเป็นหน่วยงานรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยมีในประเทศไทย ไม่ใช่ส่วนราชการ ไม่ใช่รัฐวิสาหกิจ แต่เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการทำงาน และมีความเป็นอิสระในการบริหารจัดการ ซึ่งในขณะนั้นยังไม่มี การส่งเสริมด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างจริงจัง ดังนั้น สวทช. จึงจัดตั้งขึ้นโดยมีภารกิจและเป้าหมายที่

สำคัญในการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาเป็นกลไกหนึ่งที่สำคัญของการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ

พันธกิจหลัก 4 เรื่อง

1. การวิจัยและพัฒนา รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการวิจัยและพัฒนา การให้ทุนอุดหนุนในมหาวิทยาลัย (ในยุคนี้ก็ยังทำวิจัยได้อย่างจำกัด)
 2. การนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการวิจัย ทั้งส่วนที่สวทช.วิจัยเอง ส่วนที่มาจากต่างประเทศ ส่วนที่มาจากมหาวิทยาลัย ไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์
 3. การพัฒนากำลังคน ซึ่งเป็นดัชนีชี้วัดที่สำคัญเรื่องความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ว่ามีนักวิจัยต่อประชากรเท่าใด ต้องเพิ่มจำนวนนักวิจัย เพราะหากเพิ่มจำนวนนักวิจัยไม่ได้ ไม่ว่าจะถึงขนาดเท่าใดจะไม่มีคนขับเคลื่อนงบประมาณนั้นไปสู่การวิจัยและใช้ประโยชน์
 4. โครงสร้างพื้นฐาน ตั้งแต่การปรับแก้กฎหมายที่เกี่ยวข้อง การจัดการตั้งอุทยานวิทยาศาสตร์ (นิคมวิจัย นำคนที่ทำวิจัยมาอยู่รวมกัน เพื่อให้เกิดระบบนิเวศ) เป็นอุทยานวิทยาศาสตร์แห่งแรกของประเทศไทย ตั้งมา 20 ปี และทำให้เกิดอุทยานวิทยาศาสตร์ภูมิภาคกระจายอยู่ทั่วประเทศ 4-5 แห่ง รวมถึงอุทยานเครือข่ายอีก 20 กว่าแห่งกระจายทั่วประเทศ
- เป็นเวลากว่า 25 ปีของ สวทช. ก่อนที่ ดร.ณรงค์ ศิริเลิศวรกุล จะก้าวสู่ตำแหน่ง ผู้อำนวยการ สวทช. สองสมัย ตั้งแต่วันที่ 27 สิงหาคม 2559 ถึงวันที่ 26 สิงหาคม 2565
- ดร.ณรงค์ เริ่มงานกับ สวทช. ในฐานะนักวิจัย ตั้งแต่ปี 2536 หลัง สวทช. ตั้งแล้วปีครึ่ง หลังจากนั้นมีโอกาสดูแลเรื่องทุนอุดหนุนการวิจัย

ในศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ ทำให้เห็นบริบทของการวิจัยในมหาวิทยาลัยและความพร้อมของอาจารย์ และได้มีโอกาสทำงานระบบคุณภาพสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ สมัยนั้นมีเรื่อง ISO9000 เข้ามาเกี่ยวข้อง และมาตรฐาน TS16949 ปัจจุบันเรียกว่า QS9000 เป็นมาตรฐานที่ประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมยานยนต์เท่านั้น

ประเทศไทยจะเดินต่อไป ปัจจัยแรกที่ต้องทำคือ
การพัฒนานวัตกรรม สำหรับนำไปผลิตเป็นสินค้าใหม่ๆ

ในช่วงที่ผ่านมาประเทศไทยเป็นอันดับของอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยเฉพาะชิ้นส่วนยานยนต์ ดร.ณรงค์ได้รับมอบหมายให้ศึกษาเรื่องนี้ ได้เรียนรู้จากสหรัฐอเมริกา (ทั้งไครสเลอร์ จีเอ็ม และฟอร์ด) และประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมอื่นๆ ทั้งในยุโรปและญี่ปุ่น เวลานั้นได้ทำงานกับอุตสาหกรรมค่อนข้างมากในการพัฒนา QS9000 เพื่อให้อุตสาหกรรมไทยได้รับการรับรองมาตรฐานชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อส่งไปยังอุตสาหกรรมยานยนต์ทั้งในสหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น ทำให้ ดร.ณรงค์ คลุกอยู่กับคุณภาพและระบบคุณภาพมาโดยตลอด

“ผมมีตำแหน่งงานหลากหลายมิติ ทั้งอุดหนุนงานวิจัย การพัฒนากำลังคน การวิจัยพลังงานทดแทนโดยเฉพาะแสงอาทิตย์” ดร.ณรงค์ กล่าว

จนปี 2547 เข้ารับตำแหน่งผู้อำนวยการศูนย์บริหารจัดการเทคโนโลยี (TMC) ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่สำคัญ เนื่องจากได้ทำงานร่วมกับภาคเอกชนอย่างมาก ตั้งแต่ให้คำปรึกษาารายโครงการให้แก่อุตสาหกรรมที่เรียกว่าโครงการ ITAP มีการรับรองสิทธิประโยชน์ด้านภาษี 300% การหาผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเข้ามาทำงานกับภาคเอกชน พาภาคเอกชนไปปรับถ่ายทอดเทคโนโลยีจากต่างประเทศ ตลอดจนการ

เข้าไปมีบทบาทการบริหารบริษัทต่างๆ ในฐานะกรรมการบริษัท ประธานบริษัท ทำให้ ดร.ณรงค์เห็นพัฒนาการต่างๆ ของการวิจัย การพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศไทยที่มีความหลากหลายในหลายมิติ มองเห็นว่าหากประเทศไทยจะเดินต่อไป ปัจจัยแรกที่ต้องทำคือ การพัฒนานวัตกรรม สำหรับนำไปผลิตเป็นสินค้าใหม่ๆ แต่มีปัญหาวานวัตกรรมเหล่านั้นส่วนใหญ่จะไม่ใช่ที่ยอมรับ เนื่องจากไม่มีการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานใด

เริ่มต้นที่หน่วยงานรับรอง “มาตรฐาน”

ดังนั้น สวทช. จึงลงทุนดำเนินการให้มีโครงสร้างพื้นฐานด้านคุณภาพสำหรับประเทศ (National Quality Infrastructure) อาทิ สวทช. ลงทุนร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.) ตั้งศูนย์สอบเทียบเครื่องมือวัดอุตสาหกรรม และศูนย์ทดสอบผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (PTEC) ของ สวทช. ซึ่ง ดร.ณรงค์ ได้เข้ามาดูแล ด้วยเห็นความสำคัญว่าการทดสอบด้านไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์จะช่วยสร้างโอกาสของอุตสาหกรรมไทยในอนาคต เพราะอุปกรณ์ทุกตัวจะต้องมีไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ ยานยนต์ IoT เซ็นเซอร์ แบตเตอรี่ โทรศัพท์มือถือ โดรน อุปกรณ์ทางการแพทย์ รวมถึงอุปกรณ์สวมใส่ (Wearable) ต่าง ๆ

“ปัจจุบัน PTEC ที่ สวทช. ลงทุนเป็นศูนย์ทดสอบผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน ทดสอบได้ตั้งแต่ยานพาหนะ แบตเตอรี่ เครื่องมือแพทย์ เพื่อรองรับอุตสาหกรรมใหม่ให้กับประเทศ”

นอกจากนี้ สวทช. ยังมีการทดสอบเซรามิกบนโต๊ะอาหาร (tableware) เนื่องจากสินค้าที่จะส่งออกต้องมีมาตรฐานสูงมาก ปัจจุบันประเทศกลุ่มสแกนดิเนเวียยอมรับ certificate ที่ออกโดย สวทช. ในการส่งออกเซรามิก



PTEC
ที่ สวทช.ลพบุรี
เป็นศูนย์ทดสอบ
ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้า
และอิเล็กทรอนิกส์
ที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน
เพื่อรองรับ
อุตสาหกรรมใหม่
ให้กับประเทศ



ดร.ณรงค์ ศิริเลิศวรกุล



บนโต๊ะอาหารจากไทย อีกทั้งยังจะขยายไปสู่บริการทดสอบความเป็นพิษ เพราะในอนาคตผลิตภัณฑ์ทุกชนิดที่ต้องสัมผัสกับร่างกาย ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ จะต้องผ่านการทดสอบความเป็นพิษด้วย “สิ่งที่ สวทช. ทำทั้งหมดอยู่บนมาตรฐานโลกเสมอ ดังนั้น ใบ certificate ที่ สวทช. ออกให้จะได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ” ดร.ณรงค์ กล่าว

ต่อมาเพื่อให้ผลงานวิจัยไปสู่เชิงพาณิชย์ สวทช. จึงได้ร่วมกับสมอ. และหน่วยงานอื่น ๆ ผลักดันเรื่องบัญชีนวัตกรรมไทยเพื่อเป็นจุดเริ่มต้น ให้นวัตกรรมไทยได้รับการรับรอง และจูงใจให้หน่วยงานภาครัฐซึ่งเป็นตลาดใหญ่ที่สุดซื้อผลิตภัณฑ์ของคนไทย โดย สวทช. ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และบริการนวัตกรรมที่ขอขึ้นทะเบียน บัญชีนวัตกรรมไทย

ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานและการลงทุน

การสนับสนุนงานวิจัยของไทยสู่เชิงพาณิชย์อีกรูปแบบคือ การส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการใหม่ด้านเทคโนโลยี หรือ Tech Startup ผ่านกลไกที่เรียกว่า “ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี” ซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐภายใต้ สวทช. ที่มุ่งช่วยสนับสนุนผู้เริ่มต้นธุรกิจที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมของตนเองให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคง

ในยุคของ ดร.ณรงค์ สวทช. ได้ปรับมานับกลุ่ม deep tech startup โดยผ่านการจัดงาน และช่วยกรมสรรพากรกับ BOI คัดเลือก startup เพื่อรับการสนับสนุน ที่สำคัญ สวทช. ได้ดำเนินการใน 2 เรื่อง

เรื่องแรกคือเปลี่ยนรูปแบบการทำงานภายใน สวทช. มีการกำหนดกฎเกณฑ์ใหม่ที่เรียกว่า NSTDA Startup สนับสนุนให้นักวิจัยซึ่งเป็น

นักเรียนทุนที่กลับมาทำงานชุดใช้ทุน สวทช. เข้าไปถือหุ้นในบริษัทและให้บริษัทจ้าง สวทช. บริหารจัดการเรื่องเทคโนโลยี ด้วยแนวทางนี้ทำให้พนักงานสามารถไปทำงานในบริษัทที่ตัวเองถือหุ้นได้ ขณะเดียวกันก็ยังทำงานเป็นพนักงานของ สวทช. นับเป็นรูปแบบที่ตอบสนองแนวคิดของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการท้าทายว่างานวิจัยที่สามารถต่อยอดเกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ได้หรือไม่

เรื่องที่สองคือ ปรับรูปแบบการลงทุนให้เป็นแพลตฟอร์ม จากเดิมคัดเลือกนวัตกรรมที่จะขึ้นมอลงทุนตั้งบริษัท ทำให้พัฒนาไปได้ไม่ไกล เพราะบริษัทมีผลิตภัณฑ์เดียว เป็นข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากบริษัทเกิดใหม่ไม่สามารถลงทุนทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมาได้ สวทช. จึงได้ปรับเปลี่ยนแนวทางส่งเสริมการลงทุนเป็นแพลตฟอร์ม

ตัวอย่างเช่น สวทช. ลงทุนร่วมกับบริษัทผลิตรถบัสน์ aluminum ในฐานะผู้ถือหุ้น ส่งผลงานวิจัย อาทิ เซนเซอร์ และ IoT หรือ AI ไปทดสอบในรถที่ผลิตในบริษัทแห่งนี้ได้ หรือการลงทุนในบริษัททำสารสกัด สวทช. สามารถนำงานวิจัยเกี่ยวกับสารสกัดต่างๆ มาใช้ในบริษัทที่ถือหุ้นได้ หรือการลงทุนกับบริษัทผลิตฟรีไบโอติกในอาหารสัตว์ งานวิจัยที่เกี่ยวกับอาหารสัตว์ทั้งหมดจะมีโอกาสดำเนินการผ่านบริษัทนี้ได้



“นี่เป็นรูปแบบของการปรับพอร์ตการลงทุนใหม่ ให้งานของ สวทช. สามารถกระจายออกได้โดยไม่ติดขัด ด้านหนึ่งเป็นการลงทุนในบริษัท อีกด้านหนึ่งก็เปลี่ยนบริษัทนั้นเป็น sandbox สำหรับงานวิจัยของ สวทช.”
ดร.ณรงค์ กล่าว

ทั้งนี้ สวทช. ตั้ง NSTDA Holding ในรูปบริษัทจำกัดที่ทำหน้าที่ในการลงทุน โดยสวทช. ถือหุ้น 100 เปอร์เซ็นต์ ทำให้การลงทุนแยกออกจาก สวทช. จากเดิมมีบทบาทเพียงให้การรับรองมาตรฐานนวัตกรรม มาเป็นการสร้างแพลตฟอร์มในการลงทุนเพื่อเอางานวิจัยมาดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มและมีเงินทุนจากโฮลดิ้งจำนวนหนึ่งไปลงทุนถือหุ้นในสตาร์ทอัพ ทั้งแบบที่จัดตั้งเองและสตาร์ทอัพทั่วไป

“NSTDA Holding มีงบประมาณในการลงทุนประมาณ 100 ล้านบาท สวทช. จะค้นหาโครงการที่น่าลงทุนและลงทุนในสัดส่วนที่เหมาะสม จะไม่ใช่เงินจำนวนมาก แต่ใช้ seed money ดึงให้หน่วยงานอื่นมาลงทุนร่วม เช่น Innospace”

ทั้งหมดคือสิ่งที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ ดร.ณรงค์เข้ามาบริหาร สวทช. แม้มีแนวคิดเหล่านี้เป็นโครงการอยู่แล้ว แต่ ดร.ณรงค์จับมาร้อยเรียงและระดมทรัพยากรเข้าไปสนับสนุนอย่างเหมาะสม

จับเคลื่อน Long Term ด้วยการวิจัยขั้นแนวหน้า

งานที่ดำเนินการมาทั้งหมดเป็นการขับเคลื่อนและวางแผนโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีระยะสั้นและระยะกลาง เป็นการใช้องค์ความรู้เดิมที่มีอยู่มาร้อยเชื้อมและทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด หากไม่มีการลงทุนลึกลงไปจะไม่มียุคนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้นมา ดังนั้น สวทช.จึงต้องสร้าง Frontier Research คือ งานวิจัยใดก็ตามที่ สวทช.

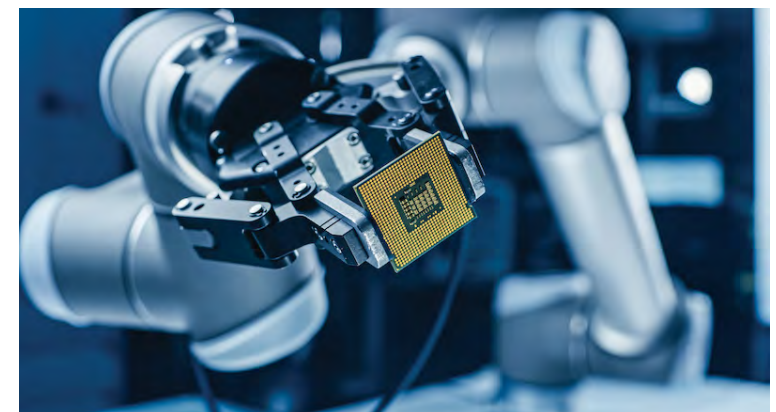
อาจจะมีโอกาสเป็นเจ้าของเทคโนโลยี

“ในอดีตการประกอบธุรกิจทำยากมากเพราะมีกำแพงการแข่งขันสูง แต่ปัจจุบันไม่ใช่ ด้วยความมาของเทคโนโลยีทำให้กำแพงการแข่งขันในธุรกิจใด ๆ ลดลง”

ดร.ณรงค์กล่าวว่า วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม สร้างให้เกิดรูปแบบใหม่ของการทำธุรกิจและการแข่งขัน เปิดโอกาสให้ทุกประเทศที่มองเห็นโอกาสและหยิบคว้าก่อนจะสามารถเปลี่ยนความสามารถของประเทศได้

“ในอนาคตเกมการแข่งขันในทุกธุรกิจจะเปลี่ยนไปเพราะความก้าวหน้าของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เมื่อกฎการแข่งขันเปลี่ยนประเทศไหนเห็นก่อนลงมือทำก่อน มีโอกาสชนะ และไทยมีศักยภาพมากพอที่จะแข่งในเกมนี้”

สวทช. ในฐานะเป็นกลไกขับเคลื่อนสำคัญหนึ่งในเรื่องนี้ มองเห็นและเตรียมการทำ 2 เรื่อง คือ การวิจัยขั้นแนวหน้า (Frontier Research) และการสื่อสารเรื่องเทคโนโลยีในอนาคตกับอุตสาหกรรมผ่าน “10 เทคโนโลยีที่น่าจับตามอง”



การวิจัยขั้นแนวหน้าที่สวทช.เร่งดำเนินการ หนึ่งใน วิศวกรรมควอนตัม (Quantum Engineering) คือ การนำองค์ความรู้ด้านควอนตัมมาใช้ในการผลิตอุปกรณ์ทางด้านวิศวกรรม สอง การสังเคราะห์แสงประดิษฐ์ (Artificial Photosynthesis) คือ กระบวนการผลิตพลังงานจากแสงอาทิตย์ที่จำลองมาจากการสังเคราะห์แสงของพืช สาม การทำเอ็กโซสkeleton (exoskeleton) เทคโนโลยีช่วยผู้สูงอายุได้ สี่ การวิจัยเรื่อง Terahertz Technology (คลื่นกลุ่มเหนืออินฟราเรด) เป็นเทคโนโลยีคลื่นที่มีความปลอดภัยสูงกว่ารังสี X-Ray และไม่ไวต่อความชื้น สามารถปรับมาใช้กับสินค้าเกษตรได้ดี และห้า การจัดเก็บข้อมูลในดีเอ็นเอ (DNA Data Storage) ซึ่งในอนาคตเราจะเก็บข้อมูลอยู่ในรูปของ DNA

“อุตสาหกรรม storage เดิม อยู่ในมือของผู้เล่นหลักไม่กี่ราย แต่หากไทยเราสามารถทำ DNA Data Storage ได้ คือการเปลี่ยนเทคโนโลยีเลย และมีโอกาสเป็นเจ้าของเทคโนโลยีได้ เกิดอุตสาหกรรมใหม่ได้ เป็นการวิจัยที่ใช้เวลานาน เราต้องวางแผนวิจัยไปข้างหน้า 10-15 ปี ไม่งั้นมันจะไม่ทัน” ดร.ณรงค์ กล่าว

ส่วน “10 เทคโนโลยีที่น่าจับตามอง” คือ การดึงเทคโนโลยีที่มีผลต่อชีวิตและธุรกิจ ใน 5-10 ปีข้างหน้า มาสื่อสารสู่สาธารณะด้วยภาษาง่าย ๆ เพื่อกระตุ้นให้คนไทยสนใจวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมากขึ้น รวมทั้งเข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนามากขึ้นด้วย

โครงสร้างพื้นฐานด้าน วทน. สำหรับเศรษฐกิจใหม่

สวทช.มีหน่วยงานสำคัญที่ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อรองรับกับการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ในอนาคต ได้แก่



ธนาคารทรัพยากรชีวภาพ (National Biobank of Thailand) ประเทศไทยมีจุดแข็งที่มีความหลากหลายทางชีวภาพมาก ธนาคารนี้จึงมีความสำคัญในการเก็บพันธุ์ต่าง ๆ (จุลินทรีย์ เชลล์พืช เชลล์สัตว์ ข้อมูลจีโนมของคนไทย 50,000 คน) หากมีจำนวนสายพันธุ์จำนวนมาก และเก็บอย่างดี จะทำให้ความสามารถในการปรับปรุงมีสูง ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ อาทิ การใช้จุลินทรีย์ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลาย ดิโอดันดับ 16 ของโลก เก็บสายพันธุ์จุลินทรีย์มากเป็นอันดับ 6 ของโลก ซึ่งสามารถนำมาเพิ่มความสามารถในหลากหลายอุตสาหกรรม อาทิ โปรไบโอติก อาหารสัตว์ ยา และวัคซีน

National Omics Center (NOC) คือ เอาของที่เก็บไว้ในธนาคาร มาศึกษาว่าใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง ทำหน้าที่อะไร อาทิ จุลินทรีย์บางประเภทนำมาใช้ทดแทนสารเคมีในการกำจัดศัตรูพืชได้ กล่าวคือ หากเข้าใจกลไกการทำงานของสิ่งที่เก็บอยู่ในธนาคารชีวภาพจะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ทางอุตสาหกรรมได้

NSTDA Supercomputer Center คือ การลงทุนในเรื่อง high performance computing เพราะเชื่อว่า biotechnology จะเป็นตัวเปลี่ยนโลก ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์ก้าวหน้ามากทำให้ความรู้ด้าน biotechnology ไปได้เร็วมากด้วย เนื่องจากกระบวนการคำนวณเร็วขึ้นทำให้สามารถศึกษากระบวนการทางชีวภาพได้เร็วขึ้น แม่นยำขึ้น ในความเร็วที่เร็วขึ้นหลายพันหลายหมื่นเท่า ทำให้ความสามารถด้าน biotechnology จะพัฒนาไปอีกมาก

“สิ่งที่ สวทช. ทำคือ การลงทุนด้าน high performance computing ที่ติดอันดับ 1 ใน 150 ของโลก เพื่อดำเนินการ ทำ simulation เป็นต้น”

Technology and Informatics Institute for Sustainability (TIIS) เป็นโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์เป็นข้อมูลสำคัญสำหรับประเทศไทยในยุคหน้า สวทช. เป็นหน่วยงานหลักที่เก็บข้อมูลนี้ ส่งไปให้องค์กรบริหารก๊าซเรือนกระจกในการจัดทำข้อมูล SDGs ของประเทศไทย ซึ่งไทยอยู่อันดับ 3 ของเอเชีย รองจากจีนและญี่ปุ่น (แต่ยังห่าง 4 เท่าจากอันดับ 2 และ 8 เท่าจากอันดับ 1)

Thai Microelectronics Center (TMEC) เดิมเป็นการลงทุนที่จะทำ Wafer Fabrication เปลี่ยนมาทำเซนเซอร์เพราะปัจจุบันเซนเซอร์และ IoT สำคัญมาก เพื่อให้บริการกับสตาร์ทอัพ แต่น่าเสียดายที่ปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าจากต่างประเทศ

“เวลาลงทุนเราจะมองทั้งระบบนิเวศ ที่ต้องลงทุน Biobank เพราะหากไม่ทำจะไม่มีฐานข้อมูลสำหรับประเทศ เมื่อมีฐานข้อมูลแล้วก็ต้องรู้ว่าจะใช้ประโยชน์อย่างไร ก็ตั้ง Omics Center เมื่อมีข้อมูลจำนวนมาก เราก็ต้องมี high performance computing ในประเทศไทย เมื่อลงลึก 3 สิ่งนี้ ต่างชาติเริ่มอยากเข้ามาทำวิจัยร่วมด้วย” ดร.ณรงค์ กล่าวทั้งหมดเป็นการวางโครงสร้างพื้นฐานสำหรับประเทศไทยในการ

แข่งขันในอนาคต สวทช. เชื่อว่า BCG (Bio-Circular-Green Economy) คือ เศรษฐกิจใหม่ในอนาคตที่ใช้จุดแข็งของประเทศไทยด้านความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรมสร้าง value creation สวทช. จึงผลักดันเรื่อง BCG จนรัฐบาลรับเป็นนโยบายของรัฐบาลและประกาศเป็นวาระแห่งชาติเมื่อวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2564

การพัฒนากำลังคน (HRD)

ปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนนักวิจัยไม่เพียงพอ ซึ่งจะมีปัญหากับการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมในอนาคต สวทช. จึงได้ทำงานร่วมกับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ โดยเข้าไปสนับสนุนทุนการศึกษาปริญญาโทและปริญญาเอกอย่างต่อเนื่องกับมหาวิทยาลัย 8-9 แห่ง

“มหาวิทยาลัยละ 5-10 คนต่อปี ต่อเนื่อง 3 ปี บางแห่งประมาณ 10-15 คน รวมกันทั้งปริญญาโทและเอกในแต่ละแห่ง”

สวทช. ทำงานร่วมกับ Tokyo Tech ที่ประเทศญี่ปุ่น ให้มาช่วยการสอนร่วมกับอาจารย์ในอีก 5-6 มหาวิทยาลัย และให้ได้รับรองในหลักสูตรต่าง ๆ ที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทย นักศึกษาปริญญาโทและเอกเหล่านี้ที่ได้รับทุนก็กลับมาทำงานวิจัยกับ สวทช. เป็นการดึงอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเข้ามาทำงานวิจัยร่วมกับ สวทช. ผ่านนักศึกษาและยังดึงนักศึกษาจากประเทศเพื่อนบ้านกลุ่ม CLMV โดยให้ทุนหลังจบปริญญาเอก เข้ามาทำงานร่วมกันกับ สวทช. ด้วย

“คนเหล่านี้เมื่อเรียนจบกลับไป เขาจะเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน มีฐานะทางสังคมที่ดีในประเทศเขา และจะเป็นเครือข่ายของเราในการทำงานวิจัยในโอกาสถัดไป” ดร.ณรงค์ กล่าวถึงประโยชน์จากการลงทุนกับนักศึกษาประเทศเพื่อนบ้าน



BCG
(Bio-Circular-
Green Economy)
คือเศรษฐกิจใหม่
ในอนาคตที่ใช้จุดแข็ง
ด้านความหลากหลาย
ทางชีวภาพ
และความหลากหลาย
ทางวัฒนธรรม
สร้าง value creation



Biorefinery อุตสาหกรรมอนาคต ที่จะเปลี่ยนเกมเศรษฐกิจประเทศ

ดร.ณรงค์ บอกว่า เราต้องทำทั้งเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียวในเวลาเดียวกัน ซึ่งเศรษฐกิจหมุนเวียนทำให้เกิดจีดีพีหลายรอบ เศรษฐกิจสีเขียวเพื่อลดมลพิษ

“ทำไมต้องเศรษฐกิจชีวภาพ เพราะไทยมีความหลากหลายทางชีวภาพสูงมาก ที่ผ่านมามีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีชีวภาพไปมากและจะดำเนินการต่อไปเพื่อสร้างจีดีพีกลุ่มใหม่ ๆ”

อุตสาหกรรมใหม่ที่น่าสนใจภายใต้เศรษฐกิจ BCG คือ ไบโอฟิเนอรี (Biorefinery) หรือ โรงกลั่นชีวภาพ เป็นหน่วยการแปรรูปหลายหน่วยประกอบกันเพื่อแปลงชีวมวลไปสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงโดยเฉพาะชีวเคมีภัณฑ์

ไบโอฟิเนอรีเป็นกระบวนการที่ลดขั้นตอน นำ biomass จากพืช ผ่านกระบวนการทางชีวภาพโดยใช้จุลินทรีย์ย่อย และผ่านกระบวนการทางเคมี สามารถนำ biomass เหล่านี้เปลี่ยนมาทำเป็นเม็ดพลาสติก พลังงาน สารฟรีโอบิติก สารสกัด เซลลูโลส เฮมิเซลลูโลส ลิกนิน ไฟเบอร์ แบบเดียวกับที่กระบวนการปิโตรเคมีทำ แต่กระบวนการนี้เป็นกระบวนการชีวเคมีที่ไม่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเหมือนกับปิโตรเคมี

สวทช.กับ บริษัท ไบโอเบส ยุโรป ไฟลิ่งท แพลนท์ (BBEPP) ประเทศเบลเยียม ร่วมทุนเปิดบริษัท ไบโอเบส เอเชีย ไฟลิ่งท แพลนท์ (BBAPP) ในสัดส่วน 50:50 ซึ่งเป็นโรงงานต้นแบบไบโอฟิเนอรีแบบอเนกประสงค์ (multipurpose biorefinery pilot plant) เป็นก้าวสำคัญที่จะก้าวข้ามขีดจำกัดและเร่งความเร็วในการดำเนินงานเรื่องนี้ในระดับโลกได้อย่างรวดเร็ว ทั้งแง่ความรู้ กำลังคน และอุปกรณ์ต่าง ๆ

“อุตสาหกรรมใหม่ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในประเทศไทย โรงงานจึงต้องตั้งในประเทศไทย และจะต้องสร้างและดัดแปลงเทคโนโลยีใช้ในประเทศ ทำให้ชีพพลายเซนในประเทศไทยยาวตั้งแต่ภาคการเกษตรไปสู่อุตสาหกรรมอาหาร สู่อุตสาหกรรมไบโอฟิเนอรี ทำให้เกิดจีดีพีหลายรอบในประเทศไทย” ดร.ณรงค์ กล่าวถึงผลตอบแทนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

“เศรษฐกิจใหม่นี้หากขึ้นรูปสำเร็จภายใน 3 ปี จะสร้างจีดีพีใหม่ที่ใหญ่มากให้แก่ประเทศ ทั้งการมีงานทำ การใช้วัตถุดิบ และการขยายผลที่เชื่อมโยงและต่อเนื่อง”

อุตสาหกรรมนี้น่าสนใจและเหมาะสมกับประเทศไทย ภายใต้ BCG เป็นเศรษฐกิจใหม่ที่มองไปข้างหน้า และมีการลงทุนไปแล้วในเขตนวัตกรรมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EECi)

กว่า 6 ปี บนเส้นทางผู้บริหารสูงสุดของ สวทช. ดร.ณรงค์ ที่นำพา สวทช. จากองค์กรวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสู่ภารกิจในการริเริ่มและผลักดันให้เกิดโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่สำคัญของประเทศ เพื่อลดการพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศ โดยใช้จุดเด่นและความเข้มแข็งของทรัพยากรภายในประเทศ ผสานกับความสามารถด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ภารกิจต่างๆ ที่กล่าวมากำลังจะเริ่มผลิดอกออกผลให้กับประเทศ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนสอดคล้องตามแนวทางโมเดลเศรษฐกิจ BCG ที่เป็นวาระแห่งชาติ



CHAPTER



03

จิราพร งามสวัสดิ์

พันธกิจขับเคลื่อน “**ไออาร์**”
ด้วยแนวคิด **Inclusive Growth**

ชื่อของ บริษัท ปตท. น้ำมัน และการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) หรือ โออาร์ (OR) เริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้างตอนที่เปิดตัวหุ้น IPO ให้บุคคลทั่วไป และสะท้อนถึงความสำเร็จของโออาร์ในฐานะ new s-curve หนึ่งในธุรกิจน้ำมันรายใหญ่ที่สุดของไทย คือ ปตท. ที่ขยายอาณาจักรออกนอกธุรกิจพลังงานสู่ธุรกิจค้าปลีกและประสบความสำเร็จอย่างสวยงาม



ทั้งการปรับภาพลักษณ์สถานะบริการน้ำมันปตท. ให้เป็นมากกว่าแค่สถานที่เติมน้ำมัน การสร้างแบรนด์และผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แข็งแกร่งอย่าง Café Amazon และล่าสุดการเข้าถือหุ้นในธุรกิจอื่น ๆ ทั้ง SME และบริษัทเทคโนโลยี รวมถึงการจัดตั้งกองทุนเพื่อลงทุนในสตาร์ทอัพผ่านการร่วมลงทุนกับ 500 TukTuks

กองทุนที่ลงทุนในสตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดกองทุนหนึ่งของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

แต่ทว่า ความสำเร็จในอดีตที่พาโออาร์มาถึงปัจจุบัน ไม่ได้การันตีความสำเร็จในอนาคตที่กำลังจะก้าวเดินไป ดังนั้น โออาร์จึงวางแผนหลากหลายและเดินเกมธุรกิจใหม่เพื่อก้าวสู่แท่นความสำเร็จอีกครั้ง ในบริบทที่ถูกขับเคลื่อนด้วยเมกะเทรนด์ของโลกคือเรื่องสิ่งแวดล้อม พลังงานสะอาด ความยั่งยืน และดิจิทัลดิสรักชัน

จิราพร ขาวสวัสดิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการ บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) หรือ โออาร์ กล่าวกับ The Story Thailand ว่า ความเปลี่ยนแปลงจากภายนอกที่รวดเร็วไม่ว่า เทคโนโลยีดิสรักชันและสภาวะโลกร้อน ตลอดจนความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจที่มีมากยิ่งขึ้น โออาร์มองว่า บริษัทไม่อาจจะเติบโตได้หากว่าสังคมชุมชนและสิ่งแวดล้อมไม่ได้ดีขึ้น บริษัทจึงประกาศวิสัยทัศน์ว่า โออาร์เติมเต็มโอกาสเพื่อทุกการเติบโตร่วมกัน (Empowering All Toward Inclusive Growth)

“อาจจะฟังได้ยืดยาวชื่อโออาร์เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2021 แต่ความจริงธุรกิจของโออาร์ทำมานานกว่า 40 ปี และผ่านการ diversify มาตลอดตั้งแต่ปั้มน้ำมันสามทหารจนกระทั่งมาเป็น living community ธุรกิจ non-oil และขยายไปต่างประเทศ เราเชื่อมั่นในเรื่องของการ diversify การทรานส์ฟอร์มศักยภาพของทีมงานที่เรามีกันรุ่นต่อรุ่น สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ค้า” จิราพร กล่าว

เราเป็นรายแรกของผู้ค้าน้ำมันในประเทศไทย
ที่เปลี่ยนจากสถานะบริการน้ำมันล้วน ๆ
ไปเป็นแพลตฟอร์มประเภทที่มีทั้ง oil และ non-oil

โออาร์ลุกขึ้นมาตีตลาดตัวเอง แล้วมาดำเนินพันธกิจใน 4 ด้าน คือ mobility, lifestyle, global และ innovation โดยกำหนดตัวชี้วัดไว้ 3 เรื่อง คือ people, planet และ profit

พันธกิจแรก mobility คือการเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการช่วยประเทศเปลี่ยนผ่านจากพลังงานเดิมสู่พลังงานสะอาดได้อย่างไร้รอยต่อ ใส่ใจกับพลังงานสะอาดมากขึ้น

“พลังงานเดิมเป็นน้ำมัน โออาร์จะช่วยการเปลี่ยนผ่านจากรถยนต์ที่ใช้รถน้ำมันไปเป็นรถยนต์ไฟฟ้า EV เรียกว่าเป็น *seamless mobility* เมื่อความต้องการของผู้คนเปลี่ยนไป พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โออาร์จึงเน้นพันธกิจสองที่เรียกว่า *lifestyle* คือทำธุรกิจแบบครบวงจรรองรับการดำเนินชีวิตของผู้คนยุคใหม่”

พันธกิจที่สาม คือการขยายตลาดสู่ global จากปัจจุบันที่ประกอบธุรกิจอยู่ใน 10 ประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นระดับภูมิภาค จะเน้นขยายธุรกิจออกไป global ด้วยหลักการที่เรียกว่า *asset-light* คือการลงทุนแบบ 80/20 เพื่อจะสร้างให้ด้านท้องถิ่นในประเทศไทย และท้องถิ่นในต่างประเทศ โตไปพร้อมกับโออาร์

“ปั้มน้ำมัน PTT Station หรือร้าน Café Amazon ที่เห็นทั้งในประเทศไทยและใน CLMV สัดส่วน 80 เปอร์เซนต์ เป็นของ dealer ก็คือคนท้องถิ่น เป็นทั้งเจ้าของ และเป็นผู้ดูแลกิจการ ส่วนโออาร์มีหน้าที่ในการสร้างแบรนด์ พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ สร้างมาตรฐาน ทั้งภาพลักษณ์และคุณภาพ” จิราพร กล่าว

ผู้บริหารโออาร์กล่าวเสริมว่า ทั้ง 3 ด้าน ไม่ว่าจะเป็น mobility, life-style หรือเรื่อง global โออาร์เพิ่มเติมวิถีของการทำธุรกิจ จากเดิมเป็นลักษณะ in ไป out นั่นคือการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ ส่งมอบให้กับดีลเลอร์หรือแฟรนไชส์ไปทำตลาด แต่ปัจจุบันเปลี่ยนเป็น out มา in

ด้วยการมีพาร์ทเนอร์เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น

พันธกิจที่ 4 เป็นพันธกิจที่สำคัญ คือเรื่องนวัตกรรม (innovation) ซึ่งโออาร์ได้แยกหน่วยงานชื่อ ORion ออกมาดำเนินการในด้าน OR Innovation ทำหน้าที่คิดค้นธุรกิจใหม่ที่จะแก้ไขปัญหาทางสังคม ปัญหาสิ่งแวดล้อม

เพิ่มความแข็งแกร่งเพื่อเติบโต

ร้าน Café Amazon ในไทยจำนวน 3,500 สาขา
หากรวมกับที่มีในอีก 9 ประเทศ ถือได้ว่าเป็นอันดับที่ 6 ของโลก
ด้านจำนวนสาขา





ไออาร์
จะเป็นโครงสร้างพื้นฐาน
ในการช่วยประเทศ
เปลี่ยนผ่าน
จากพลังงานเดิม
สู่พลังงานสะอาด
ได้อย่าง
ไร้รอยต่อ



จิราพร ขาวสวัสดิ์



ไออาร์เริ่มด้วยความแข็งแกร่งด้าน Physical Platform มีสถานีบริการน้ำมัน PTT Station ในประเทศไทย 2,080 สาขา มีคนเข้ามาใช้บริการรวมประมาณวันละ 2.5 ล้านคน มีร้าน Café Amazon ในไทยจำนวน 3,500 สาขา หากรวมกับที่มีในอีก 9 ประเทศ ถือได้ว่าเป็นอันดับที่ 6 ของโลกด้านจำนวนสาขา และมีบัตร Blue Card ซึ่งเป็นบัตร loyalty program ปัจจุบันมีสมาชิกประมาณ 7 ล้านราย

ไออาร์มีลูกค้าที่เป็นตลาดพาณิชย์ ถือว่าเป็น competitive advantage ของไออาร์ ลูกค้ากลุ่มนี้ เช่น การขายน้ำมันอากาศยาน น้ำมันเครื่องบิน เครื่องบิน JET ทั้งสายการบินที่เดิมในประเทศไทยและต่างประเทศ การขายน้ำมันให้เรือเดินทางระหว่างประเทศเรียกว่าเรือขนส่งบังกอร์ รวมถึงก๊าซ LPG ทั้งที่ใช้ตามครัวเรือนกับร้านค้า และใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม ลูกค้าโรงงานอุตสาหกรรมมี 2,600 รายรวมถึงกลุ่มลูกค้ากลุ่มราชการและวิสาหกิจด้วยซึ่งลูกค้าเหล่านี้อยู่กับไออาร์มา 40 กว่าปี

ช่วงเวลา 2 ปีที่ผ่านมา ไออาร์เพิ่มความแข็งแกร่งด้วยการเข้าไปลงทุนซื้อหุ้นของบริษัท SME ผ่านบริษัท มอดูลัส เวนเจอร์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของไออาร์ อาทิ

เรื่องสำคัญคือการลงทุนด้านเทคโนโลยีดิจิทัล
จึงร่วมทุนกับ Bluebik ตั้งเป็น Orbit Digital
เพื่อช่วยพัฒนาทางด้านนี้แก่ธุรกิจของไออาร์

บริษัท ปลุกผักเพราะรักแม่ จำกัด เจ้าของแบรนด์ “ไอ้กะจู้” อาหารเทรนด์รักสุขภาพที่มี DNA เหมือนไออาร์ คือ คำนึงถึงชุมชน หุ้น 20 เปอร์เซ็นต์ มูลค่าไม่เกิน 500 ล้านบาท



บริษัท อิมพัลส์ โกลบอล คิวซีน จำกัด หรือ ISGC เจ้าของแบรนด์โคเอ็น ร้านบุฟเฟต์อาหารญี่ปุ่นแบบพรีเมียม หุ้น 25 เปอร์เซ็นต์ มูลค่า 192 ล้านบาท

บริษัท พีเบอร์รี่ ไทย จำกัด ซึ่งประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกาแฟครบวงจร รวมทั้งประกอบธุรกิจร้านกาแฟประเภท specialty coffee ภายใต้แบรนด์ Pacamara หุ้น 65 เปอร์เซ็นต์ มูลค่า 171.99 ล้านบาท

บริษัท คามู คามู จำกัด เจ้าของแบรนด์ “คามู ที” แบรินด์เครื่องดื่มไลฟ์สไตล์ของคนไทย หุ้น 25 เปอร์เซ็นต์ มูลค่า 480 ล้านบาท

อีกสิ่งหนึ่งที่ไออาร์มองเป็นเรื่องสำคัญคือ การลงทุนด้านเทคโนโลยีดิจิทัล จึงร่วมทุนกับ Bluebik ตั้งเป็น Orbit Digital เพื่อช่วยพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลแก่ธุรกิจของไออาร์ และร่วมตั้งบริษัทร่วมทุนกับกองทุน 500 TukTuks โดยไออาร์ถือหุ้น 99 เปอร์เซ็นต์ เพื่อสนับสนุนบริษัทสตาร์ทอัพ ในด้านเงินทุนและอื่น ๆ

“ทำอย่างไรจะเติมเต็มไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค ทำอย่างไรถึงจะทันต่อการเปลี่ยนแปลง เรามองว่าบริษัทใหญ่ หรือสตาร์ทอัพต่างคนต่างมี

จุดแข็งและจุดอ่อนที่แตกต่างกัน ถ้าเราเอาจุดแข็งมารวมกันจะทำให้สร้างความแข็งแกร่งและเติบโตได้รวดเร็ว” จิราพร กล่าว

นอกจากโออาร์จะปรับตัวได้ทันกับเมกะเทรนด์โดยเฉพาะพฤติกรรมผู้บริโภคแล้ว ข้อสำคัญโออาร์ได้ช่วยคนตัวเล็ก ได้ช่วย SME ให้มีโอกาสเข้ามาใช้ประโยชน์จากโครงสร้างของโออาร์เพื่อขยายธุรกิจ

“อาทิ เราสร้าง DC Automate ของคาเฟ่เมซอนเสร็จ DC ตัวนั้น มีศักยภาพสามารถรองรับให้กับบริษัทย่อย ๆ ที่เราเข้าไปร่วมทุน ให้เขามาร่วมใช้ได้”

เน้น inclusive growth

ทิศทางที่โออาร์จะไปข้างหน้าคือ เน้นเรื่อง inclusive growth เป็นหลัก ทั้งในแง่ของชุมชน สิ่งแวดล้อม และธุรกิจของโออาร์

3 ใน 10 ประเทศ คือ กัมพูชา ฟิลิปปินส์ และลาว โออาร์ตั้งบริษัทย่อยมา 26 ปีแล้ว ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ มาตรฐานของการทำงานเป็นที่ตอบรับของคนในประเทศนั้น ๆ

“ตัวอย่างเช่น ประเทศกัมพูชา ถ้าเป็นเรื่องสถานีบริการน้ำมันกับเรื่องของคาเฟ่เมซอนมีปัญหาสนุก ๆ ที่พวกเราพูดกันว่าเป็น good problem คือ มีคนต่อคิวขอเป็นแฟรนไชส์ ขอเป็นดีลเลอร์ของคาเฟ่เมซอน และสถานีบริการน้ำมันจำนวนมาก ที่กัมพูชา 1 วันทำยอดขายได้ 1,000 แก้ว ประเทศไทย ถ้าเป็นเทศกาลท่องเที่ยวยอดสูงสุด 800 แก้ว” จิราพร กล่าว

เตรียมเรื่อง digital infrastructure ทำเรื่อง O2O (offline-to-online) เพื่อทำ seamless mobility กับเรื่องของ lifestyle มันถึงต่อเชื่อมกันได้ จะดำเนินการในเรื่องของ super app ทำให้ผู้บริโภคสะดวกขึ้นทั้งกลุ่ม

segment ที่เป็น mobility และกลุ่ม lifestyle

ส่วนในเรื่อง digital technology ปรับมาใช้ระบบดิจิทัลเพื่อการตัดสินใจ เช่น ปัจจุบันการเปิดสถานีบริการน้ำมัน PTT Station กับ Café Amazon ใช้ Geo Analytics แบบเรียลไทม์ สามารถบอกได้ว่าถ้าจะสมัครเข้ามาเป็นแฟรนไชส์ ตรงไหนตรงนั้น มีที่จอดรถเมซอนอยู่แค่ไหน มีที่จอดรถอื่นอยู่แค่ไหน traffic เป็นประเภทคนหมู่บ้านหรือเป็นคนเดินทาง อยู่ในอัตราที่สามารถลงทุนได้ไหม ลงทุนคุ้มค่าไหม

EV Station เกมใหม่ธุรกิจพลังงาน

สิ้นปี 2022 โออาร์มีจุดชาร์จแบตเตอรี่รถยนต์ EV แบบ quick charge 3 หัวจ่าย อยู่ในสถานีบริการน้ำมันปตท. 106 สาขา โออาร์วางแผนว่าในปี 2023 จะมี EV station ในสถานีบริการน้ำมันเพิ่มเป็น 450 สาขา ในทุกระยะห่างของการเดินทางครอบคลุมทั่วประเทศ นอกจากนี้ ยังมี EV station application คนใช้รถอีวีจะรู้ได้ว่าอีกกี่กิโลเมตรจะมี PTT Station สามารถจองคิวเติมล่วงหน้าผ่านแอปฯ ได้ ช่วยให้ผู้ใช้รถ EV สามารถวางแผนเส้นทางการเดินทางได้

“EV station จะเป็นอีกหนึ่งบริการสำคัญในปีปตท. ผู้บริโภคใช้เวลาประมาณ 25-30 นาที ระหว่างนั่งรอชาร์จ EV เขาก็ไปจับจ่ายใช้สอย” จิราพร กล่าว

ทั้งนี้ สถานีชาร์จ EV โออาร์ไม่ได้ทำเฉพาะในปีน้ำมันแต่มีความร่วมมือกับพันธมิตร อาทิ จุฬาฯ ที่ติดตั้งสถานีชาร์จ EV ไปแล้ว ส่วนในพื้นที่ของโรงงานอุตสาหกรรม และหน่วยราชการ อยู่ในแผนการดำเนินการ

“ภายใต้แบรนด์ PTT station ก่อไว้ 30 เปอร์เซนต์ มาจากหัวจ่าย

• •

วางแผนว่าในปี 2022
จะมี EV station
ในสถานีบริการน้ำมัน
เพิ่มเป็น 450 สาขา
ในทุกระยะห่างของการเดินทาง
ครอบคลุมทั่วประเทศ

• •



น้ำมัน อีก 70 เปอร์เซ็นต์ มาจาก non-oil ถามว่า EV มาเราเดือดร้อนมั้ย ไม่เดือดร้อนเลย” จิราพร กล่าว

พฤติกรรมลูกค้าที่เข้ามาในสถานีบริการน้ำมัน PTT Station จะใช้เวลาอยู่ที่ปั๊มประมาณ 20 - 25 นาที โดยเป็นการให้บริการเติมน้ำมัน การชำระเงินที่ใช้ EDC mobile จบแค่เพียง 4 นาที อีก 20 นาที เขาใช้เวลาจับจ่ายใช้สอยและเข้าห้องน้ำ

นอกจากเรื่องสถานีชาร์จ EV แล้ว ทิศทางธุรกิจค้าปลีกพลังงานของปตท. ยังรวมถึงการเป็นผู้ให้บริการโซลูชันด้านพลังงาน (energy solution) ผ่านการให้บริการติดตั้ง solar roof เพื่อช่วยผู้ประกอบการลดค่าไฟ ประหยัดต้นทุน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

“เราขายน้ำมันอยู่ เพียงแต่เราให้บริการในส่วนของ energy solution อื่น ๆ อาทิ ถ้าโรงงานไหนเน้นพลังงานสะอาด เรามีโมเดลทั้งหมดทั้งที่เราออกแบบ สามารถใช้เชื้อเพลิงเป็น LNG ได้ ในปัจจุบันเราอาจจะขายน้ำมันดีเซล LPG เป็นเชื้อเพลิงเข้าโรงงานอุตสาหกรรม แต่ถ้าโรงงานอุตสาหกรรมนั้นบอกว่าต้องส่งสินค้าออกต่างประเทศ ต้องใช้พลังงานสะอาด ก็สามารถให้ LNG model ของเราได้” จิราพร กล่าว

โออาร์ให้ความสำคัญกับการทำ EV โดยถือว่าการทำเพื่อศึกษาทั้งด้านเทคโนโลยี และด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และเป็นการป้องกันความเสี่ยงในอนาคต

“เราเป็นรายแรกของผู้ค้าน้ำมันในประเทศไทย ที่เปลี่ยนจากสถานีบริการน้ำมันล้วน ๆ ไปเป็นแพลตฟอร์มประเภทที่มีทั้ง oil และ non-oil คู่แข่งย่อมตามมา แต่ถามว่าการตามมามีระยะห่างต่อกัน และที่สำคัญแบรนด์ต่าง ๆ ที่เป็น non-oil ที่ผู้บริโภคสนใจได้เข้ามาอยู่ที่โออาร์แล้ว ทั้ง 2,080 สาขา ในประเทศไทย เป็น prime area ทั้งหมด ด้าน non-oil เราไม่ได้ทำแค่ F&B แล้ว เราจะเป็นเรื่องของไลฟ์สไตล์ บางสาขาอาจ

จะเจอร้านไอ้กะจู้ พร้อมเสิร์ฟ quick & go ที่เป็นแซนด์วิช ที่เข้ากันได้กับการที่ต้องการความเร็ว ปัจจุบันมี 14 สาขา ในปี 2022 เพิ่มเป็น 80 สาขา” จิราพร กล่าว

รายได้จากการขายน้ำมัน จากปั๊มน้ำมัน 2,080 สาขา กับลูกค้าตลาดพาณิชย์ที่มีอยู่ 2,600 ราย หากว่าด้วยของสัดส่วนยอดขายจะมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันประมาณ 55:45 บ้าง 50:50 บ้าง

ลงทุน 9.46 หมื่นล้านใน 5 ปี

ในภาพรวมปี 2022 ถึง 2026 ระยะเวลา 5 ปี บริษัทขออนุมัติงบลงทุนต่อบอร์ดไว้ประมาณ 94,600 ล้านบาท สัดส่วนการลงทุนคือ งบ 36 เปอร์เซ็นต์ ลงทุนที่ mobility การค้าปลีกน้ำมัน การค้าเชื้อเพลิง การค้า EV และการค้าผลิตภัณฑ์หล่อลื่นซึ่งเป็นอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งของโออาร์ภายใต้ PTT Lubricant งบ 22 เปอร์เซ็นต์ ไปที่ lifestyle คือ F&B เช่น Café Amazon และ food ต่าง ๆ เช่น ปัจจุบันโออาร์เป็น master franchise เจ้าเดียวของ Texas Chicken เป็นต้น อีก 14 เปอร์เซ็นต์ ไปที่ global และ 8 เปอร์เซ็นต์ ที่ OR Innovations

ด้านตลาดต่างประเทศเป็นพอร์ตที่โออาร์ให้ความสำคัญ โดยตั้งเป้าหมายตลาดไว้ที่ประเทศที่มีประชากรจำนวนมาก มีวัฒนธรรมหรือไลฟ์สไตล์ไม่ได้แตกต่างจากไทยมาก คือ จีน อินเดีย และอินโดนีเซียอย่างน้อย ๆ ขั้นต่ำธุรกิจที่ไปได้คือ Café Amazon

ปัจจุบันโออาร์มีบริษัทย่อยที่เลี้ยงไว้ ชื่อ PTT OR China ทำสองธุรกิจ คือ PTT Lubricant กับ Café Amazon ทั้ง 2 รูปแบบ การขยายธุรกิจไปต่างประเทศ โออาร์เน้นเรื่องของการทำงาน local partner เข้าร่วมลงทุน

“ประสบการณ์จากที่เราทำใน กัมพูชา ลาว และฟิลิปปินส์ พบว่าถ้าไปต่างประเทศ เราลงทุนเอง 100 เปอร์เซ็นต์ สิ่งที่เราขาดหายไปคือ connection และความเป็นท้องถิ่น เราต้องการพันธมิตรในท้องถิ่นซึ่งมีความแข็งแกร่งกว่า รู้เรื่องของการขอใบอนุญาตแต่ละอย่าง ว่าต้องไปหน่วยงานไหน รู้จักพื้นที่และชุมชน” จิราพร กล่าว

ด้าน innovation สิ่งที่โออาร์ดำเนินการ มีเป้าหมายแก้ไข pain point ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งต้องใช้คนรุ่นใหม่ โครงสร้างใหม่ ปัจจุบันมีการจัดตั้งหน่วยงานแยกออกมาชัดเจน ชื่อว่า ORion เป็นเหมือนดวงดาวที่แสงสว่างนวัตกรรมและธุรกิจใหม่ที่เป็นไปได้ 2 รูปแบบ คือสามารถขยายออกไปข้างนอก หรือสามารถกลับเข้ามาเสริมอยู่ใน mobility หรือ lifestyle หรือ global ได้

ORion ประกอบด้วยทีมงานประมาณ 28 คน ที่ผ่านโครงการ YP2G ของปตท.มา แล้วลาออกมาอยู่โออาร์ เรียกว่า Young People to Global จะเน้นลงทุนในสตาร์ทอัพที่พื้นระยะเริ่มต้นแล้ว ดังเช่นกรณี Flash Express ที่โออาร์เข้าไปลงทุน เกิดมาจากทีมนี้ ภารกิจของ ORion จะสนับสนุนทั้งสตาร์ทอัพและ SME ไทย แต่ก็ไม่ได้ปิดรับ corporate ล่าสุดไปร่วมทุนกับบริษัท SPT ที่ทำธุรกิจการให้บริการของท่าอากาศยานที่อุตุตะเกา

ส่วน ORZON Ventures เป็นกองทุน ในช่วง 5 ปี ขออนุมัติบอร์ดไว้ 25-50 ล้านบาท มี KPI ว่าจะลงทุนในสตาร์ทอัพทั้งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประมาณ 10 ถึง 15 รายในแต่ละปี ด้วยโจทย์ที่มาเติมเต็มระบบนิเวศของโออาร์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ health และ wellness หรือ tourism และ digital รวมถึง logistics

“บริษัทต่าง ๆ ที่โออาร์เข้าไปลงทุนด้วย เราไปหนุนให้เขามีโอกาสที่จะ scale ได้ ถ้าเขาจะ IPO ในอนาคต เราก็ไม่จำกัด หรือว่าสตาร์ทอัพ

ที่เรา JV ขึ้นมา ถ้าสเกลแล้วเขาจะให้โออาร์เพิ่มทุน หรือเขาจะหาเพิ่มทุนจากคนอื่น เราก็ยินดี การลงทุนเราเห็นว่าสิ่งสำคัญคือการหาโอกาสเติมเต็มโอกาส เพื่อให้ทุกคนมีโอกาสเติบโต”

จิราพร กล่าวว่าในการลงทุนนับจากนี้จะต้องมีเป้าหมายเรื่องของ inclusive growth อยู่ด้วย คือ จะต้องทำให้ชุมชน ประชาชน สิ่งแวดล้อม เข้ามาอยู่ในธุรกิจ ซึ่งโออาร์มี 3 ประเด็นสำคัญ คือ People, Planet และ Profit

People ไม่ได้หมายถึงเฉพาะพนักงาน นักลงทุน ผู้ถือหุ้น แต่หมายถึงถึงชุมชน สังคม และทุกสถานประกอบการที่โออาร์ไปดำเนินธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ ส่วน Planet เน้นในเรื่อง net zero หรือ net neutrality ซึ่งโออาร์กำหนดเป้าเป็น Net Zero 2050

ซึ่งโออาร์จะไม่ทำในแบบกิจกรรม CSR แต่ต้องการให้ทีม plug-in แนวคิดเข้าไปอยู่ในกระบวนการของธุรกิจ ตัวอย่าง Café Amazon For Chance เป็นโมเดลที่ทาง Café Amazon ทำขึ้นมาเพื่อให้คนที่มีความพิการร่างกายไม่เหมือนคนปกติได้รู้ว่าเขามีคุณค่า หลายสาขาจึงมีผู้พิการทางการได้ยิน หรือทหารผ่านศึกที่พิการทางแขน เข้ามาร่วมงาน หรือแนวคิดการมีผู้สูงอายุ 1 ท่าน ใน 1 สาขา ซึ่งตอบโจทย์ P ตัวแรก

ส่วน P ตัวที่สอง Café Amazon ทำเรื่อง upcycling เอาพลาสติก PS มาผ่านกระบวนการทำเป็นเส้นใย แล้วถักทอทำเป็นเสื้อให้บาร์ิสต้าทุกคนใส่ทั้ง 3,500 สาขา หรือแม้แต่เยื่อหุ้มเมล็ดกาแฟก็นำมาผ่านกระบวนการบดอัดเพื่อทำเป็นเฟอร์นิเจอร์

“ปีนี้เราวางแผนไว้ 500 สาขา บาร์ิสต้าจะต้องทำ culture ของตัวเองให้เห็นว่าผู้สูงอายุมีคุณค่า การทำแบบนี้ ทำให้คนมีความหวัง มีความสุข และเป็นสิ่งที่ยั่งยืน แล้ว P ตัวสุดท้ายจะตามมา” จิราพร กล่าวทิ้งท้าย



CHAPTER



04

สัญญาณ ปอปลิ

“คริปโตมายด์”
ช่วยเปิดประตูสู่การเข้าถึง
สินทรัพย์ดิจิทัล

เมื่อเทคโนโลยีเอื้อให้เกิดการกระจายตัวของ การเข้าถึงสินทรัพย์ในรูปแบบใหม่ได้มากขึ้น และจากความชอบสู่การมองเห็นโอกาสทำให้ ‘ซานเจย์’ สัญชัย ปอปสี ตั้งเป้าหมายในการพาบริษัทคริปโตมาช่วยคนจำนวนมากเข้าถึงสินทรัพย์ดิจิทัลอย่างทั่วถึงเท่าเทียม



เพื่อสร้าง Financial Inclusion และพาบริษัทก้าวสู่ความสำเร็จบนเส้นทางสตาร์ทอัพคือการเป็นยูนิคอร์นและเข้าตลาดหลักทรัพย์ฯ ในอีก 3 ปีข้างหน้า

สัญชัย ปอปสี หรือ ‘ซานเจย์’ หนึ่งในผู้ก่อตั้ง บริษัท คริปโตมายด์กรุ๊ป จำกัด (Cryptomind Group) บริษัทให้คำปรึกษาและการลงทุน

ในสินทรัพย์ดิจิทัลชั้นนำของไทย กล่าวกับ The Story Thailand ว่า เขาต้องการพาคนเข้าสู่โลกสินทรัพย์ดิจิทัลอย่างมั่นใจ ด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง และคนดูแลอย่างถี่ถ้วน ด้วยความที่เป็นสตาร์ทอัพจึงอยากสร้างนวัตกรรมให้กับอุตสาหกรรมสินทรัพย์ดิจิทัล และพาบริษัทไปสู่ระดับยูนิคอร์น รวมถึงนำพาคริปโตมาyardกรู๊ป เข้าตลาดหลักทรัพย์ให้ได้ภายในปี 2024

‘ซานเจย์’ ผู้บริหารหนุ่มวัย 35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีสาขา Business and Information Technology จากมหาวิทยาลัยเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย จบแล้วกลับมาเมืองไทยทำงานในตำแหน่งนักวิเคราะห์ข้อมูลดูแลเน็ตเวิร์ก ที่ทอมสัน รอยเตอร์ส (Thomson Reuters) เป็นเวลา 2 ปี ก่อนลาออกมาช่วยทำธุรกิจค้าส่งผ้าของครอบครัวที่มีลูกค้าในประเทศไทย เมียนมา และ สปป.ลาว นาน 7-8 ปี

“เป็นปกติของครอบครัวคนอื่นที่เคยคาดหวังในตัวลูกชาย เรียนจบมาต้องช่วยธุรกิจครอบครัวที่เป็นธุรกิจดั้งเดิม ระหว่างนั้นผมก็สมัครเข้าเรียนปริญญาโท IMBA ที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ด้วย” ซานเจย์กล่าว

ที่นี่ทำให้เขาได้พบกับ ดร.เอ็ดเวิร์ด รูเบซ ขณะนั้นเป็นผู้อำนวยการโครงการ IMBA เป็นผู้สอนเรื่อง value proposition สอนชุดความคิด การทำสตาร์ทอัพ และการลองผิดลองถูก ขณะเดียวกันเขาได้ลองทำธุรกิจ social enterprise ใช้ชื่อว่า CSA Munching Box บริการขนส่งผักออร์แกนิกจากเกษตรกรทั่วประเทศมาขายให้คนกรุงเทพฯ อีกทั้งยังทำโปรเจกต์จบคือ ‘โครงการผู้กับข้าว’ จัดตลาดนัดเกษตรกรที่ K-Village รวมถึงการช่วยงานพาร์ตไทม์อาจารย์ รับผิดชอบมาให้กับองค์กร

ขณะศึกษาที่ธรรมศาสตร์เขามีโอกาสได้เรียนและรู้จักกับ ดร.การดี เลียวไพโรจน์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ไอโครา จำกัด บริษัทที่ปรึกษาให้ธุรกิจที่ต้องการระดมทุนด้วยสกุลเงินดิจิทัล หรือ Initial Coin

Offering (ICO) ที่มองเห็นว่าซานเจย์มีความสนใจในอุตสาหกรรมคริปโตเคอร์เรนซี จึงชักชวนมาทำหน้าที่ Business Development Manager ให้กับบริษัท

“ตอนนั้นผมสนใจเรื่องสินทรัพย์ดิจิทัล มองว่าเป็นอุตสาหกรรมที่น่าจะเติบโตได้ดีในอนาคต อยากทำงานในอุตสาหกรรมนี้ แต่ยังไม่อยากเปิดบริษัทเอง อยากเรียนรู้ สังเกตประสบการณ์ก่อน”

การตัดสินใจไปทำงานกับไอโคราครั้งนั้นคุณพ่อคุณแม่ของเขาไม่เห็นด้วย อยากให้อยู่ช่วยธุรกิจครอบครัวต่อไป ทั้งมีความเป็นห่วงว่างานใหม่ที่จะทำนั้นมีความน่าเชื่อถือไหม แต่เขาก็เลือกที่จะเดินไปบนเส้นทางใหม่ที่ท้าทายมากกว่า

จากความสนใจส่วนตัวสู่มืออาชีพ

เรื่อง Financial Inclusion ทำให้เราเข้าใจเรื่องปรัชญาการเงินมากขึ้น
ว่าเป็นมากกว่าการลงทุน

ซานเจย์เริ่มสนใจในเรื่องสินทรัพย์ดิจิทัลมาตั้งแต่ปี 2016 แต่มีความเข้าใจและรู้จักคริปโตเคอร์เรนซีมากขึ้นเมื่อได้อ่านหนังสือ Blockchain Revolution “Blockchain เปลี่ยนโลก” โดย Don Tapscott และหนังสือ “The Bitcoin Standard ระบบการเงินทางเลือกใหม่ไร้ศูนย์กลาง”

“เรื่องของ Financial Inclusion หรือโอกาสการเข้าถึงบริการทางการเงิน โดยไม่จำกัดว่าต้องทำผ่านธนาคาร ทำให้เห็นเทรนด์สำคัญของโลกว่ามีเรื่อง AI, Robotic, Big Data และ Blockchain เป็นหนึ่งในนั้น ทำให้เราเข้าใจเรื่องปรัชญาการเงินมากขึ้น ว่าเป็นมากกว่า

การลงทุน” เขาเล่าถึงที่มาที่ทำให้อยากเข้าวงการนี้

ซานเจย์มองว่าปัญหา Financial Inclusion ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ คนที่ไม่ค่อยมีเงินจะเข้าถึงบริการการเงินได้ยาก ลงทุนได้ยาก แต่คริปโตเคอร์เรนซีทำให้เขาเห็นทางออกว่าเงินเพียงนิดเดียวก็สามารถลงทุนได้ ใคร ๆ ก็สามารถโอนถ่ายมูลค่าหากันได้

“พอเห็นภาพตรงนี้แล้วจึงไปศึกษาเรื่องบล็อกเชนเพิ่ม ทำให้รู้ว่าสิ่งที่ศึกษามาไม่ใช่ต่อยอดได้เฉพาะวงการการเงินอย่างเดียว มีเรื่องของ NFT เข้ามาเกี่ยวข้อง กับภาพใหญ่ ๆ access organization ที่เคยมาหลายปีแล้ว ผมได้เห็นภาพมากขึ้น คล้าย ๆ ฟินเทค ที่ไม่ต้องมีตัวกลาง ไม่ต้องมีขั้นตอนวุ่นวาย”

ICO เป็นการเปิดโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินให้ง่ายขึ้น
ถ้าต้องทำภายใต้กฎระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานรัฐ
ก็เหมือนเข้าไปในระบบเดิม

ช่วงอยู่ไอโคราเขาช่วยดูแลหลักสูตร Crypto Asset Revolution ซึ่งเป็นคอร์สอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลภายใต้ ICO Academy นอกเหนือจากบริการให้คำปรึกษาหรือ ICORA Advisory ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องสินทรัพย์ดิจิทัลยิ่งขึ้น แต่หลังจากทำงานได้ 1 ปี 2 เดือน บริษัทปิดกิจการเนื่องจากเผชิญข้อจำกัดทางกฎหมาย ทำให้การดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผน ที่สำคัญการขอใบอนุญาต ICO Portal กับ ก.ล.ต. ติดขัดกฎระเบียบมากมาย

“ไอโคราเป็นบริษัทแรก ๆ ที่ทำ Initial Coin Offering Advisory ให้คำปรึกษาและแนะนำเรื่องการออกเหรียญ จริง ๆ คอนเซ็ปต์ดี แต่มีคำถามเข้ามาเยอะ เพราะตอนนั้นยังไม่มีใครรับทำเรื่องพวกนี้ พอเราเริ่ม



เราดูแลสินทรัพย์
ราว 1,200 ล้านบาท
เป้าหมายที่เราวางไว้
ในปีนี่คือสร้างมูลค่าพอร์ต
โพลีโอมการลงทุน
เพิ่มขึ้น 10 เท่า
เป็น 12,000 ล้านบาท



สัญญา ปอปลี



ทำไปก็มีเรื่องกฎเกณฑ์เข้ามาเกี่ยวข้องมากมายสุดท้ายต้องหยุดไป”

ในมุมมองของซานเจย์เห็นว่าเรื่อง ICO เป็นการเปิดโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินให้ง่ายขึ้น คนลงทุนได้อย่างเสรี ถ้าต้องทำภายใต้กฎระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานรัฐ ก็เหมือนเข้าไปในระบบเดิม ซึ่งไม่ใช่จุดประสงค์ของ ICO

จุดเริ่มต้น ‘คริปโตมายด์ กรุ๊ป’

หลังจากไอโคราไม่ได้ไปต่อ เขาได้เข้าร่วมงานกับ ฟิวเจอร์ บล็อก บริษัทบล็อกเชนจากประเทศเกาหลี แต่ก็ซำรอยเดิม เพียงไม่กี่เดือนก็กิจการจากแดนโสมก็ยุติลงจากปัญหาการขอใบอนุญาตล่าช้าเพราะ ก.ล.ต. มีเงื่อนไขการพิจารณาที่ยากกว่าเดิม

ช่วงระหว่างทำงานที่ไอโคราเขาได้รู้จักกับ กานต์นิธิ ทองธนากุล (คิม) ผู้ก่อตั้งเพจ Bitcoin Addict Thailand และ อัครเดช เดี่ยวพานิช (เอ) ผู้ก่อตั้ง Coinman และผู้ร่วมเขียนหนังสือ Digital Asset Investment 101 ทั้งสามพบปะพูดคุยกันเป็นประจำ และทำโปรเจกต์ร่วมกัน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นให้พวกเขาร่วมกันก่อร่างสร้างบริษัทในเวลาต่อมา

ปี 2018 บริษัท คริปโตมายด์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นเพื่อให้บริการคำปรึกษาและแนะนำเกี่ยวกับการลงทุนคริปโทเคอร์เรนซี ช่วงแรกเริ่มลูกค้าจะมีโจทย์หรือคำถามเข้ามาให้ช่วยหาคำตอบ ไม่ว่าจะเป็นการทำตลาดโมเดลธุรกิจ การออกเหรียญ มีคอมมูนิตี้เข้ามาช่วย แลกเปลี่ยนการลงทุนกัน จนกลายเป็นบริษัทที่ลงทุนกันเองระหว่างผู้ก่อตั้งกับลูกค้า

“ตอนแรกยังไม่รู้ว่าวงการนี้จะไปทิศทางไหน รู้แค่ว่ากระแสมาแนวเราลงทุนร่วมกันด้วยความชอบ โดยไม่ได้คิดเรื่องของผลประโยชน์เท่าไรนัก เน้นสร้างความรู้ความเข้าใจ บางครั้งก็ชวนกันไปต่างประเทศ

ดูอีเวนต์ ดูว่าเขาคุยอะไรกัน ในใจก็คิดว่าเมื่อมีโอกาสเจอลูกค้าต่างชาติที่ต้องการเจาะตลาดไทย ทำเหรียญในไทยกับเรา” ซานเจย์ กล่าว

ปี 2020 ทีมผู้ก่อตั้งต่างเล็งเห็นความน่าสนใจในตัว DeFi (Decentralized Finance) หรือระบบการเงินแบบไร้ตัวกลาง เริ่มศึกษาหาข้อมูลการทำกำไรจากเหรียญคริปโท (Yield Farming) เริ่มมีคนที่สนใจให้ช่วยสอน ในขณะเดียวกันระหว่างทางก็มีคนมาขอคำปรึกษาเห็นว่าทีมมีความสามารถด้านการลงทุนแบบเน้นคุณค่า (value investing) บนธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล มีลูกค้านำเงินมาให้ลงทุน ทีมจึงต้องกลับมาทบทวนว่าโอกาสทางธุรกิจอยู่ตรงไหนบ้าง

เมื่อเริ่มมองเห็นโมเดลของกองทุนคริปโท ว่าตอบโจทย์ลูกค้าชาวไทย เขาและทีมจึงตั้ง บริษัท คริปโตมายด์ กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด ขึ้นโดยมี 3 ธุรกิจ คือ หนึ่ง คริปโตมายด์ แอดไวซอรี (Cryptomind advisory) ทำอีเวนต์ สร้างความรู้ความเข้าใจ ทำวิจัยต่าง ๆ สอง เมอร์เคิล แคปปิตอล (Merkle Capital) ทำกองทุนสินทรัพย์ดิจิทัล และสาม คริปโตมายด์ แล็บ (Cryptomild Lab) เน้นทำโปรเจกต์คริปโท

“ตอนนั้นเมอร์เคิล แคปปิตอล ทำเรื่องของ DeFi Game ด้วย ซึ่งในขณะนั้น ก.ล.ต. ยังไม่มีใบอนุญาตระบบการเงินแบบไร้ตัวกลาง จึงต้องแยกธุรกิจออกมาเป็นอีก 1 ธุรกิจ คือ เอลเครม แคปปิตอล (Elkrem Capital) ปัจจุบันดูแล DeFi ให้ลูกค้า”

ทิศทางปี 2022 หลังได้รับใบอนุญาต

ปี 2021 คริปโตมายด์ กรุ๊ป ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลจากกระทรวงการคลัง ภายใต้ พ.ร.ก.การประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ.2561 เพื่อประกอบธุรกิจที่ปรึกษาสินทรัพย์ดิจิทัล



••

โปรเจกต์กิลด์ฟาย
เป็นกรณีศึกษา
ที่ประสบความสำเร็จ
ในประเทศไทย
สามารถระดมทุน
ระยะเริ่มต้นมูลค่า
200 ล้านบาท
ได้จากนักลงทุน
แถวหน้า
ระดับโลก

••

ประเภท “ที่ปรึกษาโทเคนดิจิทัล” จากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) และวันที่ 4 มกราคม 2022 ได้รับใบอนุญาตเป็น “ผู้จัดการเงินทุนสินทรัพย์ดิจิทัล” รายแรกของประเทศไทย ภายใต้แบรนด์เมอร์เคิล แคปปิตอล

“ปัจจุบันเราดูแลสินทรัพย์ราว 1,200 ล้านบาท เป้าหมายที่เราวางไว้ในปีนี้ คือ การสร้างมูลค่าพอร์ตโฟลิโอการลงทุนหรือ AUM ของบริษัทเพิ่มขึ้น 10 เท่าเป็นอย่างน้อย หรือประมาณ 12,000 ล้านบาท ซึ่งจะได้จากการบ่มเพาะโปรเจกต์เพิ่ม นอกเหนือไปจากกิลด์ฟายที่เราทำอยู่ รวมถึงการผลักดันกิลด์ฟายให้เป็นโปรเจกต์ระดับโลกขึ้นไป” ชานเจย์ กล่าว

ปัจจุบัน บริษัท คริปโตมายด์ กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด มี 4 หน่วยธุรกิจ ซึ่งมีมูลค่าทางธุรกิจ และดัชนีชี้วัด (KPI) ที่ชัดเจน ต่างกันออกไป

หนึ่ง คริปโตมายด์ แอดไวเซอร์ เน้นการทำวิจัยเพื่อรองรับธุรกิจของเมอร์เคิล แคปปิตอล ให้คำปรึกษาองค์กร จัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้ด้านการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล โดยปีนี้ตั้งเป้าจะทำงานร่วมกับองค์กรชั้นนำของไทยมากขึ้น สร้างโมเดลธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล และสร้างโครงสร้างพื้นฐานให้แก่ลูกค้าใหม่ ด้วยการนำสินทรัพย์ดิจิทัลเข้าไปรวมกับธุรกิจ ทำชุมชนดิจิทัลให้

“เรากำลังคุยกับบริษัทใหญ่หลายราย การนำสินทรัพย์ดิจิทัลไปใช้ในองค์กรของลูกค้านั้นต้องมีการพูดคุยว่าจะนำไปใช้ในส่วนไหน หรืออย่างไรได้บ้าง คิดกลไกเศรษฐกิจศาสตร์เหรียญ (Token Economic) โดยทีมเราเป็นที่ปรึกษาโมเดลธุรกิจให้กับเขา”

สอง เมอร์เคิล แคปปิตอล ทำงานแยกออกมาเป็น 2 ส่วน คือ การดูแลสินทรัพย์ดิจิทัลให้แก่ลูกค้า ดูแลสินค้าเรอตรงที่ออกมา ในปีนี้จะมีการเพิ่มมูลค่าพอร์ตโฟลิโอการลงทุน คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมา

หลังจากที่ได้ใบอนุญาต จะเน้นการทำพาร์ทเนอร์ชิปแบบ B2B หรือธุรกิจกับธุรกิจ

สาม เอลเคม แคปปิตอล ดูแล DeFi ให้ลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าอยากทำ DeFi จะนำเสนอกลยุทธ์การทำกำไรแบบ Yield Farming ให้ลูกค้าไปด้วย โดยเน้นรองรับนักลงทุนเอกชนกลุ่มไฮเน็ตเวิร์ก และวางแผนจะมีสินค้าใหม่เพิ่มอีก 4-5 ตัว เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าที่ยังไม่รู้จะเริ่มลงทุนอย่างไร เป็นการช่วยสนับสนุนโปรเจกต์ที่บ่มเพาะไปด้วยกัน

ส่วนที่สี่ คริปโตมายด์ แล็บ เน้นทำโปรเจกต์คริปโท อย่างกิลด์ฟายที่เป็นเรือธง ทั้งมีแผนจะบ่มเพาะโปรเจกต์มากขึ้น รวมถึงคิดค้นหาวิธีต่อยอดให้กับโปรเจกต์เดิม

“ขณะนี้เรามีหลายโปรเจกต์ที่น่าสนใจเข้ามาให้พิจารณาเพื่อบ่มเพาะอย่างไรก็ตามคริปโตมายด์ แล็บก็ยังมุ่งหน้าสร้างและพัฒนาโปรเจกต์หลักอย่างตัวกิลด์ฟายให้ดีที่สุดก่อน”

เบื้องหลังความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ของ ‘กิลด์ฟาย’

ปัจจุบันคริปโตมายด์บ่มเพาะโปรเจกต์ “กิลด์ฟาย” (GuildFi) แพลตฟอร์ม GameFi อันดับหนึ่งของเมืองไทย โดยดูแลการทำพาร์ทเนอร์ชิป ช่วยเชื่อมต่อกิลด์ฟายให้กับพันธมิตรทางธุรกิจที่อยู่ในประเทศไทย และทำสื่อสารการตลาด กับทำ business development รวมทั้งออกแบบกลไกเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเหรียญ Token นอกจากนี้ ยังทำพาร์ทเนอร์ชิปกับนักลงทุนต่างชาติจากทั่วโลก ซึ่งโปรเจกต์กิลด์ฟายนี้ถือเป็นกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย

ปลายปี 2021 กิลด์ฟายสามารถระดมทุนระยะเริ่มต้น (seed round) มูลค่า 200 ล้านบาท (6 ล้านเหรียญสหรัฐ) ซึ่งนำโดยนักลงทุน

แถวหน้าระดับโลก ได้แก่ DeFi Capital นักลงทุนในโปรเจกต์ GameFi ระดับโลก หรือ Hashed ธุรกิจเงินร่วมลงทุนของประเทศเกาหลี และ Pantera Capital บริษัทด้านการลงทุนที่มีชื่อเสียงวงการบล็อกเชน รวมถึงบริษัทยักษ์ใหญ่ออย่าง Guinness Ventures ซึ่งเป็นกองทุนระหว่างประเทศระดับต้น ๆ ของโลก

ซานเจย์ บอกว่ายังมีนักลงทุนฝั่งยุทธศาสตร์เกม 3 บริษัทที่มาช่วย ได้แก่ Animoca ที่ลงทุนในคริปโทเกมโดยเฉพาะ Dapper Labs บริษัทผู้อยู่เบื้องหลัง NBA Top Shot และบล็อกเชน Flow เป็นทีมผู้พัฒนาของสะสมดิจิทัลที่มีชื่อเสียงระดับโลก และสุดท้ายคือ Play Venture ที่ลงทุนในเกมโดยเฉพาะเหมือนกัน

“กิลด์ฟายตั้งขึ้นมา 4 เดือนมีนักลงทุนแนวหน้าระดับโลก 5 ราย นักลงทุนฝั่งยุทธศาสตร์เกม 3 ราย นอกจากนี้ยังมีนักลงทุนฝั่งเวียดนามอย่าง Coin98 Ventures ซึ่งเป็นหนึ่งในชุมชนเกมออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในเวียดนาม ทำกระเป๋าสตางค์สำหรับเก็บเหรียญที่ชื่อว่า ‘Coin98’ ถือเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ที่มีคุณค่ามาก ทั้งยังช่วยผลักดันยอดการเติบโตในตลาดเอเชียให้กับกิลด์ฟายด้วย” ซานเจย์ กล่าว

The Story Thailand อยากรู้ว่าอะไรเป็นปัจจัยทำให้กิลด์ฟายได้รับความสนใจจากนักลงทุนทั่วโลกขนาดนี้ ซานเจย์ บอกว่า ตัวคอนเซปต์ของกิลด์ฟายเองที่เพิ่งก่อตั้งขึ้นมาไม่นาน โดยเห็นมุมมองจาก Yield Guild Games : YGG ของฟิลิปปินส์ที่มีชื่อเสียงด้านการสร้างเกม มีเครือข่ายทั่วโลก

“เขาเป็นนายทุนให้คนเข้ามาเล่นเกมจนได้รับความนิยม เราเห็นว่าเขาทำได้ก็อยากลองบ่มเพาะโปรเจกต์กิลด์ฟายดูบ้าง แล้วลองนำไปเสนอนักลงทุนสายคริปโทฯ ดู ซึ่งก็ได้รับการตอบรับอย่างดี”

ในมุมมองของเขา โลกของคริปโทฯ ทุกอย่างเกิดขึ้นรวดเร็ว ใครมี



โมเดลธุรกิจที่ดีลงมือทำได้เร็วกว่าจะได้เปรียบ เพราะอุตสาหกรรมนี้มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ซานเจย์ เล่าให้ฟังต่อว่า ปีนี้กระแส GameFi มาแรงมาก ด้วยแรงกระตุ้นจากเกม Axie infinity ทำให้สามารถระดมทุนได้เร็ว จะให้รอสถานการณ์พร้อมแล้วค่อยระดมทุนไม่ได้ ดังนั้นคนทำธุรกิจจึงต้องสร้างแพลตฟอร์ม แล้วเปิดให้ใช้งานเข้ามาใช้งานทันที จากนั้นทำเรื่องระดมทุนระยะแรก แล้วเปิดตัวต่อสาธารณะ โดยไปทำการระดมผ่านเว็บไซต์ Copper Launch

เขาอธิบายว่าที่ต้องใช้วิธีระดมเพราะการทำ Guild (ระบบจัดการผู้เล่นเกมออนไลน์) ต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก เนื่องจากจะต้องนำเงินทุนไปลงในเกมต่าง ๆ สร้างระบบนิเวศให้เกม รวมถึงซื้อสินทรัพย์ NFT

“เกมมีสินทรัพย์ดิจิทัลต่าง ๆ ที่สามารถเอามาขายผ่านแพลตฟอร์มของเรา ผู้เล่นเกมที่ยากมาซื้อของในแพลตฟอร์มก็จะได้รับส่วนลด ที่เราเรียกว่า game experience point หรือคะแนนสะสมประสบการณ์



การเล่นเกมนิแพลตฟอร์ม ยิ่งเล่นเกมมากก็จะยิ่งได้รับคะแนนสะสมมาก ซึ่งจะกลายเป็นคะแนน NFT ทางกิลด์ฟายก็จะได้อะไรของคนเล่นเกมจริง ๆ ว่าคนกลุ่มไหนเข้ามาเล่นเกมแบบ play-to-earn กลุ่มไหนเล่นเกมแบบ play-to-win ซึ่งในโลกของความเป็นจริง เกมต้องการผู้เล่นที่เป็น play-to-win มากกว่า play-to-earn”

เขาเสริมว่า “ตอนนี้เกมเกิดขึ้นเยอะ คนอาจไม่รู้ว่าเกมไหนดีไม่ดีจริงแค่ไหน เราจะทำให้กิลด์ฟายเป็นแพลตฟอร์มที่คัดเลือกเกมดี ๆ เข้ามา เลย์เน้นให้แพลตฟอร์มนี้เป็น Game History คนที่เข้ามาในแพลตฟอร์มจะรู้ว่าเกมในแพลตฟอร์มนี้เป็นเกมแถวหน้าของอุตสาหกรรมเกม เป็นเกมที่เล่นดีจริง ไม่ใช่เกมหลอกหลวง” ชานเจย์ กล่าวถึงจุดแข็งที่กิลด์ฟายพยายามทำ

การที่กิลด์ฟายประสบความสำเร็จอย่างมากในการระดมทุนจากนักลงทุนทั่วโลก ชานเจย์ สรุปว่ามาจาก 3 ปัจจัยสำคัญ คือ หนึ่ง องค์ประกอบคุณค่าหลัก (core value composition) ของสิ่งที่เขาจะทำได้ คนที่ทำเรื่องพวกนี้ค่อนข้างน้อย สอง ทีมที่ช่วยบ่มเพาะของคริปโตมายด์ มีประสบการณ์ทำงานร่วมกับนักลงทุนต่างชาติในอุตสาหกรรมนี้มา

นาน 4-5 ปี ทำให้นักลงทุนเชื่อมั่นในตัวทีมและความคิดที่ทีมนำเสนอ อีกปัจจัยสำคัญคือ การมีฐานเครือข่ายชุมชนที่แข็งแกร่งในไทย เป็นกุญแจสำคัญที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับกิลด์ฟาย

“คนที่อยู่ในชุมชนมีมากพอสมควร หลาย ๆ ธุรกิจเงินร่วมทุนจะเห็นคุณค่าจากชุมชนนี้ เรามีการทำโปรแกรมเงินทุนตั้งแต่เริ่ม เป็นนายทุนให้คนที่เข้ามาเล่นเกมสลับไปมา ช่วงแรกเราจับแค่นั้นหนึ่งพันทีม แต่คนสมัครเข้ามาเป็นหมื่น”

ชานเจย์ เปิดเผยตัวเลขว่า ในระยะแรกกิลด์ฟายมีคนในชุมชนประมาณพันคน ผ่านไปแค่ 4 เดือน มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็นเกือบสองหมื่นคน

เขาเชื่อว่าคริปโตเคอร์เรนซี บล็อกเชน และเทคโนโลยีใหม่ ๆ จะเข้ามาดิสรัปอุตสาหกรรมเกมทั้งหมด ซึ่งในช่วงแรกที่เข้ามาทำกิลด์ฟายฝั่งผู้เล่นเองก็ยังไม่เข้าใจเรื่องของคริปโตเคอร์เรนซีเหมือนกัน จึงต้องให้ความรู้ สร้างความเข้าใจในเรื่องการใช้วอลเล็ต หรือกระเป๋าสตางค์สำหรับเก็บเหรียญ การเก็บสินทรัพย์ดิจิทัลต่าง ๆ เมื่อเขาทำเป็นจะสามารถเข้าสู่โลกของ GameFi หรือเกมที่สร้างรายได้ได้

“พื้นฐานของคริปโตมายด์ก็โตมากับการศึกษาค้นคว้าค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นการจัดเวิร์กชอป สอนคนเล่น GameFi ตั้งแต่สมัยเริ่มแรก ซึ่งเป็นสิ่งที่ส่งต่อให้แก่ผู้เล่นเกมรายใหม่ได้” ชานเจย์ กล่าว

เป้าหมายสูงสุดของ ‘คริปโตมายด์ กรุ๊ป’

“นำพาผู้คนเข้าสู่โลกสินทรัพย์ดิจิทัลอย่างมั่นใจด้วยข้อมูลที่ถูกต้อง และมีคนดูแลอย่างถี่ถ้วน” ชานเจย์ กล่าววว่า นี่เป็นความตั้งใจของคริปโตมายด์ที่พยายามทำมาตลอด

ส่วนเป้าหมายทางธุรกิจ ในฐานะที่เป็นสตาร์ทอัพเขาอยากพา



“รอบตัวผมก็มีคนเสียทรัพย์จากตรงนี้โดยไม่รู้ตัว มันเป็นเรื่องของการลงทุน หากคุณมีการจัดการ และมีการวางแผนที่ดี การจัดการรายการต่าง ๆ ที่ถี่ถ้วนและรอบคอบ คุณก็จะประสบความสำเร็จ หากคุณยังทำได้ไม่ดี คุณก็จะสูญเสียไม่ต่างอะไรกับคนที่เข้าไปลงทุนในตลาดหลักทรัพย์” ชานเจย์ กล่าวทิ้งท้าย



บริษัทประสบความสำเร็จไปสู่ระดับยูนิคอร์น หรือธุรกิจที่มีมูลค่าบริษัทมากกว่า 1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อสร้างนวัตกรรมให้กับอุตสาหกรรมสินทรัพย์ดิจิทัล เป็น one-stop service solution ในด้านสินทรัพย์ดิจิทัลระดับโลก รวมถึงนำพาคริปโตมายด์ กรุ๊ป เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ให้ได้ภายในปี 2024

สุดท้ายเขากล่าวถึงปัญหาที่มีคนจำนวนไม่น้อยตกเป็นเหยื่อของการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลว่า หากใครสนใจลงทุนด้านนี้ต้องจัดการกับความคิดให้ดี ไม่ว่าอายุขนาดไหน หากเปิดใจเรียนรู้ หรือศึกษาโอกาสใหม่ ๆ จะประสบความสำเร็จได้

CHAPTER



05

ศุภชัย ปาจริยานนท์

คุณหมอ “**นักเร่งสปีด**”
จับเคลื่อนองค์กรด้วยนวัตกรรม

แม้จะเรียนจบหมอ แต่ความหลงใหลในเทคโนโลยีและการลงทุน ทำให้ชื่อของ นายแพทย์ศุภชัย ปาจริยานนท์ หรือหมอคิด เป็นที่รู้จักในวงการสตาร์ทอัพ และการตลาดดิจิทัล เขาเป็นผู้ก่อตั้งบริษัทแมคฟิวว่า (MCFIVA) ผู้บุกเบิกวงการโฆษณาออนไลน์ในประเทศไทย และอยู่เบื้องหลังการทรานส์ฟอร์มระบบสารสนเทศให้กับโรงพยาบาลชั้นนำในเมืองไทย



ยิ่งไปกว่านั้นยังเป็นผู้ก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร RISE สถาบันเร่งสปีดนวัตกรรมองค์กรแห่งภูมิภาค ที่ตั้งเป้าหมายในการขับเคลื่อน 1% ของ GDP ของภูมิภาคอาเซียนด้วยนวัตกรรมองค์กร

หมอคิดบอกกับ The Story Thailand ว่าก่อนที่ RISE จะเพิ่ม 1% ให้กับ GDP ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้ หมายความว่าแรกคือต้องเพิ่ม 1% ของ GDP ในประเทศไทยก่อน ซึ่งตอนนี้ทำได้ 40% แล้ว และคิดว่าจะถึงเป้าหมายภายในสิ้นปี 2022

RISE ก่อตั้งขึ้นในปี 2016 ด้วยความตั้งใจของหมอคิดที่อยากจะเพิ่ม 1% ให้ GDP ประเทศไทย โดยให้องค์กรกับสตาร์ทอัพมาทำงานร่วมกัน สตาร์ทอัพได้ประโยชน์ องค์กรก็ได้ประโยชน์ รวมถึงตัวเขาเองก็ได้สิ่งที่จะช่วยให้บรรลุเป้าหมายอีกด้วย ถือว่าได้ win-win ทุกฝ่าย

โครงการแรกที่ทำหลังจากจดทะเบียนบริษัท คือ Krungsri RISE เป็นการจับมือกับธนาคารกรุงศรีอยุธยาทำโครงการสนับสนุนสตาร์ทอัพที่สนใจในการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) ให้ยกระดับความคิดและเริ่มต้นธุรกิจได้จริง เป็นจุดเริ่มต้นทำให้คนรู้จัก RISE

“การเร่งสปีดนวัตกรรมองค์กรต้องทำคู่กับองค์กร เพราะเป็น Corporate Innovation หน้าทีของ RISE คือเข้าไปช่วยหาสตาร์ทอัพมาเข้าโปรแกรม บัณฑิตสตาร์ทอัพให้แข็งแกร่งพร้อมที่จะจับมือกับองค์กรในการสร้างธุรกิจใหม่ร่วมกัน”

หมอคิดยืนยันว่า RISE ไม่ใช่ match maker แต่คือ deal maker เพราะงานที่ทำไม่ได้แค่จับคู่ แต่ต้องมีธุรกิจใหม่เกิดขึ้น โดย RISE จะมีบทบาทในการทำให้องค์กรกับสตาร์ทอัพสื่อสารกันง่ายขึ้น และร่วมงานกันได้อย่างราบรื่น

ปีแรกมีสตาร์ทอัพเข้าร่วม 15 บริษัท หมอคิดบอกว่าเป็นผลงานที่เขาภูมิใจมาก เพราะเป็น batch ที่มีบริษัทฟินเทคชั้นนำเข้าร่วมทั้งหมด ส่วนปีที่สอง RISE ยังโฟกัสฟินเทคเช่นเดิม แต่ขยายกลุ่มเป้าหมายเพิ่มอีคอมเมิร์ซเข้าไป ทำให้มีตัวเลือกมากขึ้น

การเร่งสปีดนวัตกรรมองค์กรต้องทำคู่กับองค์กร
เพราะเป็น corporate innovation หน้าที่ของเราคือ
เข้าไปช่วยหาสตาร์ทอัพมาเข้าโปรแกรม

“ตัวอย่าง AppMan ตอนนั้นไปทำให้ AIA เป็น AIA x RISE เป็น Corporate Accelerator จับมือสตาร์ทอัพระดับโลกสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่จะเป็นโซลูชันใหม่ให้กับอุตสาหกรรมประกันชีวิตไทย”

นอกจากนี้ยังไปทำให้กับ PTT Digital Solution เป็น PTT Digital x RISE ร่วมเปิดตัวสตาร์ทอัพ 15 ทีม จาก 7 ประเทศทั่วโลก เพื่อให้สตาร์ทอัพได้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการดิจิทัลทรานส์ฟอร์มของกลุ่มปตท.

RISE ทำหน้าที่ 2 อย่าง 1) เป็นตัวช่วยองค์กร ทั้ง Innovation Enabler และ Transformation Enabler ให้กับองค์กรโดยไปหาสตาร์ทอัพมาให้ 2) บัณฑิตเก่ง ๆ ในองค์กร ให้ขึ้นมาเป็นยานลูก

“บริการที่สองเกิดจาก pain point ของเชอร์วิสแรก ลูกค้ามองว่าบริษัทเขามีคนเก่งอยู่แล้ว ทำไมต้องไปหาจากข้างนอก ทำอย่างไรจะปั้นทีมเป็น business unit ใหม่ขึ้นมา หน้าที่ของเราคือการเอาทักษะที่บัณฑิตออฟฟิศมาเป็นร้อย ๆ มาปั้นคนในองค์กร หรือการสร้างสตาร์ทอัพในองค์กรนั่นเอง”

เขายกตัวอย่างการไปช่วย SCG เอาคนของตัวเองเข้ามา ปัจจุบันเชอร์วิสนี้ก่อตั้งเป็นบริษัทชื่อ ‘Dezpax’ รับออกแบบแบรนด์ร้านอาหาร บรรจุกัณฑ์ กล่องอาหารให้แม่ค้าออนไลน์ ก็เป็นผลงานของ RISE ที่ช่วยปั้นจนสามารถแยกตัวออกมาเป็นบริษัทใหม่ได้สำเร็จ

“ผลงานที่ทำให้กับภาครัฐ เช่น PEA VOLTA บริการ EV Charger ที่เกิดจากคนในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค RISE ไปเลือกทีมงานจาก

การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเข้ามาอยู่ในโปรแกรม แล้วปั้นพวกเขาขึ้นมา กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกมาขายจริง สำหรับใครที่มีที่ว่าง เอาเครื่องชาร์จไปติดตั้ง”

“สรุปก็คือ RISE เข้าไปช่วยสร้างธุรกิจใหม่ให้องค์กร ผ่าน 2 วิธีการหนึ่ง หาสตาร์ทอัพจากทั่วโลกมาร่วมกับองค์กรในการสร้างธุรกิจใหม่ (Innovation Scouting) และ สองคือ การสร้างธุรกิจใหม่ หรือปั้นยานลูกจากคนภายในองค์กร หรือที่เรียกว่า Venture Builder ตลอดเวลา 3-4 ปีที่ผ่านมา บัณฑิตในองค์กรไปแล้วราว 10,000 คน ใน 200 องค์กรใหญ่”

ก่อตั้งปีกว่า ขยาย 3 ประเทศ

RISE เริ่มเปิดตัวในประเทศไทยช่วงปี 2016 ถึงปลายปี 2017 มีการขยายขอบเขตออกไปต่างประเทศ ทั้งสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลของทั้ง 3 ประเทศ



• •

ธุรกิจหลัก
ของ RISE เรียกว่า
venture builder
คือ การสร้างธุรกิจใหม่
หรือปั้นยานลูก
ไม่เกี่ยวข้องกับการเงิน
แค่เอาองค์ความรู้
ไปให้เขาใช้

• •

ศุภชัย ปาจริยานนท์



ยกตัวอย่างประเทศสิงคโปร์มีองค์กรชื่อ Enterprise Singapore ทำหน้าที่คล้ายกับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล หรือ DEPA ของไทย ให้เงินสนับสนุน RISE ทุกปี เพราะอยากสร้างอีโคซิสเต็มส์ให้เกิดขึ้นในบ้านเขา

“พอเราประสบความสำเร็จในประเทศไทย กลายเป็นต้นแบบให้กับทั้ง region เพราะไม่มีใครทำได้ครบวงจรแบบนี้ หาสตาร์ทอัพเข้ามาทำงานก็ได้ บัณฑิตเจอรักก็ได้ ทำให้เวลาเราถูกนำไปเทียบกับร้อยละบริษัทที่ทำหน้าที่คล้ายกัน รัฐบาลสิงคโปร์เลือกที่จะให้ทุนกับเรา ยังมีรัฐบาลเป็นพาร์ตเนอร์สนับสนุนเรา เขาจะเป็นคนพาลูกค้ามาให้เรา”

หมอคิดกล่าวเพิ่มเติมว่า “จุดเด่นของ RISE อยู่ที่เมืองครีที่ทำงานร่วมกันกว่า 400 บริษัท รวบรวม 200 บริษัทเป็นองค์กรใหญ่ ที่เหลือเป็น family business ขนาดใหญ่”

Accelerator เหมือนกัน แต่วิธีการรับต่างกัน

เมื่อถามว่าองค์ความรู้ที่นำมาใช้มาจากไหน หมอคิดบอกว่าก่อนจะเริ่มทำ Krungsri RISE เขาคิดเอง และดูจากต่างประเทศว่าเขาทำอะไรบ้าง

สำหรับประเทศไทย เขามองว่าประเทศไม่ได้ถูกขับเคลื่อนด้วยรัฐบาล ประเทศอยู่ได้ทุกวันนี้เพราะมีองค์กรที่แข็งแรง แต่องค์กรต่าง ๆ ขาดการนำเทคโนโลยีมาใช้ RISE เชื่อว่าในวินที่องค์กรยังทำเองไม่ได้ องค์กรเหล่านี้ต้องการเทคโนโลยีไปช่วยเร่งสปีดทำให้เขาโตขึ้น “ถ้าเป็นเช่นนั้นจริง เขาก็น่าจะพร้อมลงทุนกับ RISE”

“สตาร์ทอัพไทยขาดเงินลงทุน ขาดตลาด ไม่มีรายได้ ในขณะที่องค์กรมีลูกค้าเยอะ แต่ขาดเทคโนโลยี RISE จึงทำให้องค์กรจับมือกับ

สตาร์ทอัพ ให้องค์กรต่าง ๆ เอาลูกค้ามาให้สตาร์ทอัพ มาสร้างธุรกิจใหม่กับสตาร์ทอัพ องค์กรเหล่านั้นก็ขายของได้มากขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น นี่คือองค์ความรู้ที่เราศึกษามา”

เขายืนยันว่า “RISE เป็น Accelerator เหมือนกัน แต่วิธีการต่างกัน” เพราะโมเดลในอดีตไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจาก Accelerator ส่วนใหญ่ หาสตาร์ทอัพมาแล้วลงเงินให้ จากนั้นรอสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จ ก็ exit ได้เงินคืน “เราศึกษาโมเดลนี้จาก JFDI ซึ่งวันนี้ปิดตัวไปแล้ว เพราะทำมาเกือบ 10 ปี ไม่มี exit รอไม่ได้เลย เราจึงไม่ใช่โมเดลนี้”

การเริ่มต้นมาทำ Krungsri RISE เนื่องจากรู้จักกับกรุงศรีในฐานะลูกค้าบริการโฆษณาออนไลน์ของ MCFIVA อีกธุรกิจหนึ่งของหมอคิดมานานนับสิบปี จึงเอาโมเดลนี้ไปใช้กับกรุงศรีเป็นที่แรก

“คิดว่าความเชื่อมั่นก็มีส่วน อย่างน้อยกรุงศรีก็รู้ว่าผมตั้งใจทำอะไร ๆ ทุกอย่างที่ทำมันโชว์ออกมาด้วยผลลัพธ์อยู่แล้ว ก็ดีใจมาก ๆ ที่กรุงศรีเชื่อใจ ผมก็คิดว่าผู้บริหารก็มีวิสัยทัศน์มาก ๆ ยอมเปิดใจทดลองกับผม พอลองไปมันก็เวิร์ก แล้วไปต่อ”

จากวันแรกของการก่อตั้ง RISE ในปี 2016 มาถึงวันนี้ หมอคิดบอกว่า วันนี้ตัวเขายังถือเป็นสตาร์ทอัพอยู่เพราะ raise fund จากภายนอกด้วย รวมถึงมีแผนที่จะขยายไปยังต่างประเทศ

กระตุ้นอีก 3,000 ล้านบาทเหรียญ ถึงเป้าในประเทศ

เมื่อถามว่าวันนี้ RISE อยู่ในจุดไหนของเป้าที่ตั้งไว้ว่าจะกระตุ้น GDP ประเทศไทยให้โตเพิ่ม 1% คุณหมอนักเร่งสปีดนวัตกรรมองค์กรบอกว่า เขาวัดผลทุกปี โดยดูว่าสตาร์ทอัพที่ RISE แนะนำให้องค์กร

สามารถเพิ่มรายได้ให้องค์กรได้เท่าไร วัดตัวเลขจากเฉพาะที่เอามารวมกันได้ วันนี้เพิ่ม GDP ไปแล้ว 2,000 ล้านเหรียญสหรัฐ

“GDP ประเทศไทยอยู่ระดับ 5,000 ล้านเหรียญสหรัฐ เราเพิ่มไปแล้ว 2,000 ล้านเหรียญ หรือคิดเป็น 40% ชาติอีก 3,000 ล้านเหรียญ จะถึงเป้าหมาย ซึ่งคิดว่าน่าจะทำได้ในปีนี้”

ปีนี้ RISE มีกลยุทธ์อยู่ 3 เรื่องเพื่อให้ไปถึงเป้าหมายในประเทศที่วางไว้ คือ Enhance, Enrich และ Envision

หนึ่ง Enhance RISE สร้างโมเดลเพื่อวัดระดับนวัตกรรมในองค์กรขึ้นมา ชื่อว่า CIMM – Corporate Innovation Maturity Model เหมือนเป็นเข็มทิศเอาไปใช้วัดระดับนวัตกรรมขององค์กร ได้รับการรับรองจาก YPO - Young President Organization ให้เอาไปเผยแพร่กับ CEO กว่า 30,000 คนทั่วโลก

“มักมีคนถามว่าอยากเป็นแบบกรุงศรี เอไอเอ ปตท. ต้องทำอย่างไร ผมตอบไม่ได้ ต้องไปดูก่อนว่าบริษัทนั้นอยู่ในระดับไหน เราทำโมเดลตัวนี้ออกมาแจกฟรี เพื่อให้ทุกองค์กรวัดระดับนวัตกรรมองค์กรของตนเองได้”

เขาเชื่อว่าโมเดลวัดระดับนวัตกรรมในองค์กรจะเป็นส่วนหนึ่งในการเร่งสปีด 3,000 ล้านเหรียญ เมื่อองค์กรวัดระดับตัวเองแล้ว บางองค์กรก็สามารถทำเองได้ แต่องค์กรที่ทำเองไม่ได้ก็จะมาให้ RISE ช่วยทำโปรแกรม ในปี 2022 RISE จึงเปิดตัวบริการใหม่เป็น “ที่ปรึกษาการเร่งสปีดนวัตกรรมองค์กร” หรือ Corporate Innovation Consulting ซึ่งถือเป็น Growth Driver ของ RISE ในปีนี้

สอง Enrich คือ การเติมให้ครบมากขึ้น ตัวโปรแกรมของ RISE ยังมีจุดที่เพิ่มเติมได้อีก เดิมการทำเทรนนิ่งมีหลักสูตรเดียวคือ Venture Builder ไม่มีหลักสูตรสำหรับผู้บริหาร เมื่อวัดผลแล้วพบว่าองค์กรไปข้าง

หน้าไม่ได้เพราะผู้นำไม่สนับสนุน บางองค์กรผู้นำสนับสนุนแต่ขาดคนทำ จึงเสริมหลักสูตรสำหรับผู้นำเข้าไปด้วยโปรแกรม “DTX (Digital Transformation Xponential)” โดยเอาซีอีโอมาทราบนส์ฟอรัม นอกจากนี้ยังเติมอีกหนึ่งหลักสูตร คือ “New Manager Incubation หลักสูตรเร่งสปีดสำหรับผู้จัดการมือใหม่”

สาม Envision มองอนาคตของ RISE ว่าคงไม่เป็น service company ดังนั้น Envision คือ Tech Team ที่เขาสร้างอยู่ ซึ่งมี Chief Technology Officer เคยทำงานกับ Agoda ทำให้ RISE มี Tech Team ประมาณ 10 ชีวิตภายใน 3 เดือน

เร่งสปีดการเรียนรู้ชีวิตทำงานด้วย Mentorship

“การขับเคลื่อนองค์กรหรือนวัตกรรมทั้งหมด ล้วนเกิดขึ้นจากองค์ความรู้” หมอคิดบอกกับเรา

ดังนั้น RISE จึงมีผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ แพลตฟอร์ม Athena ที่ทำให้ทุกคนเข้าถึงความรู้ได้ง่าย ๆ ให้ทุกคนสามารถเข้าถึง wisdom และ advice จากผู้มีประสบการณ์ เพื่อเร่งสปีดการเรียนรู้ การเติบโตและความสำเร็จผ่านการทำ mentorship ที่เน้นให้เห็นผลลัพธ์จริง

“แพลตฟอร์ม Athena ใช้งานง่าย แคลงทะเบียนเข้าไป อยากรู้เรื่องไหนเพิ่ม ระบบก็จะจับคู่ให้ว่าคุณควรไปคุยกับใคร มีทั้งสตาร์ทอัพและผู้นำองค์กรระดับแนวหน้า ซึ่งเป็น mentor กว่า 400 ชีวิต ระบบจะโชว์ขึ้นมาว่า mentor แต่ละท่านว่างวันไหน ก็กดจองไป เปิดห้องคุยกันแบบเวอร์ชวลบนแพลตฟอร์ม”

หลังจากเปิดตัวเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2022 แพลตฟอร์ม Athena มี mentor จำนวนกว่า 400 คน ประมาณ 60 เปอร์เซนต์ เป็นคนไทย

CORPORATE INNOVATION SUMMIT 2019



RISE
เริ่มเปิดตัว
ในประเทศไทย
ช่วงปี 2016
จนปลายปี 2017
มีการขยายขอบเขตออกไป
ต่างประเทศ
ทั้งสิงคโปร์ มาเลเซีย
และอินโดนีเซีย

RISE - COM
FOR CORPO

GROWTH A

1,000+
20+ C

ที่เหลือเป็นต่างชาติ โดยตั้งเป้าอยากให้เป็นแพลตฟอร์ม global มี mentor เพิ่มขึ้นเป็นหมื่นคน ด้วยสัดส่วนคนไทย 20 เปอร์เซ็นต์ ต่างชาติ 80 เปอร์เซ็นต์ และตั้งเป้ายอดผู้ใช้งานประมาณ 1 แสนคน

SeaX Ventures อีกหนึ่งเครื่องยนต์สำคัญ

นอกจากตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร RISE แล้ว หมอคิดยังสวมหมวกการเป็นผู้บริหารกองทุน SeaX Ventures ที่ถือเป็นหนึ่งในเครื่องยนต์สำคัญของการขับเคลื่อน mission 1% GDP

SeaX Ventures เป็นบริษัทในเครือของ RISE ทำหน้าที่เป็น Venture Capital ระดมทุนได้กว่า 2,000 ล้านบาท จากการลงขันของ 10 องค์การชั้นนำในไทย และผู้บริหารระดับสูงองค์กรชั้นนำจำนวนหนึ่ง เป็นกองทุนที่เข้าไปลงทุนในสตาร์ทอัพที่ซิลิคอนวัลเลย์ เพื่อเอาเทคโนโลยีกลับมาช่วยในองค์กรที่ถือหุ้นกองทุนนี้

“กองทุนนี้จะใหญ่ที่สุดที่องค์กรในประเทศไทยมาลงทุนร่วมกัน เพื่อเปลี่ยนแปลงประเทศ โดย SeaX Ventures มีเป้าหมายชัดเจนคือ ช่วยเพิ่ม 1% GDP ของประเทศ”

จากนักศึกษาแพทย์ สู่อุสสร้างองค์กรนวัตกรรม

เราสงสัยว่าจากคุณหมอมาทำงานด้านเทคโนโลยี และการทรานส์ฟอร์มองค์กรได้อย่างไร นายแพทย์ศุภชัย ปาจริยานนท์ เล่าที่มาให้ The Story Thailand ฟังว่า เขาเป็นคนชอบด้านเทคโนโลยีมาก สมัยเรียนก็เขียนโปรแกรมด้วย ตอนเรียนปี 2 คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ได้เขียน proposal โปรแกรมเล่นหุ่นผ่าน

โทรศัพท์โนเกีย 3310 เข้าร่วมแข่งขันของโนเกีย เพื่อแก้ปัญหาในการเล่นหุ่น จนได้รางวัล Best 5 ของประเทศ ได้เงินรางวัล 1 แสนบาท

เงินรางวัลก้อนนี้เป็นทุนเริ่มต้นตั้งบริษัท First Vision Advantage (FIVA) ทำธุรกิจเทรดหุ้นผ่านโทรศัพท์ ต่อมา SETtrade ขอซื้อลิขสิทธิ์ของระบบไปพัฒนาเป็น SETtrade Streaming ในปัจจุบัน

ระหว่างเรียนแพทย์ปี 5-6 นำประสบการณ์ที่เคยทำโปรแกรมเล่นหุ่นผ่านโทรศัพท์ไปปรับจ้างทำระบบรายงานผลโหวตแบบเรียลไทม์ให้กับรายการ Academy Fantasia ซีซั่น 3-4 ซึ่งเป็นช่วงที่ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งกำลังเริ่ม จนเป็นจุดพลิกผันให้เข้าไปสู่ธุรกิจโฆษณาออนไลน์ในชื่อบริษัท MCFIVA (เปลี่ยนจากบริษัทเดิม FIVA)

ธุรกิจหลักของ MCFIVA คือ Digital Advertising ทำงานร่วมกับแพลตฟอร์มระดับโลกอย่าง Google, Facebook และ Twitter จุดแข็งคือเป็น Performance Marketing การันตีผลลัพธ์กับลูกค้า และยังรับทำเว็บไซต์ ทำแอปพลิเคชันให้องค์กรธุรกิจใหญ่ ๆ ด้วย

SeaX Ventures น่าจะเป็นกองทุนใหญ่ที่สุดที่องค์กรในประเทศไทยมาลงทุนร่วมกันเพื่อเปลี่ยนแปลงประเทศไทย



“ตอนนั้นเมืองไทยยังไม่มีสตาร์ทอัพ ผมก็ทำงานสองอย่าง 7.00-19.00 น. เรียนหมอ คุณคนไข้ หลัง 19.00 ถึงตี 2 ไปทำเทคโนโลยี วนอยู่แบบนี้หลายปี”

หลังเรียนจบแพทย์ คุณหมอทำงานใช้ทุนด้วยการเป็นอาจารย์หมอ เขาเลือกเป็นอาจารย์พยาธิวิทยาคลินิก ด้วยเหตุผลอยากไปดูแลระบบไอทีให้โรงพยาบาล ไม่ใช่เพราะชอบการทำแลป ทำให้ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการทรานส์ฟอร์มระบบในโรงพยาบาลมูลค่า 500 ล้านบาท ได้ทำงานร่วมกับบริษัทที่ปรึกษาระดับโลก ได้เรียนรู้ระบบและวิธีการทรานส์ฟอร์มองค์กร

ขณะเป็นแพทย์ใช้ทุนที่โรงพยาบาลไทรน้อย จ.นนทบุรี ในการทำงาน เขาพบกับปัญหาการเขียนชื่อยาซ้ำ 3 รอบต่อคนไข้หนึ่งราย จากจำนวนคนไข้กว่า 100 คนต่อวัน จึงเสนอขอปรับปรุงระบบให้โรงพยาบาล เขาใช้เวลา 3 เดือน สร้างโปรแกรมและพัฒนาระบบไอทีให้โรงพยาบาลไทรน้อยจนเสร็จ

ต่อมาย้ายจากศิริราชไปอยู่รามาริบดี เพราะได้ทุนเรียนต่อปริญญาโท เรื่อง Health Informatics ที่มหาวิทยาลัยออเรกอน ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้มีส่วนร่วมทำระบบ HIS (Hospital Management Information System) จนเรียนจบ จนมีไอเดียอยากตั้งภาควิชา Medical Informatics ซึ่งไม่เคยมีในไทยมาก่อน

เขาตัดสินใจเปิดบริษัท ITEUS (IT is all about us) ทำธุรกิจด้าน healthcare เพราะคิดว่าระบบที่พัฒนานี้น่าจะนำไปใช้ที่อื่นได้อีก ธุรกิจหลักคือการทำซอฟต์แวร์ระบบ HIS สำหรับโรงพยาบาลขนาดไม่เกิน 1,000 เตียง โดยใช้ชื่อ Hospitus นอกจากนี้ยังให้บริการที่ปรึกษาด้านการทำ Healthcare IT System

ต่อมายุติกิจการ ITEUS กลับมาโฟกัสธุรกิจโฆษณาที่ MCFIVA

เพราะเทรนด์ออนไลน์เติบโต ขณะที่ทำธุรกิจ MCFIVA ช่วงปี 2015 หมอคิดตัดสินใจยุติบทบาทการเป็นหมอ ช่วงนี้เขาทำงานหลายอย่าง รวมทั้งเรียนต่อที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ในหลักสูตร Executive Program และไปใช้ชีวิตอยู่ในซิลิคอนวัลเลย์ พยายามค้นหาตัวเองและหาเวนเจอร์ใหม่ ๆ

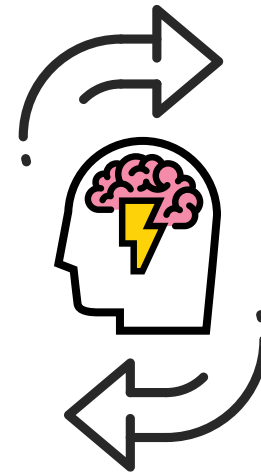
“ผมคิดอยู่ตลอดว่าทำอะไรที่ไม่ใช่ได้แค่เงิน แต่ต้องมีวัตถุประสงค์ชัดเจน และมีอิมแพคในวงกว้างด้วย” หลังจากจบหลักสูตรที่สแตนฟอร์ด ทำให้เขาแน่ใจว่าสิ่งที่เขาเลือกเดินนั้นมาถูกทาง จึงกลับมาก่อตั้งบริษัท RISE สถาบันเร่งสปีดนวัตกรรมองค์กร โดยหวังว่าจะสามารถเติบโตเป็นบริษัทระดับภูมิภาคในที่สุด



PART

Brain Reverse

TWO



CHAPTER



01

ดร.พนชิต กิตติปัญญางาม

สร้าง **Ztrus** เป็น **Deep Tech** ไทย
ไปลุยตลาดโลก

ความคิดที่จะพิสูจน์ให้เห็นว่า การทำ tech commercialization ในประเทศไทยแข่งขันกับตลาดโลกได้ ทำให้ ดร.พนชิต กิตติปัญญางาม ประธานกรรมการผู้จัดการใหญ่ และผู้ร่วมก่อตั้ง Ztrus สตาร์ทอัพที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง นำประสบการณ์จากต่างประเทศ และในประเทศที่สั่งสมมากกว่า 20 ปี สร้างบริการด้านการแปลงเอกสารเป็นข้อมูลดิจิทัลด้วย OCR และ AI เพื่อช่วยลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ และความสามารถการแข่งขันให้ธุรกิจไทย ก่อนจะขยายสู่ตลาดอาเซียนและตลาดทั่วโลก



สู่นักวิจัยไทย ในรัฐบาลสิงคโปร์

ดร.พนชิต หรือดร.ก้อง เติบโต ในครอบครัวที่ทำธุรกิจตรวจสอบและให้คำปรึกษาด้านบัญชี หลังเรียนจบปริญญาตรีและปริญญาโทด้านวิศวกรรมจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับทุน Oversea Research Scheme ไปศึกษาในระดับปริญญาเอกที่มหาวิทยาลัยแมนเชสเตอร์ ประเทศอังกฤษ ด้าน computer vision

ขณะเรียนปริญญาเอกได้ยื่นใบสมัครเข้าทำงานที่สถาบัน “เอสตาร์” (A*STAR : Agency for Science, Technology and Research) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่รัฐบาลสิงคโปร์ตั้งใจพัฒนาให้เป็นสถาบันวิจัยระดับโลก เนื่องจากสมัยเรียนปริญญาได้ทุนวิจัยจากศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) จึงได้รับรู้ว่าเนคเทคมีผลงานเทคโนโลยีออกมามากมายแต่ขายไม่ได้

“ต่างกับตอนเรียนอยู่ที่อังกฤษ เห็นโครงการบ่มเพาะของเขาแยกตัวออกมาตั้งบริษัทใหม่จำนวนมาก”

ในฐานะนักวิจัยเขาเข้าใจว่าทำไมประเทศไทยทำไม่ได้ จึงมองหาสถาบันที่ทำงานคล้ายกับเนคเทค หวังเข้าไปเรียนรู้เพื่อหาคำตอบ จนพบว่าที่สิงคโปร์มีเอสตาร์ที่มีแพลตฟอร์มทำงานได้ดี

ในวัย 26 ปี เขาได้เข้าไปทำงานในตำแหน่งนักวิทยาศาสตร์ระดับ 2 ด้าน AI ในหน่วยงาน Institute for Infocomm Research (I2R) ในฐานะ foreign partner ทำงานวิจัยเพื่อขายเชิงพาณิชย์

“ตอนแรกทำงานอยู่ในหน่วยงานของรัฐ มีบริษัทมาซื้อเทคโนโลยีของเราไปใช้ในห้องปฏิบัติการของเขา จึงได้เข้าไปเป็นหัวหน้าโปรเจกต์งาน ทำหน้าที่บริหารจัดการทีมและช่วยทรานเฟอร์เทคโนโลยีของเราให้เข้าไปในองค์กรตามที่เขาต้องการ”

ภารกิจนี้ทำให้เขาต้องคิดหาวิธีที่จะทรานเฟอร์เทคโนโลยีออกมาสู่ตลาด โดยไม่เพียงต้องทำความเข้าใจกระบวนการจัดการงานวิจัยเท่านั้น แต่ยังต้องเรียนรู้วัฒนธรรมเข้ากับธุรกิจ ต้องเรียนรู้การทำงานร่วมระหว่างรัฐกับเอกชน

“หากนักวิจัยถูกบีบให้ไปหาเงินจากกระทรวงอื่น บริษัทเอกชนที่อยู่อีกกระทรวงก็จะวิ่งมาหานักวิจัยคนนั้น เป็นกลยุทธ์ของรัฐในการทำให้เอกชนและนักวิจัยมาเจอกัน ซึ่งประสบความสำเร็จมาก”



ประสบการณ์
ที่เคยทำ
เทคโนโลยีแลนด์สเคป
ทำวิจัยการตลาด
วิจัยเทคโนโลยี ทั้งหมด
ถูกนำมาพัฒนา
เป็นเทคโนโลยี
Ztrus OCR



ดร.พนชิต กิตติปัญญางาม



ดร.ก้องอธิบายเพิ่มเติมว่า เอสตาร์มีโมเดลที่เจอตอนักวิจัย เขามีเป้าหมายที่ชัดเจน มี KPI ชัดเจน อีกทั้งยังมีทางออกเพื่อช่วยให้นักวิจัยไปถึงเป้าหมายด้วย

"เขาไม่ได้สนใจเรื่องการเบิกจ่ายงบประมาณอย่างเคร่งครัด ผมสามารถให้อย่างไรก็ได้ในงบประมาณที่ผมมี แต่ต้องทำให้ถึงเป้าหมายที่วางไว้"

ระยะเวลา 6 ปีที่เอสตาร์ เขาได้ประสบการณ์มากมายจากการสวมหมวกสองใบ เพราะต้องทำงานวิจัยควบคู่กับหาเงินเข้าสถาบัน ต้องคิดวิธีเอางานวิจัยไปขายให้บริษัทเอกชน ทั้งยังได้เรียนรู้วิธีการสื่อสารกับคนหลากหลาย ไม่ใช่แค่ักวิจัยเพียงเท่านั้น และต้องเรียนรู้การทำงานกับทีมงานชาติ ที่มีทั้งนักวิจัยชาวไทย พม่า อินเดีย จีน มาเลเซีย รวมทั้งสิงคโปร์

กลับมาทำงานหลายบทบาททั้งภาครัฐและเอกชน

ครั้งหนึ่งเขามีโอกาสได้พบกับ พรณพิมล สุวรรณพงศ์ ซึ่งขณะนั้นเป็นอัครราชทูตที่ปรึกษา จากการทำงานเป็นอาสาสมัครที่สถานเอกอัครราชทูต ณ สิงคโปร์ เขาถูกถามว่าทำงานให้ประเทศสิงคโปร์มานานแล้ว อยากกลับไปทำงานให้ประเทศไทยบ้างหรือไม่ ทำให้ตัดสินใจกลับมาเริ่มต้นชีวิตการทำงานที่ประเทศไทยในตำแหน่ง Assistant Director ที่บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ทำงานวิจัยและพัฒนาให้กับศูนย์นวัตกรรมที่เปิดให้บริการในปี 2012

ช่วงเวลา 4 ปีที่นี้ เขามีโอกาสได้พบกับ ดร.พิเชฐ ดุรงคเวโรจน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และ ดร.สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ ประธานสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI)

ทั้งสองท่านขอความคิดเห็นในฐานะที่เคยทำงานให้รัฐบาลสิงคโปร์ อยากเห็นโมเดลการทำงานของสตาร์ทอัพที่นั่น จนได้ทำงานกำหนดนโยบายร่วมกัน และมีโอกาสได้เข้าไปช่วยออกแบบโครงการทู อินคิวบ์ ซึ่งเป็นศูนย์บริการแบบครบวงจรในการบ่มเพาะและลงทุนสตาร์ทอัพ เพื่อสร้างธุรกิจนวัตกรรมในระดับนานาชาติ

เขาได้รู้จักกับสตาร์ทอัพรุ่นบุกเบิก รวมถึง ไพท ผดุงถิ่น จาก Builk นายกสมาคม Thailand Tech Startup ในขณะนั้น จนได้ช่วยร่างกฎหมายสตาร์ทอัพ ทำ white paper ฉบับแรกของสมาคมฯ เพื่อเสนอต่อรัฐบาล นับเป็นครั้งแรกที่เขาได้ทำงานกับภาครัฐของไทยในฐานะเอกชน ได้เห็นปัญหาที่เกิดขึ้นมากมาย จึงตัดสินใจลาออกจากทูเพื่อไปสมัครเข้าทำงานที่สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) หรือ Digital Government Development Agency (DGA)

เขาทำงานเป็นผู้อำนวยการฝ่ายนวัตกรรม มีหน้าที่วางแผนขับเคลื่อนโอเพนดาต้า ที่เขาเชื่อว่าเป็นหัวใจสำคัญในการทรานส์ฟอร์มสิ่งต่าง ๆ นอกจากนี้ยังทำเรื่องของไอดี และเพย์เมนต์ โดยเขาได้เข้าไปศึกษา เรียนรู้สิ่งที่ต้องดีลิเวอร์ และออกแบบเฟรมเวิร์ก

"ดาต้า ไอดี และเพย์เมนต์ คือหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนการทรานส์ฟอร์ม แต่ทำไมภาครัฐทำไม่ได้ พอเข้ามาทำเองถึงได้รู้ว่าติดเรื่องกฎหมายที่ทำให้ไม่สามารถนำดาต้ามาใช้ประโยชน์ได้ จึงพยายามเปลี่ยนแปลงโดยเริ่มจากเรื่องข้อมูลการเลือกตั้งย้อนหลังที่ทำร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง"

เขาบอกว่า โอเพนดาต้าเป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นจากภาษีของประชาชน ข้อมูลเหล่านี้ควรเป็นของประชาชน แต่ข้อมูลบางเรื่องก็มีผลต่อความมั่นคงของประเทศ ดังนั้นควรเป็นการเปิดเผยข้อมูลจากค่าเริ่มต้น (open by default) และปิดโดยได้รับการยอมรับ (close by accepted)



โลกของ

software as a service

อยู่ปลายน้ำ

หมุนไวใคร ๆ ก็สนใจ

แต่โลกของเทคโนโลยีต้นน้ำ

หมุนช้า อยู่ได้ยั่งยืน

นี่คือเหตุผลหนึ่ง

ที่ปรับ Ztrus

ให้เป็น deep tech



ซึ่งแนวคิดนี้มีองค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจของสหประชาชาติ (OECD) ประกาศแนวคิดที่จะวัด open data index อยู่แล้วว่าจะอะไรเปิดได้ อะไรเปิดทั้งหมดไม่ได้ นอกจากนี้ยังได้ทำงานร่วมกับ TDRi ที่เรียกว่าชุดข้อมูลที่มีค่าสูง (high value datasets) ตัวไหนเปิดได้ก่อน เกิดประโยชน์ต่อสังคม ทำให้อันดับของประเทศขึ้นก็เปิดชุดนั้น

"เราค้นพบว่านโยบายโอเพ่นดาต้าสอดคล้องกับเรื่องของการบริการดิจิทัลของภาครัฐ คือการนำดาต้าไปใช้ พอไปดูระบบที่รัฐวางไว้ กลับต่างคนต่างทำ จึงเป็นที่มาของการจัดอบรม Digital Service Workshop ดึงเอา 5 หน่วยงานเข้ามา โดยได้ทำโครงการบริจาคเงินออนไลน์ร่วมกับกรมสรรพากร เพื่อนำไปเสริมไปยื่นภาษีได้สะดวกขึ้น ซึ่งเป็นผลงานที่ผมภูมิใจมาก"

เวลา 2 ปีที่ทำเรื่องโอเพ่นดาต้าภายใต้สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล เขาช่วยให้อันดับของประเทศไทยขยับขึ้นมาก มาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลบนเว็บไซต์ดีขึ้น

เริ่มต้นธุรกิจแบบสตาร์ทอัพด้วย Deep Tech

หลังจากผ่านงานภาคเอกชนและภาครัฐทั้งในและต่างประเทศนานนับสิบปี เขาเกิดความคิดอยากออกมาทำธุรกิจของตัวเองโดยการนำเฟรมเวิร์กทั้งหมดที่เรียนรู้มา สร้างเป็นตัวอย่างให้แก่สตาร์ทอัพรุ่นใหม่ที่น่าสนใจ

ข้อมูลชุดเดียวกันมนุษย์กับคอมพิวเตอร์อ่านคนละแบบ
สิ่งที่ Ztrus ทำจนโดดเด่น คือ การนำเอาองค์ความรู้ของมนุษย์
และคอมพิวเตอร์ให้มาพบเจอกัน

เมื่อได้คุยกับนักวิจัยจากเนคเทค ดร.อิทธิพันธ์ เมธเศรษฐ นักวิจัยการอ่านอักขระด้วยแสง (OCR : Optical Character Recognition) และผู้เชี่ยวชาญด้าน AI ที่เกี่ยวข้องกับการแปลงภาพเป็นข้อมูลดิจิทัล กอรปกับเห็นปัญหาของธุรกิจรับทำบัญชีของครอบครัวว่ามีปริมาณกระดาษเอกสารเยอะมาก จึงเกิดไอเดียธุรกิจการแก้ปัญหาขึ้น โดยร่วมกันก่อตั้ง บริษัท แอ็คโคเมท จำกัด หรือ Ztrus เป็นสตาร์ทอัพที่ให้บริการด้านการแปลงข้อมูลสู่ดิจิทัลด้วย OCR และ AI

สิ่งที่ Ztrus กำลังทำอยู่เป็น deep tech เพราะมี R&D
นี่คือสิ่งที่เราแตกต่างจากสตาร์ทอัพทั่วไป

ดร.ก้องบอกว่า ประสบการณ์ที่เคยทำเทคโนโลยีแลนดส์เคป ทำวิจัยการตลาด วิจัยเทคโนโลยี ทั้งหมดถูกนำมาพัฒนาเป็นเทคโนโลยี Ztrus OCR ที่สามารถแปลงข้อมูล (เช่นใบเสร็จ) ออกมาเป็นข้อความจำนวนมาก โดยไม่ต้องเสียเวลาตีพิมพ์ระบบอีก

"เราเคยเป็นผู้ที่นำเทคโนโลยีโอเพ่นซอร์สมาใช้แล้วรู้สึกว่ามีข้อจำกัด เมื่อมีความรู้จึงอยากทำโปรดักส์เทสของตัวเอง พอทดสอบกับโปรดักส์ต่างประเทศที่ทำงานคล้ายกัน ก็รู้สึกว่าการของเราสู้กับระดับโลกได้"

โปรเจกต์นี้มีเทคโนโลยีทรานส์เฟอร์ตั้งต้นมาจากเนคเทค โดยได้ใบอนุญาตถูกต้อง หลังจากนั้นทีม R&D วางโรดแมปส์พัฒนาเพิ่มเติมให้เกิดสิ่งใหม่โดยเปรียบเทียบกับงานวิจัยของต่างประเทศ

เขาเรียกงานที่ Ztrus กำลังทำอยู่ว่า Deep Tech เพราะมี R&D ซึ่งต่างจากสตาร์ทอัพทั่วไปที่มีเพียง Dev และ Op (developer และ operation) ถ้าทำแมชชีนเลิร์นนิง หรือ AI ด้วยก็มีทีม machine learning (ML) อีกทีหนึ่ง เรียกว่า MLDevOp

“ปกติสตาร์ทอัพจะมีทีมที่เรียก Dev และ Op หรือ MLDevOp แต่ของ ZTRUS มี R&D ที่แมชชีนเลิร์นนิงต้องไปเรียกใช้ R&D อีกที จึงเป็นการจัดการแบบมีองค์ประกอบ 4 ทีม ประกอบด้วย developer, machine learning, R&D และ operation นี่คือนวัตกรรมที่เราแตกต่างจากสตาร์ทอัพทั่วไป”

โดยมีทีมงาน 40 คน ส่วนหนึ่งมีประสบการณ์ด้านการทรานส์ฟอร์มเทคโนโลยีมานานกว่า 20 ปี มีนักวิทยาศาสตร์ระดับ Ph.D 4 คน มีทีมขาย ทีมนักพัฒนา ทีม R&D และมีห้องปฏิบัติการเป็นของตัวเอง

สร้างคุณค่าที่ตอบโจทย์ลูกค้าทั่วโลก

ดร.ก้องบอกว่า Ztrus ให้บริการโดยเฉพาะที่ซับซ้อน อาทิ ใบแจ้งหนี้ โลจิสติกส์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หรือจะเป็นภาษาอื่น ๆ ก็ทำได้ สามารถเลือกข้อมูลได้ดีในการที่จะเข้าฟอร์มได้ ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการทำงานได้เกินครึ่ง อย่างลูกค้าประกันชีวิต เทคโนโลยี Ztrus OCR จะช่วยอ่านใบเสร็จโรงพยาบาล ใบเสร็จซ่อมรถ เพื่อไปทำเคลมประกัน ในขณะที่องค์กรต่าง ๆ สามารถนำไปใช้แมชชีนเอกซเรย์ใบแจ้งหนี้ ใบสั่งซื้อได้โดยที่พนักงานบัญชีไม่ต้องตรวจสอบเอง สามารถเข้าระบบได้เลย

“ปัญหานี้เกิดขึ้นในหลายประเทศ ไม่ใช่เฉพาะเมืองไทยที่เดียว เราเคยคุยกับลูกค้าที่ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เพื่อนำเสนอเทคโนโลยีนี้ให้เขา จึงเป็นโอกาสดีที่จะนำเทคโนโลยีของคนไทยไปแข่งขันในระดับโลก”

องค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี Ztrus OCR มาจาก 2 ส่วน คือ การแปลงข้อมูลสู่ดิจิทัล (OCR : Optical Character Recognition) และกระบวนการสังเคราะห์ข้อมูล ทำงานผสมผสานกัน โดยมี machine learning pipeline

สอนให้ทั้งสองเทคโนโลยีทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้เราสามารถนำเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ในเอกสารได้ง่ายขึ้น ซึ่งทีมงานใช้เวลาสร้างเทคโนโลยี learning pipeline ดาต้าชุดนี้นานถึง 2 ปี

ดร.ก้อง อธิบายภาพเพิ่มเติมว่า มนุษย์สามารถอ่านข้อมูลในใบเสร็จรู้เรื่อง แต่คอมพิวเตอร์ไม่สามารถอ่านได้ เพราะคอมพิวเตอร์ชอบอ่านเป็นฟิล ถ้าเป็นภาษาคอมพิวเตอร์ จะอ่านไฟล์ฟอร์แมต (JavaScript Object Notation) ข้อมูลชุดเดียวกันมนุษย์กับคอมพิวเตอร์อ่านคนละแบบ สิ่งที่ Ztrus ทำจนโดดเด่น คือ การนำเอาองค์ความรู้ของมนุษย์และคอมพิวเตอร์ให้มาพบเจอกัน

“เราแปลงข้อมูลที่มีมนุษย์มองออกมาเป็นข้อมูลที่คอมพิวเตอร์ใช้งานได้ ซึ่งต้องมีตรรกะทางปัญญา (Cognitive Logic) สิ่งที่ทำคือเลียนแบบตรรกะมนุษย์ ไม่จำกัดแค่ข้อมูลบนกระดาษ ข้อมูลอะไรก็ได้ที่มนุษย์อยากดึงไปรอกลงในคอมพิวเตอร์ เราเริ่มจากใบเสร็จ และใบขนส่งโลจิสติกส์ เนื่องจากมีปริมาณมาก และเป็นความท้าทายของสตาร์ทอัพทั่วโลก ที่เขากำลังแข่งกันทำอยู่”

ทั้งนี้เอกสารประเภทใบเสร็จ เอกสารโลจิสติกส์ ถือเป็นพื้นฐานหลักของทุกธุรกิจ ซึ่งมีความซับซ้อนมาก AI ที่มีอยู่ในปัจจุบันยังเลียนแบบวิธีคิดชุดนี้ของมนุษย์ยังไม่ได้ เวลานี้สตาร์ทอัพที่อังกฤษและจีนได้ระดมทุนเพื่อทำงานวิจัยภายใต้โจทย์เดียวกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเรื่องนี้เป็นโอกาสธุรกิจที่น่าสนใจ

“Ztrus ได้รับทุนจากตลาดหลักทรัพย์ระดับ series A ในขณะที่ธนาคารออมสินเป็นระดับ seed pre series A ได้รับมาประมาณ 15 ล้านบาท”

ดร.ก้องยอมรับว่าการระดมทุนของ Ztrus แม้จะยังไม่ได้มากนัก เมื่อเทียบกับเจ้าตลาดอย่างอังกฤษที่สามารถระดมทุนได้ 100 ล้าน

ดอลลาร์สหรัฐ และเงินได้ 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่เขาและทีมงานก็พยายามจะเพิ่มเงินทุนให้แก่ธุรกิจด้วยการหาลูกค้าจากต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นที่ตลาดอาเซียนเพราะมองว่าคู่แข่งยังมาไม่ถึง

มุ่งเทคโนโลยีต้นน้ำเพื่อความยั่งยืน

ช่วงแรก Ztrus รับทุกเอกสารที่ลูกค้าสั่งให้ทำ แต่ปัจจุบันเขารู้แล้วว่าธุรกิจใบแจ้งหนี้ เทคโนโลยี ลูกค้าเริ่มนิ่งและอยู่ตัวแล้ว เทคโนโลยีสามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้เร็วมาก ใช้เวลาเพียงไม่นานก็สามารถเริ่มต้นใช้งานได้ จึงผลักดันให้ใบแจ้งหนี้เป็นงานหลัก รวมถึงการนำเสนอเอกสารโลจิสติกส์ เพื่อที่จะทำให้เป็นเทคโนโลยีใหม่ของบริษัทต่อไป

นอกจากนี้ ทางบริษัทยังมีพาร์ทเนอร์ ที่มีทีม Software Integrator ทำอยู่แล้วเรียกใช้เทคโนโลยีของ Ztrus อยู่ด้านหลัง อาทิ เอกสารสารบัญภาครัฐ คำพิพากษา หรือพาร์ทเนอร์ที่ทำบัญชีอย่าง Soft Square Group ผู้ก่อตั้ง Ztrus ย้ำว่าสิ่งที่เขาและทีมงานทำอยู่เป็นต้นน้ำทางเทคโนโลยี เป็น enable technology คือเป็นบริษัทเทคโนโลยีที่เปิดให้คนที่สนใจทำงานเรื่องนี้ได้

“ไม่ใช่แค่ software as a service แต่เป็น deep tech”

เขามองว่าโลกของ software as a service อยู่ปลายน้ำ หมุนไว ใคร ๆ ก็สนใจ แต่โลกของเทคโนโลยีต้นน้ำหมุนช้า อยู่ได้ยั่งยืน นี่คือเหตุผลหนึ่งที่ปรับ Ztrus ให้เป็น deep tech

*“เพราะการที่อยู่ต้นน้ำ barrier-to-entry สูงกว่า
เหนื่อยเยาะกว่า แต่ long-term กว่า”*

เป้าหมายสู่ตลาดอาเซียนในปี 2022

ในปี 2022 ดร.ก้องตั้งเป้าไว้ว่าอยากพา Ztrus สู่ตลาดอาเซียน เน้นลูกค้าองค์กรขนาดใหญ่ ทั้งในฟิลิปปินส์ มาเลเซีย หรืออินโดนีเซีย หวังพิสูจน์ว่าเทคโนโลยีที่คนไทยสามารถขายในต่างประเทศได้ สำหรับในประเทศไทยเขาหวังแค่ตลาดใบแจ้งหนี้จำนวนมากจากลูกค้าองค์กรขนาดกลางและใหญ่

“ความท้าทายของการเข้าตลาดนี้คือ จะทำอย่างไรให้ลูกค้าเห็นภาพว่าสิ่งที่เราทำช่วยลดต้นทุนจริง อาจไม่ได้เห็นเป็นตัวเงิน แต่ช่วยเร่งกระบวนการทำงานให้เสร็จเร็วขึ้น สามารถสรุปข้อมูลฝ่ายขายได้ไวขึ้น วางบิล เก็บเงินเร็วขึ้น ทำข้อมูลฝั่งซื้อเร็วขึ้น นำสินค้าเข้าสต็อกได้ไวขึ้น ช่วยลดต้นทุนการนำเข้าข้อมูลได้เกินครึ่ง และเพิ่มความไวในการทำงานได้เท่าตัว”

นอกเหนือไปจากเป้าหมายทางธุรกิจ คืออยากทำให้เทคโนโลยีของ Ztrus เข้าใจเอกสารเหมือนที่มนุษย์อ่านทุกอย่าง ทำให้คอมพิวเตอร์สามารถมองเอกสารทุกประเภทได้เหมือนมนุษย์มอง ไม่ว่าจะแบบแปลน ดีไซน์ รายงานต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยมนุษย์สรุปอะไรได้เร็วขึ้น

ปี 2022 จึงวางเป้าหมายไตรมาส 2 ระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในระดับ Series A ตั้งไว้ประมาณ 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 60 ล้านบาท โดยจะนำเงินที่ได้ไปขยายตลาดทั้งในไทย และอาเซียน

อย่างก้าวที่มุ่งไปข้างหน้าของเขาและทีมงานเพื่อพิสูจน์ให้เห็นว่าการทำ technology commercialization ในประเทศไทยเพื่อแข่งกับระดับโลกสามารถทำได้ โดยหวังว่าความสำเร็จจะเป็นแรงดึงดูดให้ต่างชาติเข้ามาลงทุน เมื่ออีโคซิสเต็มแข็งแกร่งขึ้นจะทำให้คนไทยเก่งขึ้นและเติบโตขึ้น ซึ่งจะเป็นแบบอย่างให้สตาร์ทอัพรุ่นใหม่ ๆ ก้าวเดินตามต่อไป

"ผมหวังจะเป็นแรงกระเพื่อมหนึ่งที่จะส่งต่อเทคโนโลยีออกไปในระดับโลกเพื่อให้เกิดผลกระทบในมุมที่กว้างสุด และเกิดการเปลี่ยนแปลงในภาพใหญ่" ดร.ก้องกล่าวถึงเป้าหมายในใจด้วยรอยยิ้มที่เต็มไปด้วยความมั่นใจ



CHAPTER



02

ดร.ต้า-วิโรจน์ จิรพัฒน์กุล

“เรื้อจ้าง” ยุคดิจิทัล
ในนาม **Skooldio**

ดร.วิโรจน์ จิรพัฒน์กุล หรือ ดร.ต้า อดีตนักเรียนทุน อานันท์มหิตล ผู้ผ่านการศึกษ จากสถาบันเทคโนโลยีชั้นนำ ของโลก และมีประสบการณ์ ทำงานในบริษัทเทคโนโลยี ระดับโลก แต่ตัดสินใจกลับมา ทำธุรกิจด้านการศึกษาเพื่อ พัฒนาทักษะสมัยใหม่ให้กับคน ไทย ด้วยการก่อตั้ง “สกู ดิโอ” (Skooldio) เปิดคอร์ส สร้างทักษะแบบ Professional Education ด้วยหวังจะเป็นแรง ผลักดันหนึ่งในการขับเคลื่อน ประเทศไทยไปแข่งขันในเวทีโลก



ดร.ต้า จบการศึกษาด้านวิศวกรรม- ศาสตร์บัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ 1 เหรียญทอง สาขาคอมพิวเตอร์จาก คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย และได้รับทุนอานันท์- มหิตลไปศึกษาต่อระดับปริญญาโท และปริญญาเอกที่สถาบันเทคโนโลยี แมสซาชูเซตส์ สหรัฐอเมริกา หรือ MIT (Massachusetts Institute of Technology) ในสาขา operation research ที่ใช้คณิตศาสตร์ในการ แก้ไขปัญหาทางธุรกิจ หลังเรียนจบ ได้เข้าทำงานเป็น Data Scientist ที่ Facebook สำนักงานใหญ่

หากมองย้อนกลับไป 6 ปีที่ผ่านมา การตัดสินใจกลับเมืองไทย ด้วยเป้าหมายใหม่ในชีวิตของดอกเตอร์หนุ่มวัย 30 ปีนั้น เป็นเรื่องที่น่าประหลาดใจไม่น้อย โดยเขาเล่าให้ The Story Thailand ฟังว่า ทุน อานันท์มหิตลเป็นทุนให้เปล่าที่ไม่มีเงื่อนไข แค่เป็นสัญญาใจต่อกัน แต่เขาก็มีความคิดว่าสักวันหนึ่งเมื่อถึงเวลาจะต้องกลับเมืองไทย ซึ่งมี เหตุการณ์หนึ่งที่ทำให้การตัดสินใจเกิดขึ้นจริง

“ผมทำงานที่ Facebook ได้ 3 ปี ช่วงปีใหม่หยุดยาวมีโอกาสกลับ มาเมืองไทย และได้ไป deep talk ที่คณะวิศวกรรมศาสตร์ของจุฬาฯ ที่ แรกคิดว่าคงมีคนสนใจฟังไม่มาก แต่กลับมีคนเข้าฟัง 400-500 คน ตอนนั้นคงมีน้อยคนที่มีความรู้และประสบการณ์มาแลกเปลี่ยน ทำให้ ผมเห็นช่องว่างของงานที่คนไทยต้องการ แต่ยังไม่มีคนสอน จึงเกิด คำถามว่าทำอย่างไรที่จะสามารถกลับมาช่วย upskill และช่วยสร้างคน ทำงานในอนาคตได้”

เขาใช้เวลาทำงานอีกเกือบปี กว่าที่จะตัดสินใจแจ้งขอลาออกเนื่องจาก การเป็นพนักงานของบริษัทักษ์ใหญ่แห่งนี้จะได้ทุนก้อนแรกเมื่อมีอายุ งานครบ 4 ปี นอกจากนี้การทำงานที่ Facebook ไม่เพียงทำให้มี คุณภาพชีวิตที่ดีเท่านั้น ยังเป็นงานที่ส่งผลกระทบต่อผู้คนจำนวนนับ พันล้าน ไม่ว่าจะเป็นทำอะไรก็ตามจึงมีความภาคภูมิใจในผลงานของตนเอง ในระดับหนึ่ง

“ผมชอบพูดกับทุกคนว่าอยู่ที่ Facebook เราเป็นเหมือน 1 ใน หมื่นคน ผมลาออกเขาก็ไม่ได้เดือดร้อน เขาประกาศหาคนใหม่ได้ แต่ถ้ากลับมาเมืองไทยผมเป็นหนึ่งในไม่กี่คนที่รู้เรื่องพวกนี้ แล้วทุกคน อยากได้ความรู้ ซึ่งการกลับมาตอบใจทยักว่า”

ย้อนเวลาตอนที่ไปเรียน MIT ช่วงแรก เขาตั้งใจอยากเรียนรู้เรื่อง ระบบขนส่งเพราะช่วงปี 2007 ประเทศไทยมีปัญหาเรื่องระบบขนส่ง

ในระหว่างเรียนเขาจึงไปฝึกงานกับ FedEx บริษัทโลจิสติกส์ระดับโลก ทำให้เขามีประสบการณ์ได้เข้าถึงการใช้ข้อมูลในการสร้าง value ให้กับบริษัทเป็นครั้งแรก

"ตอนฝึกงานที่ FedEx สำนักงานใหญ่ เขาให้โจทย์ใหญ่ว่าอยากให้ optimize revenue แต่สุดท้ายสิ่งที่ผมทำแล้วคนในบริษัทเห็นว่าเป็น value คือ ทำ tool ขึ้นมาช่วย visualize ข้อมูล ตัวอย่างเช่น แพคเกจส่งของจากกรุงเทพฯ ไปอเมริกาทั้งหมดตอนนี้มีกี่เปอร์เซ็นต์ส่งผ่าน route ไหนบ้าง ต้นทุนเป็นเท่าไร"

ดร.ต้าบอกว่าประสบการณ์ครั้งนั้นเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เขาสนใจเรื่อง data เพราะได้เรียนรู้การใช้ประโยชน์จากข้อมูลที่มีอยู่แล้วไปตั้งคำถามต่อยอดได้อีกมากมาย และด้วยนิสัยที่ชอบติดตามเทรนด์ใหม่ๆ ของโลก จึงมีการพัฒนาตัวเองตามโอกาสและประสบการณ์ที่ผ่านมาอยู่ตลอดเวลา

"จริง ๆ ผมเป็นคนที่ไม่เปลี่ยนตามเทรนด์โลกอยู่เรื่อย ๆ ตอนแรกก็เรียนคอมพิวเตอร์ แต่คิดว่าเอามาประยุกต์ใช้ทางธุรกิจ ต่อมาก็เปลี่ยนความสนใจมาเรื่อย จนมาสนใจเรื่อง big data ซึ่งเรื่อง data science เป็นสิ่งที่ผมทำมาตลอดเพราะต้องการสร้าง technical knowledge ของตัวเอง"

Skooldio เน้นการพัฒนาทักษะสมัยใหม่

ช่วงแรกที่เขากลับมาเมืองไทย ด้วยประสบการณ์ที่ทำงานด้าน data scientist กับ Facebook มาหลายปี จึงได้รับความสนใจจากหลายบริษัทติดต่อให้ไปร่วมงาน แต่สุดท้ายเขาเลือกทำงานกับบริษัท เลิร์น คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และก่อร่างสร้าง Skooldio ขึ้นมา

เนื่องจากมองว่าการศึกษามิได้จบแค่การเรียนในสถาบันการศึกษาเท่านั้น แต่โลกกำลังเข้าสู่ยุคของ Life-long learning

ชื่อ Skooldio มาจากคำ 3 คำรวมกัน คือ skill, school และ studio เป็นสตูดิโอสำหรับผู้ที่ต้องการ upskill ใหม่ ๆ โดยมุ่งเน้นที่การสร้าง professional education เพื่อช่วยให้คนไทยมีความเชี่ยวชาญในทักษะสมัยใหม่เป็นหลัก เช่น คอร์สการเขียนโปรแกรม วิทยาศาสตร์ข้อมูล กระบวนการคิดเชิงออกแบบ และการทำธุรกิจดิจิทัลต่าง ๆ ด้วยบทเรียนผ่านห้องเรียนจริงและห้องเรียนออนไลน์ ตลอดจนคลาสเวิร์กช็อปต่างๆ

"เราเห็นเทรนด์แล้วว่า digital transformation กำลังมา ซึ่งเราพยายามทำ future skill เป็น digital skill โดยใช้ประสบการณ์และความรู้ที่เรียนมาทำสองอย่างเป็นหลัก คือ ทำเทคโนโลยี และทำคอนเทนต์สอนเทคโนโลยี"

เขายกตัวอย่างอยากไป global scale ให้ได้จริง ๆ ต้องไปด้วยเทคโนโลยี จะไปด้วยคอนเทนต์ไม่ได้เพราะตลาดภาษาไทยมีขนาดเล็ก เขาใช้ประสบการณ์จาก Facebook ในการปั้น product team และการวาง roadmap product โดยใช้วิธีแบ่งงานกันทำ

"ผมมี vision อย่างนี้ ผมมองเห็นโอกาสแบบนี้ พวกคุณเป็นมนุษย์เทคโนโลยีรู้ดีว่าเทคโนโลยีอะไรจะแรง อะไรเหมาะกับสิ่งที่ผมอยากได้ ก็ให้ทีมช่วยกันคิดมาให้"

เขาเล่าว่า สตาร์ทอัพสมัยนี้เริ่มต้นต้องมีแอปฯ แต่ Skooldio เริ่มต้นจากระบบการเรียนผ่านเว็บไซต์ก่อน ด้วยหลักคิดที่ว่าผู้เรียนคงอยากจะเรียนสบาย ๆ กับจอขนาดใหญ่ แต่ก็ทำเป็นโมบายเว็บที่เปิดบนมือถือได้ด้วย จนวันหนึ่งมีผู้ที่เรียนผ่านมือถือมากขึ้น จึงตัดสินใจทำแอปฯ

"โชคดีตอนเรียนที่ MIT ได้เห็นเทคนิคการเรียนการสอนใน Business School ที่ตอบโจทย์ professional education กับตอนทำงานที่



● ●
ผมชอบพูดว่า
อยู่ที่ Facebook
เราเป็นเพียง
หนึ่งในหมื่นคน

ผมลาออก
เขาก็ไม่ได้เดือดร้อน
แต่ถ้ากลับมาเมืองไทย
ผมเป็นหนึ่งในไม่กี่คน
ที่รู้เรื่องพวกนี้

● ●
ดร.วิโรจน์ จิรพัฒน์กุล

Facebook ต้องแอบไปเรียนออนไลน์เยอะเหมือนกัน เพื่ออัปเดตความรู้ ทำให้ได้เรียนรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีและ educational content ที่เอามารวมกันเป็น Skooldio”

เขาย้ำว่าหลายครั้งไม่มีคำตอบที่ถูกแค่คำตอบเดียว มันขึ้นอยู่กับธุรกิจด้วยว่ากำลังต้องการอะไร ตอนนั้นควรจะ approach ปัญหาจากมุมไหน

ยุคนี้คนอยากมีทักษะมากกว่าแค่ความรู้

เมื่อถามถึง value proposition หรือคุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าของ Skooldio ดร.ต๋องกล่าวอย่างเชื่อมั่นว่า เขาอยากช่วยให้ทุกคนมีทักษะที่โลกกำลังต้องการ และมองว่าทีมที่ทำงานคือทีมมนุษย์เทคโนโลยีที่ต้องการเป็นแรงหนุนให้กับธุรกิจในการก้าวไปข้างหน้า

“เราไม่ได้เข้าหาตลาดด้วยการบอกว่าเราเป็นโรงเรียน แต่เราเป็นทีมมนุษย์ tech เราเชื่อว่าเราจะสอนอะไรที่ล้ำ ๆ ทันสมัยได้เก่งเหมือนคนอื่น เราอยากช่วยสร้าง workforce of the future เพราะสิ่งที่เรามองเห็นคือคนไม่ได้ซื้อคอร์สเพราะอยากได้ความรู้ แต่ซื้อเพราะอยากมี skill มากขึ้น อยากมีงานที่ดีขึ้น อยากมีชีวิตที่ดีขึ้น”

ก่อตั้ง Skooldio ขึ้นมา
เนื่องจากมองว่าการศึกษามิได้จบแค่การเรียน
ในสถาบันการศึกษาเท่านั้น
แต่โลกกำลังเข้าสู่ยุคของ Life-long learning

ในช่วงแรกธุรกิจของ Skooldio เน้นเสนอคอร์สแบบ B2C แต่จาก

การวิเคราะห์ข้อมูลทางธุรกิจทำให้รู้ว่าลูกค้าองค์กรคือกำลังหลักในการขับเคลื่อนภาพใหญ่ของระบบเศรษฐกิจ จึงปรับตัวมาเน้น B2B มากขึ้น ด้วยการเน้นถ่ายทอด deep tech ที่เป็นพื้นฐานแต่ทันสมัยตามทิศทางของลูกค้านักต้องการ

“ผมมักบอกทุกคนว่า Skooldio ไม่ได้แข่งกับ EdTech เจ้าอื่น คู่แข่งหลักของประเทศเราคือ YouTube และ Netflix เพราะคนไทยชอบความบันเทิงมากกว่า เราจึงให้ความสำคัญกับ B2B มากขึ้น แต่ถามว่า B2C ยังทำไหม แนนอนว่ายังทำอยู่”

ด้วยเหตุนี้เขาจึงเลือกเส้นทางของ Skooldio เป็น tech knowledge ที่มุ่งสอนกลุ่มเป้าหมายองค์กรที่มีความต้องการด้านคุณภาพ แม้จะเป็นตลาดเล็กแต่มีกำลังซื้อ โดยรายได้สำคัญมาจากองค์กรที่พร้อมจ่ายให้พนักงานเข้าคอร์สเพื่อ upskill และ reskill

“เรามองไปที่ภาพใหญ่ เราจะมองว่าตอนนี้องค์กรต้องการอะไรที่จะช่วยให้เขาไปข้างหน้าได้ ถ้าเราช่วยได้บริษัทเหล่านี้แหละที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ เพราะฉะนั้นเราจึงเน้น workforce ที่ทันสมัย ซึ่งอาจจะไม่ค่อยมีใครสอน มี Skooldio สอนอยู่เจ้าเดียว”



ในการทำงานกับองค์กรต่าง ๆ ทีมงานของ Skooldio จะเข้าไปแลกเปลี่ยนกับลูกค้าว่ามีความต้องการแบบไหน เพื่อจัดทำออกมาเป็นหลักสูตรให้ตอบโจทย์ลูกค้ามากที่สุด

คอร์สซึ่งองค์กร ต้องการมากที่สุด

ไม่ใช่เรื่อง data ที่ล้ำสมัย แต่เป็นเรื่อง data สำหรับทุกคน

“เราไม่ใช่ป้อนคอร์สออกมาขาย เราจะคอนซัลต์ให้องค์กรด้วยการเข้าไปคุยกับทีมพัฒนาบุคลากรว่า ตอนนี้มีความต้องการอะไร ขาดอะไรบ้าง”

เรื่องน่าสนใจที่ ดร.ต้าบอกกับเราคือ คอร์สที่ขายดีที่สุดของ Skooldio ซึ่งองค์กรต้องการมากที่สุดไม่ใช่เป็นเรื่อง data ที่ล้ำสมัย แต่เป็นเรื่อง data สำหรับทุกคน

“การทำ dashboard การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย Excel กลายเป็นสิ่งที่องค์กรต้องการมากที่สุดทำขององค์กรตระหนักดีว่า ถ้าอยากจะทำ data driven ไม่สามารถพึ่งพา data scientist จำนวน 20-30 คนได้ แต่ต้องทำให้ทุกคนที่ต้องตัดสินใจ day-to-day สามารถใช้ข้อมูลเป็น”

การ customize ในแบบของ Skooldio ไม่ได้ทำใหม่ทั้งหมด เรามีหลักสูตรที่เป็นหลักในแต่ละเรื่อง แต่ปรับส่วนกรณีศึกษาต่าง ๆ ไปตามอุตสาหกรรมนั้น เช่น สถาบันการเงิน กลุ่มธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจประกัน ทำให้เป็นโปรแกรมที่ตอบโจทย์ของแต่ละองค์กรได้มากที่สุด

Skooldio เป็น EdTech ที่ทำงาน 2 ส่วนไปพร้อมกัน คือ ส่วนเทคโนโลยี เริ่มจากการสร้างระบบการเรียน หรือ learning management system และส่วนคอนเทนต์สอนเรื่องเทคโนโลยี โดยมีทีมเทคโนโลยีทำหน้าที่พัฒนาระบบการเรียน และทีมผลิตคอนเทนต์ทำ

หน้าที่พัฒนาหลักสูตร

“เราอาศัยทีม tech มาช่วยไต่คว้า content ในอินเทอร์เน็ตมาเรื่องไหนที่คนอยากรู้ มันเหมือนเป็นสองขาที่ทำคู่กันไปตลอดเวลา ถ้าถามผมมันครบคำว่า Ed กับ Tech ไปมากกว่านี้ไม่ได้แล้ว”

ดร.ต้า เล่าถึงการทำงานของเขาและทีมงาน ทั้งเปิดเผยว่าในช่วงก่อนเกิดการระบาดของ COVID-19 งานพัฒนาระบบการเรียนมีสัดส่วนรายได้มากกว่าส่วนคอนเทนต์ เนื่องจากมีการทำระบบหลังบ้านด้านการเรียนรู้ให้กับองค์กรหลายบริษัท อาทิ LINE และ Google เป็นต้น แต่หลังจากมีการระบาดของโรค ส่วนของคอนเทนต์ออนไลน์กลับทำรายได้มากขึ้น จึงต้องเร่งทำตลาดด้านคอนเทนต์มากขึ้นกว่าเดิม

Bootcamp ตอบสนอง Beyond Knowledge

“ความต้องการเรียนของลูกค้ามีหลายระดับ ตั้งแต่เรียนเอา knowledge เรียนเอา skill จนถึงเรียนเอา career แต่สิ่งที่เขาต้องการจริง ๆ คือ beyond knowledge”



ผู้ก่อตั้ง Skooldio กล่าวถึงความจริงที่ค้นพบว่า ทุกคนไม่ได้มาเรียน เพื่ออยากได้ความรู้เท่านั้น แต่ต้องการนำความรู้ไปช่วยในการเพิ่มทักษะในสายอาชีพที่ทำอยู่ หรือเพิ่มทักษะเพื่อหางานในสายอาชีพใหม่ ดังนั้นจึงเริ่มทำ bootcamp ซึ่งเป็นการพัฒนาความรู้ระยะยาวรูปแบบหนึ่ง โดยมีการติดตามผลหลังจบกิจกรรมเพื่อให้มั่นใจว่าผู้ที่มาเรียน สามารถนำทักษะที่ได้ไปใช้ประโยชน์อย่างเห็นผลจริง

“สิ่งที่เราหวังคือ bootcamp ช่วยสร้างอาชีพให้คน ๆ หนึ่งได้ โดยเป็นการเรียนในโปรแกรมระยะยาว 2-3 เดือน เราทำในแบบ mix and match มีคอร์สออนไลน์ให้เรียน มีการทำโปรเจกต์ หรือมีเวิร์กช็อปเชิญผู้เชี่ยวชาญมาแลกเปลี่ยนความรู้ด้วย”

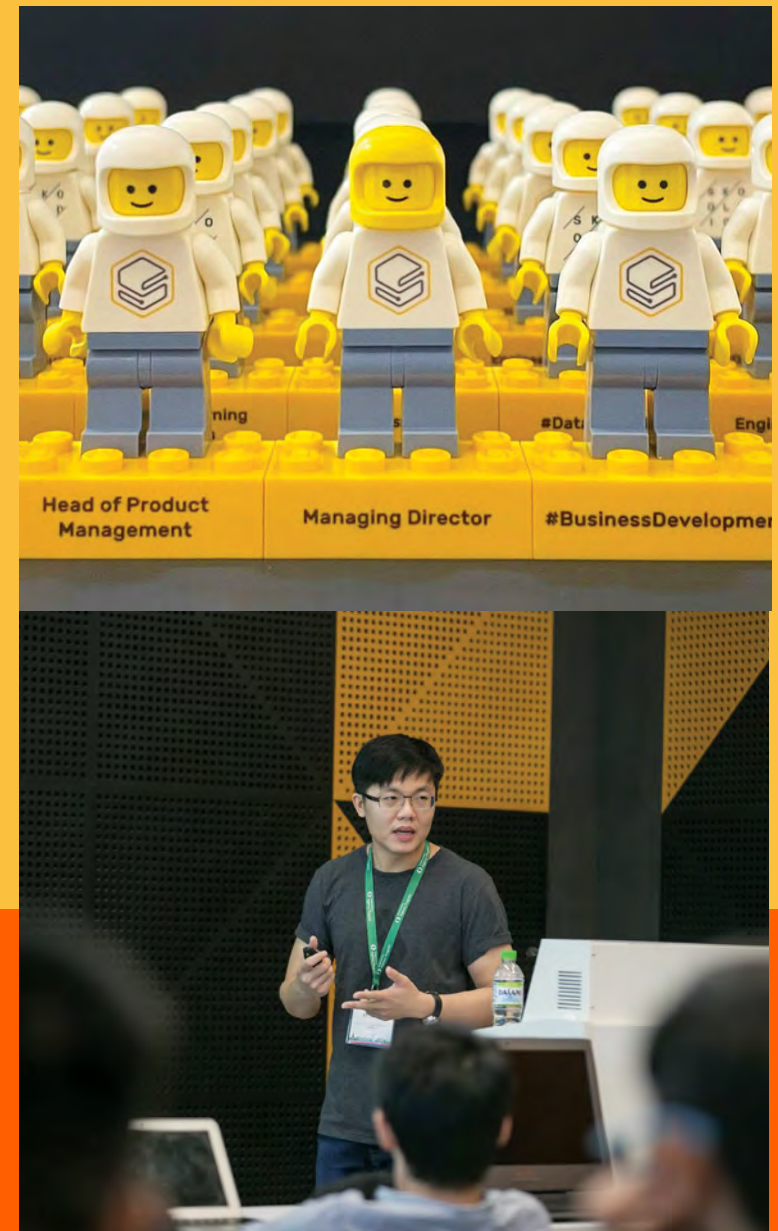
คนไม่ได้ซื้อคอร์สเพราะอยากได้ความรู้
แต่ซื้อเพราะอยากมี skill มากขึ้น
อยากมีงานที่ดีขึ้น อยากมีชีวิตที่ดีขึ้น

ดร.ต้าเปิดเผยว่าใจจริงเขาต้องการสอนทุกทักษะที่คนทำงานอยากมี เพื่อช่วยให้ทุกคนทำงานเก่งขึ้น ทำงานได้ดีขึ้น

“ผมเชื่อว่าความรู้เป็นจุดเริ่มต้นของการมี capital ความรู้ที่ดีจะทำให้คนมีอาชีพที่ดี อาชีพที่ดีจะทำให้มีงานที่ดี งานที่ดีจะสร้างชีวิตโดยรวมที่ดี และเขาจะมีแรงไปช่วยคนอื่น ทำให้สังคมดีขึ้น”

ทุกวันนี้เทคโนโลยีเปลี่ยนเร็ว ถ้าสามารถทำให้คนไทยพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีได้เร็ว เขาเชื่อว่าจะสามารถพาบริษัทไทยไปแข่งในเวทีโลกได้ เพราะเทคโนโลยีเป็นฟันเฟืองที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล

“ถ้ามีความรู้เทคโนโลยีดีขึ้น สตาร์ทอัพก็สามารถทำแอปพลิเคชันให้เป็น global scale ได้ไม่ยาก”



● ●
เราจะเล่นบทเรื่องจ้าง

ใน digital world

เราไม่ได้เป็น

tech company

in the world

แต่เราจะเป็นครู

ที่ส่งบริษัทเทคโนโลยี

ไปในระดับโลกมากกว่า

● ●

การมองเห็นความสำคัญของการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยี ที่จะส่งผลกระทบต่อภาพใหญ่ทางเศรษฐกิจในอนาคต เป็นที่มาของการเลือกที่จะมีบทบาทเป็นผู้ถ่ายทอดมากกว่าการเป็นผู้ใช้เทคโนโลยีเป็นหลัก

"ถ้าคุณครูเป็นเรือจ้างที่ส่งนักเรียนให้ถึงฝั่ง เราจะเล่นบทนั้นใน digital world เราไม่ได้เป็น tech company in the world แต่เราจะเป็นครูที่ส่งบริษัทเทคโนโลยีไปในระดับโลกมากกว่า"

Tech Talent ใจยิ่งใหญ่ของประเทศไทย

ดร.ต้ามองว่า การขาดแคลนผู้มีทักษะทางเทคโนโลยี หรือ Tech Talent เป็นโจทย์หลักของประเทศไทย เนื่องจากมีปัญหาเรื่องโครงสร้างและนโยบายด้านการศึกษาที่ยาวนาน แม้ปัจจุบันหลักสูตรหลักจะถูกปรับแก้ให้มีการเรียนวิทยาการคำนวณในเด็กเล็กเพื่อสามารถต่อยอดด้านเทคโนโลยีเมื่อโตขึ้นแล้ว แต่ก็มีปัญหาครูผู้สอนไม่เพียงพอ

"คำถามของผมคือใครจะสอนวิชานี้กับเด็ก การเรียนคอมพิวเตอร์ทุกโรงเรียนทั่วประเทศติดปัญหาคนสอนไม่พร้อม ผมอยากเห็นภาครัฐเปิดช่องให้เอกชนสามารถยื่นมือเข้าไปช่วยมากขึ้น มันจะขับเคลื่อนอะไรหลาย ๆ อย่างได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น"

เขามักพูดเสมอว่าในตลาด EdTech ทุกคนมีมุมที่ต้องการทำแตกต่างกัน แต่ละคนมีตลาดของตัวเอง สุดท้ายเมื่อมีผู้เล่นในตลาดมากขึ้น ทุกการขับเคลื่อนที่เกิดขึ้นตามความถนัดของแต่ละคนจะสร้างแรงกระเพื่อมให้เกิดความสนใจเรื่องการศึกษามากขึ้น

"ถ้ามีผู้ทำ EdTech มากขึ้น คนจะเห็นความสำคัญของการเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ และตระหนักถึง life-long learning สุดท้ายเด็กก่อนนี้จะขยายใหญ่ขึ้นสำหรับทุกคน" ดร.ต้ากล่าวสรุป

CHAPTER



03

ดร.กัฒพงศ์ พงศ์ภาวรมล

เทคโนโลยีแห่ง **KBTG**
ผู้ฟันสร้าง **Impact** ให้ประเทศ

KBTG บริษัทของคนไทย ที่พยายามยกมาตรฐานเป็น บริษัทเทคโนโลยีชั้นนำระดับโลก เพื่อดึงดูดคนที่มีความสามารถทั้งคนไทยและต่างชาติ ให้เข้ามาทำงาน ด้วยมุมมอง เปิดกว้าง ทั้งด้านเชื้อชาติ ศาสนา และการรับฟังความเห็น ที่แตกต่าง มีพื้นที่ให้แสดงออก รวมถึงผลตอบแทนที่ดี เพื่อ มุ่งหวังพัฒนาอุตสาหกรรม เทคโนโลยี และแก้ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรในอนาคต



ดร.ทัตพงศ์ พงศ์ถาวรภมกร กรรมการผู้จัดการ บริษัท กลสิกร บิซิเนส-เทคโนโลยี กรุ๊ป จำกัด หรือ KBTG ที่ดูแลรับผิดชอบงานส่วน K Labs หนึ่งในอดีตวิศวกรชาวไทย ที่เคยมีบทบาทเป็นส่วนหนึ่งของ ทีมพัฒนาเทคโนโลยีสำคัญของ Google ในอาณาจักรซิลิคอน วาลเลย์ ซึ่งกลับมาทำงานเบื้องหลัง ด้านเทคโนโลยีให้กับองค์กร ธุรกิจการเงินสำคัญของไทย ด้วยคำกล่าวที่ว่า “อยากใช้ชีวิต ให้มีความหมายจึงตัดสินใจกลับ เมืองไทย”

เส้นทางชีวิตของเขาไม่ต่างจากคนทำงานด้านเทคโนโลยีจำนวนมาก เมื่อเรียนจบระดับปริญญาตรีด้าน Computer Engineer จาก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ก็หาทุนไปศึกษาต่อเมืองนอก เขามุ่งหน้าสู่ ประเทศสหรัฐอเมริกาเพื่อเรียนในระดับปริญญาโทและปริญญาเอก ทางด้านคอมพิวเตอร์ ที่มหาวิทยาลัยอิลลินอยส์ ด้วยทุนฟูลไบรท์ (Fulbright) จากมูลนิธิการศึกษาไทย-อเมริกัน พร้อมกับมีโอกาสทำงาน เป็นผู้ช่วยวิจัยทางด้าน computer science research

เดิมที่เขาตั้งใจว่าเมื่อจบการศึกษาจะกลับมาทำงานที่ประเทศไทย แต่เมื่อมีผู้เสนองานด้านไอทีใน tech company เขาคิดว่านี่เป็นโอกาส ที่จะได้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ที่น่าสนใจจึงตัดสินใจรับโอกาสนั้นไว้

“อยากลองดูว่าการทำงานที่ซิลิคอนวัลเลย์เป็นยังไง เลยตัดสินใจ ทำงานที่นั่นก่อนกลับเมืองไทย”

ดร.ทัตพงศ์ เริ่มต้นทำงานด้าน Financial Industry กับบริษัท Bloomberg ผู้ให้บริการข้อมูลและซอฟต์แวร์ด้านการเงินระดับโลก ในช่วงแรก แล้วเปลี่ยนมาร่วมงานกับ Google รวมระยะเวลา 6-7 ปี ในหน้าที่ software engineering และ hi-tech architect ด้วยตั้งใจ จะเก็บเกี่ยวประสบการณ์ตรงนั้นเพราะคิดว่าจะสามารถนำมาต่อยอด ในอนาคตได้

ต่อไปอยู่ที่ไหน

ก็สามารถเรียนรู้เทคโนโลยีระดับสูงได้
จึงเป็นโอกาสดีที่เราจะเอาสิ่งที่เรียนมา
ประสบการณ์ที่สั่งสมจากต่างประเทศ

มาทำอะไรที่เมืองไทย

ให้เกิด impact ต่อประเทศ

หนึ่งในทีม Google Web Crawler

ส่วนใหญ่ชีวิตการทำงานที่อเมริกาของเขาคือการเป็น software engineer ในทีมที่มีชื่อว่า Google Web Crawler ของ Google ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อบริการ search engine อย่างมากเพราะมีหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูลของเว็บไซต์ทั่วโลกมาสร้างเป็น search index เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถค้นหาและพบเจอข้อมูลที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Google Web Crawler เป็นทีมที่มีความสำคัญมากในมิติของความเสถียรและการรองรับการใช้งานได้พร้อมกันทั่วโลก รวมถึงการคัดกรองสแปม ทำให้งานของทีม Google Web Crawler ต้องบริหารจัดการซอฟต์แวร์ที่ทำงานกับฐานข้อมูลจำนวนมาก ดังนั้นการที่มีจำนวนเว็บไซต์เพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลทุกปีจึงเป็นความท้าทายของทีมนี้

"Google Search Engine ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ๆ งานส่วนแรก crawler คือการที่เราไปดูข้อมูลเว็บไซต์ต่าง ๆ ทั่วโลกมาเป็นเดต้าก้อนใหญ่ก้อนหนึ่ง งานส่วนที่สอง index เป็นการสร้างดัชนีข้อมูลสมมติเว็บไซต์ชื่อเดอะสตอรี่ไทยแลนด์ดอทคอม มีเนื้อหาอะไรอยู่บ้าง เราต้องเขียนซอฟต์แวร์เพื่อไปเก็บคอนเทนต์นั้นมาทำ index ส่วนสุดท้ายเอา index นี้ไปวางไว้ที่กูเกิลดอทคอม (google.com) เมื่อมีผู้ค้นหา คีย์เวิร์ดนี้ กูเกิลก็จะไปค้นหา index และรีเทิร์นไปยังหน้าเว็บนั้น"

ดร.ทัตพงศ์ กล่าวเพิ่มเติมว่าการทำงานทั้ง 3 ส่วนมีความท้าทายต่างกันเพราะแต่ละส่วนมีคุณสมบัติไม่เหมือนกัน อย่าง crawler เป็นการดึงข้อมูลที่สำคัญมาให้มากที่สุด จัดการกับสแปมให้ได้มากที่สุด ถ้ามีสแปมและเว็บผิดกฎหมายขึ้นมามาก จะทำให้ได้ผลการค้นหาคุณภาพไม่ดี

สำหรับที่เป็น index ความท้าทายอยู่ที่มีความสามารถในการ

เข้าใจคอนเทนต์ดีแค่ไหน เข้าใจว่าคีย์เวิร์ดนี้หมายถึงเว็บนี้หรือไม่ หรือคำนี้หมายถึงบุคคลไหน ซึ่งแบบนี้เป็นงานยากเพราะเป็นความเห็น

และส่วนที่เป็น Google search engine เรื่องระบบความเสถียรสำคัญมาก เพราะถ้าหากกูเกิลดอทคอมล่มไปสิบนาที จะเกิดความเสียหายนับพันล้าน ดังนั้นความสำคัญตรงนี้จะเป็นเรื่องการรองรับลูกค้าที่เข้ามาใช้งานพร้อม ๆ กันจำนวนมาก

กลับมาสร้าง Impact ให้เมืองไทย

"ถ้าเราอยากอยู่สบายใช้ชีวิตเรื่อย ๆ ให้อยู่ที่โน่น แต่ถ้าอยากใช้ชีวิตให้มีความหมายได้มาผลักดันสิ่งต่าง ๆ ให้ดีขึ้นคุณต้องกลับไทย"

เมืองไทยไม่เคยมี tech company ใหญ่จริง ๆ
บริษัทใหญ่ทั้งหลายจะต้องใช้เวลาสักระยะหนึ่งเพื่อปรับโครงสร้าง
ปรับวิธีการทำงาน และปรับผลตอบแทน

ผู้บริหาร KBTG กล่าวถึงเบื้องหลังความคิดที่ตัดสินใจกลับมาทำงานที่เมืองไทย โดยให้ข้อมูลว่าช่วงจังหวะนั้นตลาดเทคโนโลยีของอเมริกาและยุโรปเริ่มอิ่มตัว คนเริ่มพูดกันว่าที่เอเชียคือตลาดต่อไป ประกอบกับเขาเองตระหนักได้ว่าจริง ๆ แล้วเรื่องเทคโนโลยีไม่ต้องอยู่ที่สหรัฐอเมริกาหรือยุโรปก็สามารถเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ เพราะเกิดการแพร่หลายของเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ ๆ มากขึ้น

"ต่อไปอยู่ที่ไหนก็สามารถหาความรู้ได้ สามารถเรียนรู้เทคโนโลยีระดับสูงได้ ตรงนี้เป็นโอกาสที่ดีที่เราจะเอาสิ่งที่เรียนมา ประสบการณ์ที่สั่งสมมาทำอะไรที่เมืองไทย ทำให้เกิด impact ต่อประเทศเราได้"

ในระหว่างที่เขายังอยู่ที่สหรัฐอเมริกามีโอกาสได้พูดคุยกับผู้บริหารของ KBTG แล้วรู้สึกว่ tech company ที่ประเทศไทยมีอยู่จริงเป็นบริษัทที่มีจุดมุ่งหมายและวัฒนธรรมการทำงานที่สอดคล้องกับตัวเอง จึงตัดสินใจเบนเข็มชีวิตกลับสู่ประเทศไทยด้วยความเชื่อมั่นว่า KBTG จะเป็นบริษัทที่เอื้อให้เขาสามารถใช้ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่มีอยู่สร้างแรงขับเคลื่อนและสร้างคุณค่าให้กับสังคมไทยได้

ความแตกต่างทำให้เกิดความคิดรอบด้าน

ช่วงเวลา 4-5 ปี ที่ทำงานที่ซิลิคอนวัลเลย์ เขาได้เรียนรู้ว่าคนไทยมีความสามารถไม่ด้อยกว่าคนชาติอื่น ๆ เลย ที่นั่นมีคนไทยทำงานอยู่จำนวนมาก และเชื่อว่าคนเก่งไม่ว่าจะทำงานอยู่ที่อเมริกาหรือที่เมืองไทยก็เก่งเหมือนกัน ดังนั้นการได้มาทำงานที่ KBTG ซึ่งเป็นแหล่งรวมของคนเก่งด้านเทคโนโลยีแห่งหนึ่งในประเทศไทยทำให้เขาไม่รู้สึกแตกต่างจากการทำงานที่ซิลิคอนวัลเลย์



หากจะมีความต่างอยู่บ้างก็ตรงที่การทำงานกับซิลิคอนวัลเลย์เป็นแบบวัฒนธรรมตะวันตกที่ให้ความสำคัญในปัจเจกบุคคลสูงคือทุกคนเคารพกัน แต่ก็ไม่สนิทสนมกันมากเหมือนคนไทยที่จะให้ความเป็นพี่เป็นน้องกัน ซึ่งทำให้ความสัมพันธ์ในองค์กรแน่นแฟ้นมากกว่า

“ที่นั่นจะพยายามส่งเสริมให้คนที่มีแนวคิดหลาย ๆ แบบมาอยู่ด้วยกัน เพราะจะช่วยให้สามารถคิดโซลูชันได้รอบด้านมากขึ้น จะมีการยอมรับและโปรโมต แต่ในเมืองไทยอาจจะยังไม่มีวัฒนธรรมแบบนี้” เขากล่าวถึงข้อดีอย่างหนึ่งของซิลิคอนวัลเลย์

นอกจากนี้ การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการทำงานด้านเทคโนโลยีก็มีความพร้อมมากกว่า “ต้องยอมรับว่าที่นั่นเป็นศูนย์กลางของหลายสิ่งหลายอย่าง มีการวางแผนมานาน ระบบต่าง ๆ จะพร้อมกว่าไม่ว่าเรื่องของนโยบายภาครัฐ แหล่งเงินทุน ระบบนิเวศ หรือว่าความรู้พื้นฐานต่าง ๆ ที่ทำให้คนสามารถจะเรียนรู้ มีทางเลือกและความท้าทายมากกว่า”

● ●

หากองค์กรใหญ่ ๆ
ในประเทศไทย
ทรานส์ฟอร์มสู่
บริษัทเทคโนโลยีได้จำนวนมาก
จะทำให้ช่องว่าง
ทางเทคโนโลยีของบริษัท
หรือของประเทศ
ลดลง

● ●



อีกทั้งบริษัทระดับโลกต้องทำโซลูชันให้คนทั้งโลกใช้ โดยต้องรองรับ
ผู้ใช้ภาษาต่างกัน ความเชื่อ ศาสนา และเชื้อชาติต่างกัน ดังนั้นการ
ทำงานจึงต้องเป็นมาตรฐานโลกในทุกระดับ

สำหรับในเมืองไทยเขาคิดว่ากำลังเคลื่อนไปในทิศทางนั้น เพราะ
มีบริษัทหลายแห่งพยายามทำให้ระบบนิเวศทางเทคโนโลยีดีขึ้นเรื่อย ๆ
ซึ่งรวมถึง KBTG เองก็พยายามจะเป็นต้นแบบหนึ่งของระบบนิเวศทาง
เทคโนโลยีที่เป็นองค์มาตรฐานสากลเพื่อรองรับการเข้ามาร่วมงาน
ของชาวต่างชาติ

ปัจจุบัน KBTG มีความพยายามรวบรวมคนที่มีชุดความคิดแบบ
เปิดเข้ามา ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นบริษัทของคนไทยที่มีการเปิดกว้างทาง
ด้านความคิดให้ทุกคนมีโอกาสได้ทดลอง มีสิทธิ์เสนอความคิดเห็นและ
คุยกันด้วยเหตุผลเป็นหลัก

“เราอาจจะยังไม่มีคนต่างชาติมาทำงานในบริษัทเรามากนัก แต่ว่าเรา
อาจจะปลูกฝังวัฒนธรรมการรับฟังความเห็นที่ต่างกัน เปิดรับชุดความคิด
ที่ต่างกัน รับฟังคนที่มีพื้นฐานแตกต่างกัน เราจะปูทางให้สามารถขยาย
ธุรกิจหรือขยายผลิตภัณฑ์บริษัทไปที่ที่ไม่ใช่ประเทศไทยได้ดี”

ดร.ทัตพงศ์ กล่าวเพิ่มเติมว่าที่ซิลิคอนวัลเลย์ บริษัทเกี่ยวกับ
เทคโนโลยีจำนวนมากมีอายุไม่ถึง 20 ปี บริษัทเหล่านี้ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อทำ
ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเทคโนโลยีโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นบริษัทผลิตซอฟต์แวร์
พัฒนาเว็บและโซเชียลมีเดีย ต่างกับที่เมืองไทยจะเป็นบริษัทที่ทรานส์ฟอร์ม
มาจากธุรกิจขนาดใหญ่ มีทั้งธุรกิจไฟแนนซ์ รีเทล หรืออสังหาริมทรัพย์
ปรับเปลี่ยนเป็นบริษัททำธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยี

การเปลี่ยนองค์กรขนาดใหญ่ที่มีความเชี่ยวชาญและความสามารถ
รวมถึงประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งมาสู่
บริษัทเทคโนโลยี หรือบริษัทที่ทำเทคโนโลยีของตัวเองจะมีลักษณะ
เหมือนกันอย่างหนึ่งคือ จะต้องใช้เวลาสักกระยะหนึ่งเพื่อปรับโครงสร้าง

ปรับวิธีการทำงาน และปรับผลตอบแทน ให้สามารถเป็นบริษัทเทคโนโลยีได้จริง ๆ

“เนื่องจากเมืองไทยไม่เคยมี tech company ใหญ่จริง ๆ ดังนั้นบรรดาบริษัทใหญ่ทั้งหลายจะเจอปัญหาเหมือนกันหมด”

เขากล่าวว่าปัญหาลักษณะนี้ไม่ได้เป็นเฉพาะที่ประเทศไทย แม้แต่वलสต็อกก็เป็นแบบเดียวกันเพราะเป็นไฟแนนซ์มาก่อนแล้วแปลงมาเป็นฟินเทค จึงประสบปัญหาเหมือนกัน

เรียนรู้เทคโนโลยีระดับโลกอยู่ที่ไหนก็ทำได้

“องค์กรในไทยส่วนใหญ่กำลังเปลี่ยนผ่าน แต่จะทำการทรานส์ฟอร์มได้เร็วแค่ไหนขึ้นอยู่กับว่าเรามีพื้นที่ให้คนคิดใหม่ได้แค่ไหน”

ดร.ทัตพงศ์ เปิดประเด็นเกี่ยวกับการเรียนรู้เทคโนโลยีที่จะนำมาเปลี่ยนแปลงองค์กร โดยแสดงความเห็นว่า ไม่ว่าจะอยู่ในประเทศไทยหรือต่างประเทศ มีโอกาสการเรียนรู้ไม่แตกต่างกันเนื่องจากปัจจุบันมีการเปิดเผยองค์ความรู้ออกมาแลกเปลี่ยนกันจำนวนมาก มีการแบ่งปันความรู้ใหม่ ๆ กัน ประเด็นอยู่ที่ตัวบุคคลหรือทรัพยากรของประเทศว่าพร้อมจะเรียนรู้เทคโนโลยีแค่ไหน

“กว่าสิบปีก่อนความรู้หลายอย่างยังกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มบริษัทชั้นนำทางเทคโนโลยี แต่ช่วงสิบปีที่ผ่านมาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เกิดขึ้นมา มีการเปิดเผยออกมาเพื่อแลกเปลี่ยนกันจำนวนมากกลายเป็นว่าเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่แบ่งปันกันได้ ไม่ว่าจะอยู่มุมไหนของโลก ถ้ามีอินเทอร์เน็ตก็สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีที่เป็นระดับโลกได้”

เขาเชื่อว่าถ้าหากองค์กรใหญ่ ๆ ในประเทศไทยทรานส์ฟอร์มสู่บริษัทเทคโนโลยีได้จำนวนมากจะทำให้ช่องว่างทางเทคโนโลยีของ

บริษัทหรือของประเทศลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับองค์กรหรือประเทศใหญ่ ๆ ระดับโลก

สำหรับบางคนที่ยากจะย้ายไปทำงานที่ต่างประเทศเพื่อจะได้เรียนรู้วิธีการทำงานใหม่ ๆ เพื่อเปิดโลกทัศน์ ดร.ทัตพงศ์ คิดว่าเวลานี้เมืองไทยน่าจะตอบโจทย์เรื่องครอบครัว อาชีพการงาน และ impact ที่จะทำให้ได้ เชื่อว่าปัญหาเรื่องคนไปทำงานต่างประเทศแล้วไม่กลับมาจะมีไม่มาก เพราะความจริงในปัจจุบันอยู่ในสภาพที่มีการไหลเข้าไหลออกพอ ๆ กัน ไม่ได้มีส่วนไหนมากกว่ากัน

“ตอนนี้มีความพยายามของหลายคนในเมืองไทยที่ทำให้เกิดแพลตฟอร์มที่จะรองรับคนที่อยู่เมืองนอก ให้กลับมาใช้พลังความสามารถพัฒนาประเทศไทย คนเริ่มมองเห็นและสนใจที่จะทำงานกับประเทศไทย การได้ทำงานในที่วัฒนธรรมถูกจริตจะมีโอกาสเติบโตในโลกของเทคโนโลยี ในขณะเดียวกันก็ได้อยู่ใกล้ชิดกับครอบครัวด้วย”

ตั้งเป้าเป็นบริษัทเทคโนโลยีที่ดีที่สุดของไทย

ปัจจุบัน ดร.ทัตพงศ์ มีบทบาทดูแลทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ KBTG รับผิดชอบหน้าที่ทำให้องค์กรนี้เป็นบริษัทเทคโนโลยีของคนไทยที่มีความสามารถเทียบเท่ากับบริษัทเทคโนโลยีระดับโลก โดยสามารถนำเทคโนโลยีจากซิลิคอนวัลเลย์ มาปรับเข้ากับวัฒนธรรมและโครงสร้างของไทยให้ดีที่สุดเพื่อก้าวสู่ The Best Technology Company of Thailand

สำหรับปัญหาเรื่องการขาดแคลนคนซึ่งเป็นปัญหาระดับโลก แม้แต่อเมริกาและยุโรปก็ประสบปัญหาเช่นกัน ดร.ทัตพงศ์ กล่าวว่าคนที่ทำงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีอย่างไรก็มีไม่พอ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะ



เราพยายามสร้าง
บริษัทเทคโนโลยี
ระดับประเทศให้ได้ โดยร่วมมือ
กับหลายฝ่ายทำ tech campus
ดึงผู้เชี่ยวชาญ
จากซิลิคอนวัลเลย์
พูดคุยกับมหาวิทยาลัยว่า
น่าจะเพิ่มเติมอะไร
ในหลักสูตร

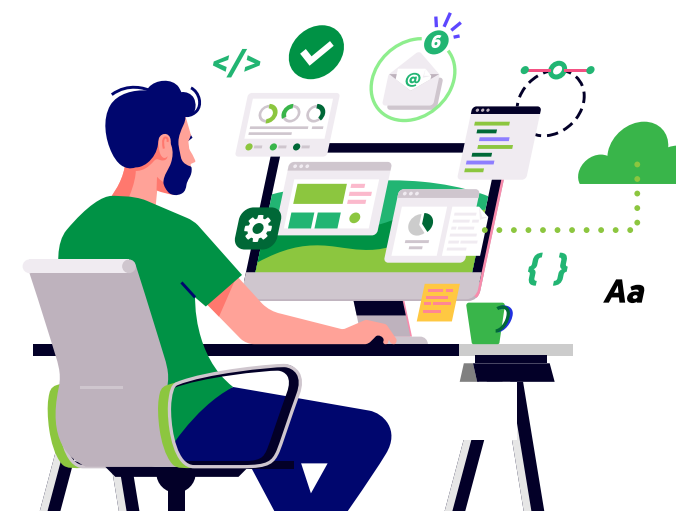




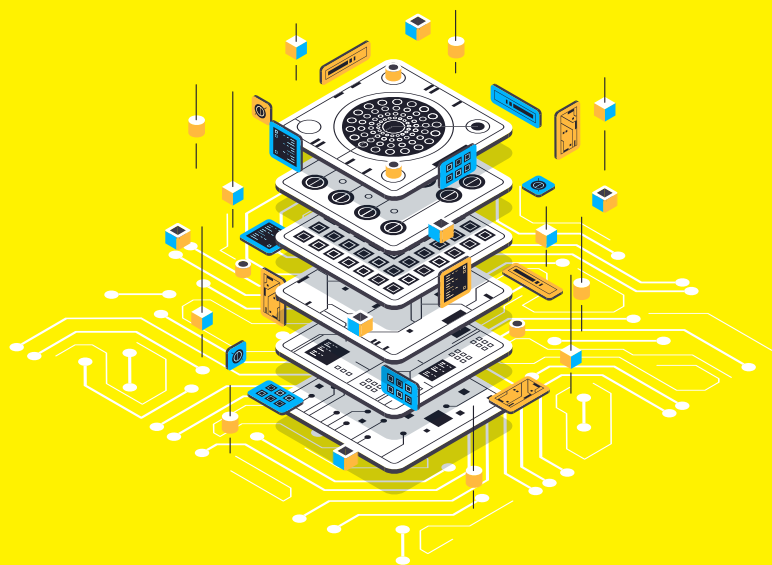
ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ประชากรที่เป็นเด็กและเติบโตขึ้นมาเป็นกำลังแรงงานมีน้อยลงเรื่อย ๆ สิ่งนี้เป็นปัญหาที่ทุกคนต้องช่วยกันแก้ไข

"ตอนนี้เราก็พยายามจะสร้างบริษัทเทคโนโลยีระดับประเทศให้ได้ และมีการทำงานร่วมกับหลายฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาล หน่วยงานวิจัย และภาคการศึกษาที่เรียกว่า tech campus ในการส่งผู้เชี่ยวชาญที่ดึงมาจากซิลิคอนวัลเลย์ ไปพูดคุยกับอาจารย์ว่ามหาวิทยาลัยน่าจะมีส่วนอะไรเพิ่มเติม ในหลักสูตรควรจะสอนอะไร"

"เรามีการจับมือกับหน่วยงานวิจัยทำ co-innovation ร่วมกัน โดยทุกฝ่ายต้องจับมือร่วมกันทำให้เกิด ecosystem ที่จะสร้างซัพพลายและดีมานด์ให้เกิดขึ้น" ดร.ทัตพงศ์ กล่าวทิ้งท้าย



CHAPTER

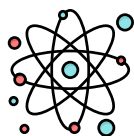


04

เปิดมุมมอง
ดร.จิรวัตน์ ตั้งปณิธานนท์

ผู้หลงรัก
Fundamental Truth
และ **Quantum** เปลี่ยนโลก

จากเด็กนักเรียนผู้หลงใหลในวิชาฟิสิกส์มุ่งมั่นเอาดีจนได้เข้าแข่งฟิสิกส์โอลิมปิกระหว่างประเทศ ด้วยความแน่วแน่กับสิ่งที่ชอบไม่เปลี่ยนแปลง ที่สุดเขาพาตัวเองเข้าสู่เส้นทางของเทคโนโลยีเปลี่ยนโลกที่ชื่อว่า “ควอนตัม” จนลึกซึ้งกับ “ควอนตัมคอมพิวเตอร์” ที่ทั่วโลกเร่งกันพัฒนา วันนี้เขาเป็นหนึ่งในกำลังสำคัญ ช่วยผลักดันให้ประเทศไทยก้าวทันเทคโนโลยีใหม่ที่กำลังเกิดขึ้น ด้วยความหวังว่าจะทำให้เราก้าวสู่ผู้นำในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



“ผมอาจจะโชคดีกว่าเด็กหลาย ๆ คนที่รู้ว่าชอบอะไรตั้งแต่เรียนม.ปลาย”

ดร.จิรวุฒิ ตั้งปณิธานนท์ ประธานกรรมการบริหาร บริษัทควอนตัม เทคโนโลยี ฟาวเดชั่น (ประเทศไทย) จำกัด หรือ QFTF กล่าวขึ้นเมื่อเขาพบกับ The Story Thailand ว่าตนเองหลงรักวิชาฟิสิกส์มาตั้งแต่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมปลายที่โรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ เพราะพบว่าฟิสิกส์เป็น Fundamental Truth ทำให้มุ่งมั่นตั้งใจเรียนในสิ่งที่ตัวเองรักมาตลอด ตั้งแต่ชั้นมัธยมปลาย จนจบระดับปริญญาเอก

ทั้งหมดเริ่มมาจากการเป็นคนชอบถามคำว่า “ทำไม” เพราะเชื่อว่ายิ่งถามมากก็จะได้ความจริงเป็นคำตอบในที่สุด ดังนั้นไม่ว่าจะเรียนวิชาอะไร เขาก็จะมีคำถามว่า “ทำไม” อยู่ในหัวตลอดเวลา เช่นเมื่ออาจารย์สอนเรื่องฟิสิกส์สามารถสังเคราะห์แสงได้เพราะว่ามีคลอโรฟิลล์ เขาก็มีคำถามว่าทำไมคลอโรฟิลล์ถึงสังเคราะห์แสงได้ เขาถามคำถามลึกลงไปเรื่อย ๆ จนพบว่าหลายวิชาให้คำตอบไม่ได้

“ส่วนตัวรู้สึกว่าการเรียนวิชาอื่น ๆ รู้ไม่สุด ขณะที่เรียนฟิสิกส์จะรู้สุด เพราะวิชาฟิสิกส์คือความจริงพื้นฐาน หรือ Fundamental Truth อะไรก็ตามที่เคยตั้งคำถาม จะมีจุดสิ้นสุดของคำว่าทำไม เช่น ทำไมฟ้าผ่า ทำไมฟ้าร้อง ทำไมลมพัด สุดท้ายคำถามนี้จะไปจบที่สมการ $F=MA$ ที่เรียนในวิชาฟิสิกส์ตอนม.ปลาย”

การได้รู้เรื่องนี่คือจุดเริ่มต้นทำให้เขาหลงรักและทุ่มเทกับวิชาฟิสิกส์อย่างจริงจัง จนประจักษ์ในความสามารถเมื่อเข้าร่วมการแข่งขันฟิสิกส์โอลิมปิกระหว่างประเทศ (International Physics Olympiad – IPhO) ซึ่งเป็นหนึ่งในกิจกรรมการแข่งขันโอลิมปิกวิชาการสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษา

เส้นทางสู่ฟิสิกส์โอลิมปิกของเขาเกิดขึ้นจากความอยากรู้ว่าตัวเองจะสามารถไปสุดกับสิ่งที่ชอบได้แค่ไหน ก้าวแรกเริ่มจากการคว้าที่ 1 ของห้อง เขาพยายามเพิ่มขึ้นจนติดอันดับต้น ๆ ของโรงเรียน และขยับไปต่อในระดับประเทศ โดยมีฟิสิกส์โอลิมปิกเป็นคำตอบ

การเป็นเด็กฟิสิกส์โอลิมปิกสร้างความมั่นใจให้กับเขาอย่างมาก เพราะเริ่มต้นมาจากเด็กที่เอาดีกับวิชาอื่นไม่ได้นอกจากวิชาฟิสิกส์ จนได้เป็นนักเรียนทุนรัฐบาลไปเรียนทางด้านฟิสิกส์จบปริญญาตรีและโทที่มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ ประเทศอังกฤษ จากนั้นมาศึกษาต่อระดับปริญญาเอกทางด้าน Quantum Computing ที่มหาวิทยาลัยแห่งชาติประเทศสิงคโปร์

ระหว่างได้ทุนเรียนปริญญาตรี ดร.จิรวรรณ ตั้งคำถามเพื่อหาคำตอบให้กับตัวเองตลอดเวลาว่าความรู้ทางด้านฟิสิกส์ของเขาจะสามารถสร้างประโยชน์ให้กับประเทศได้อย่างไร เมื่อเรียนปริญญาเอกจึงเลือกเรียนหลายสาขา ทั้งพลังงานแสงอาทิตย์ เครือข่ายการสื่อสาร และควอนตัม คอมพิวเตอร์

“ตอนนั้นควอนตัม คอมพิวเตอร์ เป็นเรื่องใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งในประเทศไทยยังไม่ค่อยรู้เรื่องมากนัก แต่ประเทศสิงคโปร์มีเทคโนโลยีควอนตัมเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก ทำให้เริ่มสนใจช่วงที่เรียนปริญญาเอกที่นี่”

ช่วงเรียนที่สิงคโปร์เขาได้เข้าร่วมทีมวิจัยในศูนย์วิจัยเทคโนโลยีควอนตัมของมหาวิทยาลัยแห่งชาติสิงคโปร์ มีผลงานสำคัญในการใช้ชิปของกูเกิลเป็นเครื่องจำลองสนามแม่เหล็กเทียมเพื่อวัดแถบพลังงานรูปผีเสื้อ (Hofstadter butterfly) ได้สำเร็จเป็นครั้งแรกในโลก จนวารสารทางวิชาการ Science ฉบับเดือนธันวาคม ปี 2017 ตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานนี้ในฐานะที่เป็นการทดลองให้เห็นศักยภาพของชิปควอนตัมของกูเกิล ซึ่งเป็นก้าวสำคัญหนึ่งของการพัฒนาคอมพิวเตอร์ควอนตัม และแนวคิดนี้ยังถูกนำไปใช้จริงในห้องปฏิบัติการของกูเกิลด้วย

ฟิสิกส์จะนำการขับเคลื่อน

ประเทศในอนาคต

เขาบอกว่า นับจากนี้ไปจะเป็นยุคการแข่งขันกันด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เทคโนโลยีจะเป็นความมั่นคงของประเทศ ประเทศไทยไม่มีเทคโนโลยีของตนเองอาจจะเรียกว่าถูกเป็นเมืองขึ้นทางเทคโนโลยี “ทุกวันนี้เราอาจจะเป็นอย่างนั้นอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นมือถือ

คอมพิวเตอร์ รถยนต์ รถไฟฟ้า ทุกอย่างรอบตัวเราไม่มีเทคโนโลยีของประเทศไทยเลย”

ดร.หนุ่มผู้หลงใหลในวิชาฟิสิกส์ ยืนยันว่าเทคโนโลยีมีรากฐานมาจากวิทยาศาสตร์ และฟิสิกส์จะเป็น Fundamental Truth ของทุกศาสตร์ การเริ่มต้นด้วย Fundamental Truth มีความสำคัญเพราะเทคโนโลยีปัจจุบันพัฒนาไปรวดเร็วมาก

“ถ้าเราจะวิ่งตามปลายน้ำของเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียวจะไม่สามารถตามทันได้ แต่ถ้าประเทศไทยหันมาให้ความสำคัญกับสิ่งที่ เป็น Fundamental Truth ซึ่งไม่เคยเปลี่ยนหรือเปลี่ยนช้ามากอย่างวิชาฟิสิกส์ ก็จะมีโอกาสเป็นผู้ที่ยืนอยู่แถวหน้าประเทศหนึ่งได้”

เขาย้ำว่าถ้าเราเข้าใจ Fundamental Truth จะทำให้ประเทศไทยสามารถตามเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เข้ามาได้ดีมากขึ้น และขั้นต่อไปจะสามารถนำมาประยุกต์เป็นบางสิ่งบางอย่างเพื่อประโยชน์ต่อคน สังคม และประเทศได้

“วิชาฟิสิกส์แบ่งความรู้ออกเป็น 3 อย่าง คือ ฟิสิกส์ดั้งเดิมจะเป็น $F=MA$ คือเทคโนโลยีที่เห็นในวันนี้ ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ และไฟฟ้า ล้วนมาจากความรู้ฟิสิกส์ดั้งเดิม ความรู้วิทยาศาสตร์หนึ่งคือ ความรู้สัมพันธ์ภาพที่ไอน์สไตน์ค้นพบ เป็นความรู้ฟิสิกส์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใหญ่หรืออะไรที่มีมวลมาก ๆ เช่น หลุมดำ เกี่ยวข้องกับเวลายืดหดได้ ซึ่งนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่าง GPS และสุดท้ายคือ ควอนตัม ฟิสิกส์ศึกษาสิ่งเล็ก ๆ ที่เรียกว่าอะตอม”

ในโลกของควอนตัม ฟิสิกส์ นักวิทยาศาสตร์ค้นพบว่าอะตอมทำตัวแปลก ๆ เช่น อะตอมสามารถอยู่หลายที่ได้ในเวลาเดียวกัน สามารถทะลุผ่านกำแพงได้โดยไม่ต้องกระโดดข้าม อะตอมที่อยู่ไกลมาก ๆ สามารถสื่อสารกันได้โดยไม่ต้องมีการส่งสัญญาณ



ควอนตัม คอมพิวเตอร์
จะเป็นกุญแจสำคัญ
ที่ทำให้เกิดการบริหารจัดการ
พลังงาน
ในรูปแบบใหม่
ที่เหมาะสมกับสภาพ
ที่เปลี่ยนไป



ดร.จิรวัดน์ ตั้งปณิธานนท์



"เป็นเรื่องแปลกมากแต่เป็นเรื่องจริงที่ทางวิทยาศาสตร์พิสูจน์กันมาแล้วเป็นร้อยปี"

เขายกตัวอย่างเทคโนโลยีที่น่าควอนตัม ฟิสิกส์ มาพัฒนาเป็นเครื่องมือต่าง ๆ มากมาย เป็นต้นว่าโซลาร์เซลล์ เครื่องสแกนสมอง (MRI) ทรานซิสเตอร์ที่อยู่ในคอมพิวเตอร์ หรือแม้แต่ทัชสกรีนบนหน้าจอคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟน เมื่อเราใช้นิ้วสัมผัสหน้าจอ อิเล็กตรอนที่อยู่บนนิ้วมือของเราจะกระโดดทะลุผ่านจอเข้าไปที่เครื่องได้

ดร.จิรวัดน์ ชี้ให้เห็นแนวโน้มสำคัญในการประยุกต์เทคโนโลยีด้วยควอนตัม ฟิสิกส์ ว่านับจากนี้ไปจะมีการเอาคุณสมบัติแปลก ๆ มาใช้ทำให้เกิดเทคโนโลยีการคำนวณแบบใหม่ที่จะทำให้คอมพิวเตอร์ในอนาคตสามารถประมวลผลงานบางอย่างได้เร็วกว่าคอมพิวเตอร์แบบที่ใช้ในปัจจุบันอย่างมหาศาล เราเรียกว่า "ควอนตัม คอมพิวเตอร์" ซึ่งจะมีผลกระทบเกิดขึ้นอย่างไรในอนาคตไม่มีใครสามารถคาดการณ์ได้

"ถ้าเราเปรียบเทียบคอมพิวเตอร์วันนี้กับเมื่อสิบปีที่แล้ว คอมพิวเตอร์ในวันนี้ทำให้เกิดสมาร์ทโฟน ทำให้เกิด Grab เกิด Facebook หรือ Meta เช่นเดียวกัน การประมวลผลแบบควอนตัม (Quantum Computing) จะทำให้เทคโนโลยีล้ำหน้าขึ้นไปอีก เราอาจจะต้องมานั่งจินตนาการกันอีก ธุรกิจต่าง ๆ คงต้องมานั่งเตรียมการว่าจะเกิดรูปแบบธุรกิจใหม่อะไรในอนาคต"

ประเทศไทยมีโอกาสขึ้นนำในอาเซียน

"ประเทศไทยในแง่ระดับของการใช้งานควอนตัม คอมพิวเตอร์ เราอยู่ในระดับใกล้เคียงกับหลาย ๆ ประเทศ"

ดร.จิรวัดน์ เปิดประเด็นเกี่ยวกับโอกาสจากควอนตัม คอมพิวเตอร์

ของประเทศไทยไว้น่าสนใจว่า ปัจจุบันทุกประเทศอาจจะยังงุนงวนหลังจากนี้จะเกิดธุรกิจอะไรใหม่ ๆ อีก ซึ่งตรงนี้เป็นโอกาสของประเทศไทย ถ้าเราเร่งเครื่องได้เร็ว ค้นหาคำตอบได้ก่อน เราอาจจะเป็นผู้นำทางด้านควอนตัมเทคโนโลยีในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก็เป็นไปได้

ถ้าประเทศไทยให้ความสำคัญกับสิ่งที่ เป็น Fundamental Truth ซึ่งไม่เคยเปลี่ยนหรือเปลี่ยนช้ามากอย่างวิชาฟิสิกส์ ก็จะมีโอกาสเป็นผู้ที่ยืนอยู่แถวหน้าประเทศหนึ่งได้

"ประเทศไทยสามารถเป็นผู้นำในเกมนี้ได้ เรามีนักเรียนทุนไทยไปติดมหาวิทยาลัยชั้นนำต่าง ๆ ของโลกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นเคมบริดจ์ มหาวิทยาลัยคอร์เนล และมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด พูดได้ว่าความสามารถของคนไทยไม่แพ้ชาติอื่น เพียงแต่ที่ผ่านมาระหว่างเราจะไม่ได้สนใจเรื่อง Fundamental Truth มากพอ และที่ผ่านมามีงานวิจัยแต่ไม่ได้นำมาต่อยอดทำให้เกิดการใช้งานได้จริงจนเราต้องวิ่งตามคนอื่นอย่างเดียว"

แต่ต้องยอมรับว่าด้านงานวิจัยต่างประเทศพัฒนาไปไกลกว่าประเทศไทยมาก ตัวอย่างประเทศจีนมีการลงทุนทำวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยีควอนตัมจำนวนสามแสนล้านบาท ถือว่าเป็นมูลค่ามหาศาล หรือสิงคโปร์ลงทุนด้านควอนตัมหลายพันล้านบาทเป็นเวลาสิบกว่าปีมาแล้ว ด้านฝั่งยุโรปก็มีการตั้งเป็นควอนตัม แพลกซิปของทวีปยุโรป ในอีกสิบปีข้างหน้ายุโรปจะเน้นควอนตัม ขณะที่สหรัฐอเมริกาตั้งแต่ยุคของโดนัลด์ ทรัมป์ จนมาถึงโจ ไบเดน มีการออกพระราชบัญญัติด้านควอนตัม คอมพิวเตอร์แล้ว

ส่วนประเทศไทยยังอยู่ในช่วงแรกเริ่มของแวดวงทางวิชาการ โดยกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ได้

ตั้งโครงการ Quantum Flagship ขึ้นมาเป็นเวลาสองปีแล้ว เพื่อสร้างโอกาสและความสามารถในการเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีควอนตัม ซึ่งเขาเห็นว่า “เป็นการเริ่มต้นที่ดี”

หลายอุตสาหกรรมเริ่มใช้เทคโนโลยีควอนตัม

ปัจจุบันทั่วโลกเริ่มนำเทคโนโลยีควอนตัมมาใช้ โดยกลุ่มธุรกิจการเงินและธนาคารระดับโลกหลายแห่งได้พัฒนาโปรแกรมด้วยควอนตัมออกมาใช้แล้ว อาทิ โกลด์แมน แซคส์ เชสเชสปีซี ดีบีเอส หรือกลุ่มธนาคารบาร์เคลย์ เป็นต้น

“ในเมืองไทยตอนนี้ก็มีธนาคารกสิกรไทยที่กำลังทำงานร่วมกับเรา คาดว่าน่าจะประกาศการใช้งานได้ในช่วงปลายปี 2565”

นอกจากภาคการเงินแล้วอุตสาหกรรมพลังงานทั่วโลกก็กำลังตื่นตัวกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในด้านการบริหารจัดการพลังงานอัจฉริยะ หรือ smart grid สำหรับรองรับการเติบโตของการใช้พลังงานทางเลือก

“การใช้พลังงานในอีก 10-20 ปีข้างหน้า จะแตกต่างจาก 10-20 ปีที่ผ่านมาอย่างสิ้นเชิง เพราะว่าทุกคนสามารถจะผลิตไฟฟ้าขายได้ ไม่ใช่เป็นแค่ผู้ซื้ออย่างเดียว”

การเพิ่มขึ้นของรถไฟฟ้าที่เป็นเสมือนแบตเตอรี่ขนาดใหญ่จะเป็นจุดเริ่มต้นทำให้การบริหารจัดการไฟฟ้ายากขึ้น ประเด็นนี้เป็นสิ่งที่หลายประเทศทั่วโลกมองว่าควอนตัม คอมพิวติง จะเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้เกิดการบริหารจัดการพลังงานในรูปแบบใหม่ที่เหมาะกับสภาพที่เปลี่ยนไป

เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ที่กำลังตื่นตัวอย่างมาก

● ●
ทุกครั้งที่มีการ
นำความรู้พื้นฐาน
ทางวิทยาศาสตร์
มากำหนดเทคโนโลยี
มักจะเกิด
ผลกระทบ
ครั้งใหญ่เสมอ



เพราะประเมินกันว่าควอนตัมจะสร้างผลกระทบค่อนข้างสูง ทำให้บริษัทชั้นนำอย่างแอร์บัส และ BMW มีการจัด Quantum Computing Hackathon เพื่อระดมเหล่านักคิดมาแข่งขันกันพัฒนาโปรแกรมด้วยควอนตัม คอมพิวเตอร์ อย่างเร่งด่วน ยังรวมไปถึงอุตสาหกรรมยาที่เชื่อว่าควอนตัม คอมพิวเตอร์ จะสามารถสร้างแบบจำลองการผลิตยาได้ดียิ่งขึ้น

“การนำเทคโนโลยีควอนตัม คอมพิวเตอร์ มาใช้จะเป็นแบบค่อย ๆ ปรับเปลี่ยนไป ไม่ใช่เปลี่ยนแบบหน้ามือเป็นหลังมือ ตอนนี้เราสามารถใช้ได้แล้ว อย่างเว็บไซต์ของไอบีเอ็มเปิดให้ใช้ควอนตัม คอมพิวเตอร์ บนคลาวด์ได้ฟรี”

เขาคาดว่าในอีก 2-3 ปีข้างหน้า ตลาดของควอนตัม คอมพิวเตอร์ จะมีขนาดใหญ่และเสถียรขึ้นเรื่อย ๆ ภาคธุรกิจโดยเฉพาะบริษัทขนาดใหญ่ควรวางแผนล่วงหน้ากัน ณ ตอนนี้ ถ้ารอให้เทคโนโลยีมาถึงก่อนแล้วค่อยคิดวางแผนอาจจะตามคนอื่นไม่ทัน ธุรกิจอาจจะถูกตีรวปได้

ดร.จิรวรรณกล่าวว่าทุกครั้งที่มีการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาทำให้เกิดเทคโนโลยี มักจะเกิดผลกระทบครั้งใหญ่เสมอ ตัวอย่างเช่นการนำ DNA มาใช้ทำให้เกิดเทคโนโลยีการตัดต่อพันธุกรรม หรือเมื่อมีความรู้เรื่องไฟฟ้าก็ทำให้เกิดหลอดไฟและเกิดระบบไฟฟ้าที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน ย้อนกลับไปเมื่อมีการเอากฎการเคลื่อนที่ของนิวตันมาใช้ก็ทำให้เกิดยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมขึ้นมา แม้แต่ทฤษฎีสัมพัทธภาพที่ไอน์สไตน์ค้นพบก็ทำให้เกิดอาวุธนิวเคลียร์ และโรงไฟฟ้านิวเคลียร์

“เมื่อใดที่เรานำความรู้ควอนตัม 100 เปอร์เซ็นต์ มาใช้งาน ก็จะได้ผลกระทบครั้งใหญ่ไม่แพ้กัน”

ควอนตัม คอมพิวเตอร์ จะเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจทุกอุตสาหกรรมในการสร้างธุรกิจใหม่ และที่สำคัญจะช่วยสร้างความมั่นคงปลอดภัยด้านไซเบอร์ของประเทศด้วย

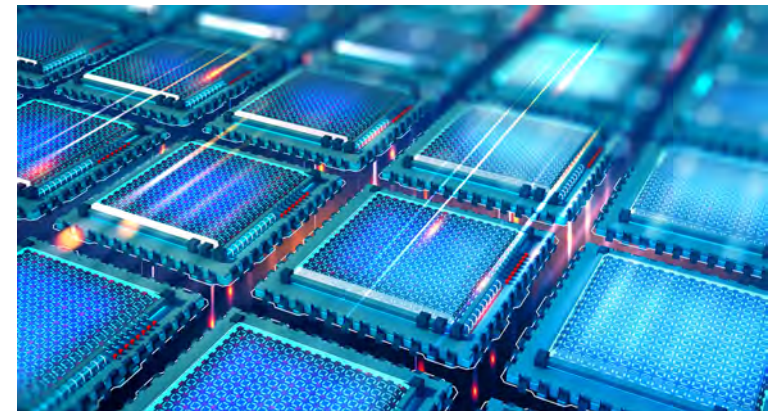
ทั่วโลกขาดแคลนกำลังคนด้านควอนตัม

เขายังสะท้อนให้เห็นว่าในอีก 3-5 ปีข้างหน้า การขาดแคลนบุคลากรด้านเทคโนโลยีควอนตัมจะเป็นปัญหาสำคัญทั่วโลกเพราะปัจจุบันผู้ที่เข้าใจเทคโนโลยีนี้แบบลึกซึ้งมีเฉพาะกลุ่มที่เรียนจบปริญญาเอกเท่านั้น ซึ่งมีจำนวนน้อยมาก

ปัญหานี้กำลังเกิดขึ้นทั่วโลกโดยเฉพาะกับบริษัทเทคโนโลยีขนาดใหญ่ อย่างเช่นบริษัทไอบีเอ็มซึ่งพยายามรับมือโดยมีโครงการต่าง ๆ เพื่อเร่งผลิตกำลังคนทางด้านนี้ให้รวดเร็วขึ้น

“ไอบีเอ็มจะมีคอร์สที่เริ่มสอนควอนตัมตั้งแต่ ม.ปลาย โดยอาจจะไม่ต้องเรียนฟิสิกส์ที่แอดวานซ์มาก่อน”

สำหรับประเทศไทย บริษัท ควอนตัม เทคโนโลยี ฟาวเดชั่น (ประเทศไทย) จำกัด หรือ QFTF ที่เขาเป็นผู้ร่วมก่อตั้งกำลังร่วมมือกับสถาบันการศึกษาหลายแห่งเพื่อจัดเตรียมกำลังคนทางด้านนี้ อาทิ ศูนย์ความเป็นเลิศด้านฟิสิกส์ที่จังหวัดเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ทำโครงการวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยีควอนตัมและพัฒนาากำลังคนด้านฟิสิกส์ขั้นสูง



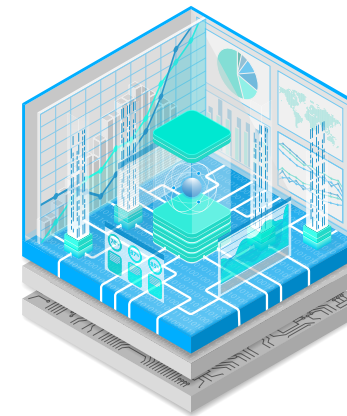
นอกจากนี้ QFTF ยังร่วมทำงานกับบริษัทเอกชนขนาดใหญ่หลายแห่งในลักษณะร่วมกันพัฒนาซอฟต์แวร์ด้วยเทคโนโลยีควอนตัม ซึ่งไม่เพียงก่อให้เกิดการจ้างงานจริงเท่านั้น แต่ข้อสำคัญบริษัทเอกชนเหล่านั้นจะมีคนที่มีความรู้ด้านควอนตัมอยู่ในองค์กรของตนด้วย

“ทีมงานของเราเป็นกลุ่มเครือข่ายของนักเรียนทุนรัฐบาลที่ทำงานวิจัยด้านนี้ ขณะนี้ทั้งเครือข่ายมีประมาณ 100 กว่าคน”

กำลังคนจำนวนนี้เขาบอกว่าอาจดูไม่มากเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนโปรแกรมเมอร์ที่มีอยู่ในประเทศไทย แต่ไม่น้อยจนเกินไปที่จะทำให้เกิดผลกระทบต่อภาพรวม โดยเขาพยายามที่จะดึงดูดนักวิจัยคอมพิวเตอร์ นักวิทยาศาสตร์ นักวิจัยทางด้านวิศวกรรม หรือศาสตร์อื่น ๆ เข้ามาเรียนรู้ด้านควอนตัมให้มากขึ้น

ดร.จิรวัดณ์ กล่าวว่า ควอนตัม คอมพิวเตอร์ จะเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจทุกอุตสาหกรรมในการสร้างธุรกิจใหม่ และที่สำคัญจะช่วยสร้างความมั่นคงปลอดภัยด้านไซเบอร์ของประเทศไทยด้วย ซึ่งภาครัฐและเอกชนไทยจะต้องเตรียมพร้อมในเรื่องนี้อย่างเร่งด่วน

“ถ้าเรามองไปอนาคตในอีก 10 ปีข้างหน้า เทคโนโลยีจะเปลี่ยนไปจนบางครั้งโลกที่เราจินตนาการกับโลกของความเป็นจริงในตอนนั้นอาจจะคนละโลกกันก็เป็นได้ ดังนั้นในระดับนโยบายเรื่องการศึกษาต้องมองทะลุและชัดเจน” ดร.จิรวัดณ์ กล่าวฝากทิ้งท้ายไว้ให้คิด



PART

Good to Great

THREE



CHAPTER



01

ท้อป จิรายุส แห่ง Bitkub

บนเส้นทางสู่ ยูนิคอร์น
ของคนธรรมดา ที่ไม่ธรรมดา

“คนมองว่าวัยเร็ว ประสบ
ความสำเร็จเร็วแต่อายุยังน้อย
นี่คือสิ่งที่ผมเจ็บปวดที่สุดเวลา
ที่ถูกคนอื่นมองแบบนี้ ผมผ่านอะไร
มาบ้าง กรัดเลือดกรัดเนื้อตัวเอง
ไปเท่าไร ใครจะรู้”



คำพูดที่พร่างพรูจากปากของ
“ท็อป” จิรายุส ทรัพย์ศรีโสภา
แห่งบิทคับ (Bitkub) ยูนิคอร์นผู้สร้าง
ไฟแนนเชียลแพลตฟอร์มชั้นนำ
ของไทย บ่งบอกความรู้สึกในใจของ
คนหนุ่มที่กำลังถูกจับตามองจาก
สังคมไทยมากที่สุดคนหนึ่ง ในฐานะที่
เขาเป็นผู้มีอิทธิพลต่อหลาย ๆ วงการ
ธุรกิจของไทย แต่ใครหลายคน
อาจไม่รู้ว่เบื้องหลังความสำเร็จ
ของ Bitkub ผู้ชายคนนี้ต้องผ่านอะไร
มาบ้าง

ท็อปเกิดและเติบโตในครอบครัวนักธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าย่านประตูน้ำ
เป็นลูกชายคนโตในบรรดาพี่น้อง 4 คน วัยเด็กเขามีนิสัยเกเรชอบทะเลาะ
กับเพื่อน รักการเล่นฟุตบอลเป็นชีวิตจิตใจ ไม่ค่อยสนใจเรียนจนผลการเรียน
ตกต่ำ ทางบ้านตัดสินใจส่งเขาไปเรียนระดับมัธยมที่ประเทศนิวซีแลนด์
ในโรงเรียนที่เน้นเรื่องกีฬาเป็นสำคัญ

“ตื่นขึ้นมาต้องวิ่งตอนเช้าเป็นสิบกิโล แล้วไปโรงอาหารทานข้าว
เช้าเรียน บ่ายสามโมงเลิกเรียนไปเล่นกีฬาคู่ มีซัมเมอร์สปรอตที่เลือก
เรียนว่ายน้ำ และวินเทอร์สปรอตเลือกเรียนฟุตบอลและแบดมินตัน”

ตอนเด็กเขามองว่าการเรียนไม่ใช่เรื่องสำคัญ ฝันอยากเป็นนัก
ฟุตบอลมากกว่า อยากเป็นคนไทยคนแรกที่ได้ไปเล่นกับทีมแมนเชสเตอร์
ยูไนเต็ด ซึ่งเวลานั้นมี คริสเตียโน โรนัลโด เป็นฮีโร่ในใจของเขา จึงทุ่มเท
ฝึกฝนฟุตบอลอย่างหนัก

เมื่อเรียนจบระดับมัธยมที่นิวซีแลนด์ เขากลับมาสอบเข้ามหาวิทยาลัย
ในประเทศไทย แต่สอบไม่ติดเพราะที่ผ่านมาเรียนอ่อนทุกวิชา ยกเว้น
คณิตศาสตร์ที่เรียนได้ดี ซึ่งท็อปเล่าให้ The Story Thailand ฟังว่า
สมัยเรียนมัธยมปลายเขาชอบวิชาคณิตศาสตร์มากที่สุด ขณะที่วิชา
วิทยาศาสตร์ ฟิสิกส์ และชีววิทยานั้นเรียนไม่รู้เรื่อง

ความคิดเปลี่ยนจนเรียนได้ก็หนึ่ง

ความที่ชอบฟุตบอลเป็นชีวิตจิตใจ เขาจึงเริ่มการเดินทางใหม่อีกครั้ง
โดยเลือกไปศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยแมนเชสเตอร์
ประเทศอังกฤษ ถิ่นของสโมสรฟุตบอลที่ตนชื่นชอบ

ตอนเด็กมองว่าการเรียนไม่ใช่เรื่องสำคัญ ฝันอยากเป็นนักฟุตบอล
อยากเป็นคนไทยคนแรกที่ได้ไปเล่นกับทีมแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด

เขาบอกว่าตัวเองเป็นคนมีเป้าหมายเดียว แต่ละช่วงชีวิตจะสนใจสิ่งเดียวและมุ่งมั่นทำสิ่งนั้นให้ดีที่สุดไปเลย สมัยเรียนมัธยมชอบฟุตบอลก็มุ่งฟุตบอลอย่างเดียว เมื่อจะเข้ามหาวิทยาลัยก็สนใจว่าทำอย่างไรให้เข้าเรียนมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลกให้ได้

“พอความคิดเปลี่ยน วิธีชีวิตก็เปลี่ยนไป ผมอ่านหนังสือวันละ 10-12 ชั่วโมงตลอด 7 วัน วันหยุดคริสต์มาสก็ไม่กลับบ้าน ยอมทำทุกอย่างเพื่อให้ได้ตามเป้าหมายเดียวที่ตั้งใจไว้”

ท็อปเรียนจบจากมหาวิทยาลัยแมนเชสเตอร์ด้วยเกียรตินิยมอันดับหนึ่งของคณะเศรษฐศาสตร์ และที่ 1 ของ school ที่เรียกว่า Social Sciences และได้รับเงินคืนจากมหาวิทยาลัยในฐานะนักศึกษาดีเด่น แต่รางวัลทั้งหมดก็ต้องแลกกับอะไรหลาย ๆ อย่าง

“ก็ต้องเสียสละมากกว่าคนอื่น ไม่ได้ไปปาร์ตี้ ไม่ได้มีแฟน ไม่ได้ใช้ชีวิตเหมือนเด็กมหาวิทยาลัยทั่วไป วัน ๆ อ่านแต่หนังสือ”

ตอนเรียนต่อปริญญาโท เขาย้ายไปสมัครเข้าเรียนคณะเศรษฐศาสตร์ 3 มหาวิทยาลัย คือ ออกซฟอร์ด เคมบริดจ์ และเดอะลอนดอนสกูลออฟอีโคโนมิกส์ (LSE) ทั้งสามแห่งตอบรับหมด แต่เขาเลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยออกซฟอร์ด เพราะอยากเรียนคอร์สเดียวกับคุณอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่เป็นศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยแห่งนี้ ซึ่งขณะนั้นเป็นนายกรัฐมนตรีไทยที่มีอายุน้อยที่สุด

“พอเปลี่ยนไอเดอลมาเป็นคุณอภิสิทธิ์ เป้าหมายก็เปลี่ยนไปด้วย” เขาบอกที่มาของการตัดสินใจ

ออกซฟอร์ด เข้าได้ต้องออกให้ได้

เข้าเรียนที่ออกซฟอร์ดได้ตามเป้าหมายที่ตั้งใจแล้ว เป้าหมายต่อไป

คือเรียนจบออกมาให้ได้ เพราะเขาเด็กที่สุดอายุเพียง 21 ปี ขณะที่เพื่อนร่วมชั้น 50 คนมีอายุเฉลี่ย 25-26 ปี และแต่ละคนล้วนไม่เคยเป็นที่สองรองใคร หลายคนเคยผ่านการเรียนระดับปริญญาโทมาแล้วด้วยซ้ำ

เรารู้อะไรสำคัญก็เลือกที่จะเสียสละสิ่งอื่นเพื่อเป้าหมายของเรา

ตลอด 5 ปีที่เรียนที่อังกฤษ ไปดูกีฬาที่สนามโอลด์แทรฟฟอร์ดเพียงแค่ครั้งเดียว

ด้านนี้โหดกว่าตอนเรียนปริญญาตรีมากเพราะการวัดผลเป็นแบบ curving system ที่ต้องแข่งขันกับบรรดาหัวกะทิทั้งหลาย ท็อปบอกว่า เป็นสภาพการเรียนที่ยากมาก “ถ้าจะให้ทำอีกก็คงไม่ทำแล้ว มันทรมานมาก” เพราะวัน ๆ อ่านหนังสืออยู่แต่ในห้องสมุด ไม่ได้ไปเที่ยวที่ไหนเลย แต่ที่สุดก็ผ่านออกมาได้แบบที่เขาบอกว่า “เส้นยาแดงผ่าแปดมาก” เขาจบ MPhil in Economics หลักสูตรที่เรียนทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ประยุกต์เมื่อตอนอายุ 23 ปี

เมื่อถูกถามว่าเขาจะความยากลำบากในการเรียนมาได้อย่างไร เขาตอบชัดเจนแบบไม่ต้องการคำอธิบายเพิ่มเติมว่า “เรารู้อะไรสำคัญก็เลือกที่จะเสียสละสิ่งอื่นเพื่อเป้าหมายของเรา” ดังนั้นตลอด 5 ปีที่เรียนที่อังกฤษ เขาไม่เคยเห็นอะไรที่ยุโรป แม้แต่ความตั้งใจเดิมที่มาเรียนประเทศอังกฤษเพราะชอบฟุตบอล กลับได้ไปดูกีฬาที่สนามโอลด์แทรฟฟอร์ดเพียงแค่ครั้งเดียวเท่านั้น

“ตอนนั้นเป็นช่วงค้นหาตัวเอง เพราะที่ผ่านมามีเป้าหมายเดียวไม่เคยเตรียมอนาคตไว้ ทุ่มทุกพลังงานที่มีเพื่อเป้าหมายเดียว พอเรียนจบเหมือนเอาหินที่แบกออกจากอกว่าฉันทำได้แล้วตามที่ฝันไว้”

เริ่มต้นทำงานหาประสบการณ์ที่จับ

หลังเรียนจบปริญญาโทในปี พ.ศ. 2556 ขณะที่เพื่อนส่วนใหญ่เลือกทำงานที่บริษัทไฟแนนซ์หรือบริษัทชั้นนำของโลก แต่เขาเริ่มต้นทำงานแรกกับบริษัทวณิชธนกิจ (investment banking) เล็ก ๆ ในตำแหน่ง financial analyst กับ Evotech Capital สาขาเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน ด้วยเหตุผลว่าทำงานที่บริษัทเล็กเขาจะได้เรียนรู้กระบวนการทำงานทุกสิ่งอย่างของบริษัท ถ้าไปอยู่กับบริษัทใหญ่จะเห็นเพียงบางส่วน

“เลือกที่ optimize ประสบการณ์ ไม่ได้เลือก optimize เงินเดือน” เพราะเขาให้ความสำคัญกับประสบการณ์มากกว่าเงินเดือนที่ได้รับ อีกทั้งประเทศจีนกำลังมีการเติบโตทางเศรษฐกิจเร็วที่สุดในโลก

แต่เขาทำงาน investment banking ได้สัปดาห์ก็ย้ายไปอยู่บริษัทที่ปรึกษาได้เพียง 2 เดือนครึ่งก็ลาออก เพราะรู้สึกว่าการทำงานในบริษัทไม่เหมาะกับตัวเขา

“อยากคิดค้นอะไรใหม่ก็ทำไม่ได้ ผมทำงานหนัก 7 วันต่อสัปดาห์ คนอื่นทำได้ไม่เหมือนเรา ไฟแรงขนาดไปคุยกับเจ้าของบริษัทว่าทำไมไม่ทำแบบนั้นแบบนี้ จนเขาถามว่าคนนี่คือใคร”

ธุรกิจ Bitcoin เป้าหมายใหม่ของชีวิต

ระหว่างทำงานที่จีนเขาอ่านเจอข่าวเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัล “บิตคอยน์” (Bitcoin) ที่มีมูลค่าพุ่งกระชูดจาก 10 ดอลลาร์สหรัฐ ขึ้นเป็น 1,150 ดอลลาร์สหรัฐ เกิดความสนใจตามอ่านข้อมูลจากบล็อกต่าง ๆ จนได้อ่าน Why Bitcoin Matters ของมาร์ก แอนดรีเซน (Marc

Andreessen) ได้เห็นมุมมองว่าบิตคอยน์จะมาเปลี่ยนแปลงโลกอนาคตของวงการการเงิน จึงมีความสนใจทางด้านเทคโนโลยี และตัดสินใจสมัครทำงานกับบริษัทที่ปรึกษาด้านการเงินการบัญชีที่ซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา

“เป้าหมายอยากไปซิลิคอนวัลเลย์ อยากไปดูออฟฟิศ Facebook และ Google แต่ไม่ได้เรียนจบวิศวะ งานที่ดีที่สุดคือพวกอีโคโนมิก คอนซัลติง” เขาบอกความต้องการที่แท้จริงของการไปทำงานที่สหรัฐอเมริกา

ระหว่างรอเปลี่ยนงานมีเวลาว่าง 1 เดือนกลับมาเมืองไทย พอได้อีเมลจากเพื่อนที่อยู่ฟิลิปปินส์ว่ากำลังทำวิจัยโครงการ World Startup Report จึงแพ็กกระเป๋าบินไปฟิลิปปินส์ทันทีหลังกลับมาบ้านได้เพียงวันเดียว

เวลา 1 เดือนที่ช่วยงานวิจัยเกี่ยวกับสตาร์ทอัพทั่วโลก ทำให้เขาเรียนรู้เกี่ยวกับวงการสตาร์ทอัพ และมีข้อมูลสตาร์ทอัพเมืองไทยว่ายังไม่มีใครทำเกี่ยวกับบิตคอยน์เลย ในวันสุดท้ายระหว่างงานเลี้ยงขอบคุณ โบว์ ภาย เพื่อนใหม่เจ้าของโครงการวิจัยจุดประกายความคิดเขาด้วยการทักว่า “จบออกซฟอร์ดอายุเพิ่ง 23 ปี ทำไมไม่ออกมาทำสตาร์ทอัพ” เมื่อรู้ว่าท๊อปกำลังจะไปทำงานคอนซัลติงที่ซานฟรานซิสโก

จากฟิลิปปินส์เขาบินไปซานฟรานซิสโกทำงานคอนซัลติงเป็นเวลาหนึ่งเดือน รู้สึกไม่ใช่ตัวเองจึงตัดสินใจลาออก เพื่อนแนะนำให้เขาได้พบกับ Dan Schatt ผู้บริหารของ Paypal ซึ่งบอกกับท๊อปว่า “บิตคอยน์จะมาเปลี่ยนแปลงโลก” โดยเล่าให้ฟังว่าตอนที่เปิด Paypal เวอร์ชันแรกคือสร้างดิจิทัลดอลลาร์ แต่ยุคนั้นยังไม่มีคลาวด์ ไม่มีบล็อกเชน การใช้สมาร์ตโฟนยังไม่เกิด ไม่เหมือนยุคนี้ที่มีทุกอย่างพร้อม จึงทำได้แค่เป็น payment gateway เท่านั้น



“เรามีเป้าหมายเดียว
คือการเปิดบริษัท
อยากพิสูจน์
ให้ทุกคนเห็นว่า
เราทำได้
อยากให้คนเชื่อ
ในสิ่งที่เราสั่งสมมา
จากหลาย ๆ
ประสบการณ์”



จิรายุส ทรัพย์ศรีโสภา



การนัดทานแพนเค้กของท็อปกับแดนครั้งนั้นถือเป็นมือที่มีคุณค่ามากสำหรับเขา เป็นสิ่งยืนยันความเชื่อเกี่ยวกับบิตคอยน์ที่มีค่ามากที่สุด

ได้เวลา Connect the Dots

“พอเอาข้อมูลรีเสิร์ชจากฟิลิปปินส์ว่าไม่มีใครทำสตาร์ทอัพบิตคอยน์ในไทย กับคำตอบที่ได้จากซานฟรานซิสโก และบทความที่อ่านตอนอยู่เชียงใหม่มาเชื่อมกัน บินกลับเมืองไทยอยากเปิดสตาร์ทอัพเลย”

ท็อปบอกว่าตอนเรียนที่ออกซฟอร์ดเขาชอบวิชาประวัติศาสตร์การเงินของโลกมาก ทำให้ได้เห็นรูปแบบเงินที่เปลี่ยนไป ช่วงเวลา 50 ปี เกิดวิกฤติการเงินอะไรบ้าง ซึ่งเป็นข้อมูลอีกชุดหนึ่งที่เข้ามาเชื่อมต่อกับข้อมูลอื่น ๆ

“นี่เป็นอีก dot ที่เชื่อมต่อกันมา ทำให้มีความเชื่อมากกว่าคนอื่น หนังสือที่เราอ่าน ประสบการณ์ที่เราเจอ คนที่เราเจอ หล่อหลอมให้เรา มีความเชื่ออะไรบางอย่างที่คนอื่นมองไม่เห็น”

ในปี 2014 เขาเริ่มต้นธุรกิจแรกเปิด “คอยส์ ไทยแลนด์” (Coins Thailand) ทำเว็บไซต์ coin.co.th ให้บริการคนไทยซื้อขายบิตคอยน์ โดยใช้ชั้นลอยของร้านขายเสื้อผ้าที่ประตูน้ำของครอบครัวเป็นออฟฟิศ นั่งทำงานคนเดียวกับคอมพิวเตอร์แล็ปท็อปโตชิบาหนึ่งเครื่อง เรียนรู้ทุกเรื่องที่จำเป็นจากการลงมือทำ ทั้งการจัดทะเบียนบริษัท การตลาด บัญชี รวมถึงการออกแบบเว็บไซต์ด้วยตัวเอง

“ตอนนั้นทำการตลาดแบบสแปมมิ่งเพราะไม่มีเงิน ต้องไปสแปมตามเฟซบุ๊ก ตามเว็บไซต์อื่น ๆ เพื่อดึงทราฟฟิกเข้ามา พอมีลูกค้าสั่งซื้อก็ส่งจากที่อื่นโอนมาให้ พอลูกค้าขายก็ขายไปที่อื่นให้ เว็บไซต์ตอนแรกไม่มีระบบอะไร แม้แต่ e-wallet ทำหน้าที่เหมือนเป็นแค่นำทาง ก็นำคนส่วนต่าง” เขาเล่าสภาพการทำธุรกิจช่วงเริ่มต้น

เมื่อถามถึงธุรกิจหลักของคอยส์ ไทยแลนด์ คืออะไร ท็อปบอกว่า “ให้บริการซื้อขายบิตคอยน์เท่านั้นจริง ๆ” ปรากฏว่าเขาสามารถสร้างรายได้วันละ 500 ดอลลาร์สหรัฐ

“ตอนนั้นดีใจมาก อดขอบคุณคุณแม่ว่าทำงาน 10 เดือน มีเงินเก็บ 600,000 บาท แต่ถ้าเทียบกับการไปเป็นพนักงานบริษัทถือว่าได้น้อยมาก เพราะต้องทำงาน 24 ชั่วโมง ตลอด 7 วันไม่มีวันหยุด ต้องประหยัดสุด ๆ ขนาดข้าวยังต้องกินกับพ่อแม่”

ขณะที่เขาดีใจ แต่ทางครอบครัวรู้สึกผิดหวังมากที่ลงทุนส่งเรียนจนจบมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก ควรจะได้ทำงานในบริษัทที่มีอนาคต กลับมานั่งทำงานคนเดียวทั้งวันทั้งคืนแบบนี้

“เรามีเป้าหมายเดียวคือการเปิดบริษัท อยากพิสูจน์ให้ทุกคนเห็นว่าเราทำได้ อยากให้คนเชื่อในสิ่งที่เราส่งสมมาจากหลาย ๆ ประสบการณ์”

นักหนาสาหัสกับการปั้นบริษัทแรก

หลังจากเปิดบริษัทได้ 4 ปี ความเชื่อของเขาได้รับการพิสูจน์ว่ามีคนเห็นด้วย เมื่อ Gojek สตาร์ทอัพชื่อดังสัญชาติอินโดนีเซียขอซื้อกิจการไปด้วยมูลค่าประมาณ 70-100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2018 ซึ่งเป็นการเข้าซื้อกิจการที่ใหญ่ที่สุดในวงการสตาร์ทอัพของอาเซียนในขณะนั้น

แต่เบื้องหลังตลอดเวลา 4 ปีที่ปลุกปั้นบริษัทแรกในชีวิต เขาบอกว่าเป็นช่วงเวลาที่ยาวนานและหนักหน่วงมากเพราะเริ่มจากไม่มีอะไรเลย มีเพียงเขาเป็นซีโอโอทำงานคนเดียว เปิดรับสมัครพนักงานก็ไม่มีใครมาสมัคร จนได้ญาติมาช่วยงาน 2 คน ซ้ำร้ายยังถูกมองว่าทำธุรกิจผิดกฎหมาย

เขาถูกสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.) สงสัยว่าทำธุรกิจฟอกเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทยก็เพิ่งเล็งว่าบิตคอยน์เข้าข่ายแชร์ลูกโซ่หรือไม่ เขาต้องศึกษากฎหมายด้วยตัวเองเพื่อหาทางปกป้องบริษัทไม่ให้ถูกปิด เนื่องจากไม่มีใครกล้าเสี่ยงช่วยเหลือเรื่องนี้อาจผิดกฎหมาย

“ตอนนั้นคุณพ่อมาบอกให้ปิดบริษัท เราไม่ปิด คิดแต่ว่าบิตคอยน์จะเปลี่ยนโลก จนเราทะเลาะกัน”

ระหว่างที่ต้องเผชิญอุปสรรคนั้น เมื่อธุรกิจเติบโตขึ้นพอมีเงินเขาก็ย้ายที่ทำงานออกจากชั้นลอยที่ร้านขายเสื้อผ้าไปเช่าออฟฟิศย่านเอกมัยด้วยทีมงาน 4 คน จนต่อมาขยายทีมเพิ่มเป็น 9 คน แต่ถูก ปปง. เรียกสอบอีก ทำให้พนักงานลาออกครึ่งหนึ่ง เมื่อเปิดรับสมัครใหม่เพิ่มทีมขึ้นเป็น 30 คน พร้อมกับย้ายไปอยู่แถวชิดลม



ขณะที่ธุรกิจกำลังเติบโต มีทรานแซกชันมากขึ้นเรื่อย ๆ ถึง 200-400 ทรานแซกชันต่อวัน ในช่วงปี 2015-2016 จนกลายเป็นบริษัทธุรกิจเกี่ยวกับบิตคอยน์ใหญ่ที่สุดในเมืองไทย ก็ถูกธนาคารแห่งประเทศไทยเรียกคุยอีกรอบ พนักงานก็ลาออกอีกครั้ง

“โดนเรียกสอบที่ พนักงานลาออกทีละครึ่ง” เขาบอกว่าทุกครั้งที่กลับมาจากการไปชี้แจงจะมีพนักงานขอลาออก แต่ครั้งที่หนักสุดคือตอนถูกสรรพากรบุกออฟฟิศตรวจสอบว่าเสียภาษีถูกต้องหรือไม่ ทำให้พนักงานที่ปกติทำงาน 10 โมงเช้าถึง 1 ทุ่ม ต้องอยู่ช่วยกันทำบัญชีช่วงเวลา 1 ทุ่มถึงตี 3 จนเกิดความเครียดเพราะทำงานหนัก โอทีก็ไม่ได้พากันขอลาออกเกือบหมด

เขารอดพ้นวิกฤตครั้งนั้นมาได้เพราะปีนั้นกรมสรรพากรมีนโยบายจูงใจให้บริษัทต่าง ๆ เข้าสู่ระบบการชำระภาษีอย่างถูกต้องแลกกับการไม่ตรวจสอบบัญชีย้อนหลัง โดยมีระยะเวลาให้ผู้ประกอบการเตรียมตัวหนึ่งปี พนักงานจึงไม่ต้องอยู่ทำบัญชีดึกคืนอีกต่อไป

“เป็น 4 ปีที่หนักหน่วงมาก ถ้าจะให้กลับไปทำแบบนั้นอีก บอกเลยไม่เอาแล้ว”

ท้อปหลุดถึงความรู้สึกที่มีต่อเหตุการณ์ในอดีต โดยเล่าว่าช่วงนั้นเขารู้สึกเครียดมากและอยากจะพัก พอถึงเย็นวันศุกร์ก็จะขับรถไปสนามบิन्दอนเมืองหาไฟท์บินไปที่ไหนก็ได้เพื่ออยู่คนเดียวช่วงสุดสัปดาห์ แล้วกลับมาเย็นวันอาทิตย์เพื่อทำงานเช้าวันจันทร์ต่อ

จุดเปลี่ยนเกิดขึ้นเมื่อประเทศญี่ปุ่นประกาศรับรองให้บิตคอยน์เป็นสกุลเงินถูกกฎหมายในวันที่ 1 เมษายน 2017 ส่งผลให้มูลค่าบิตคอยน์พุ่งขึ้นสูงสุดไปถึง 600,000 บาท ทำให้สถานการณ์ความเชื่อมั่นต่อบิตคอยน์และธุรกิจของเขาดีขึ้น มีผู้ที่ให้ความสนใจลงทุนและประกอบการด้านนี้มาขอคำปรึกษาจากท้อปมากขึ้น บรรดาสื่อติดต่อ

ขอสัมภาษณ์เขามากมาย กิจการของเขาก็เติบโตขึ้นจน Gojek ขอซื้อในปีถัดมา ถือเป็น exit ในฐานะผู้ประกอบการสตาร์ทอัพครั้งแรกของเขา

กว่าจะเป็น Bitkub ในวันนี้

ภายหลังจากขายบริษัท คอยส์ ไทยแลนด์ ไปแล้ว เขายังคงเป็นที่สนใจของสื่อและหน่วยงานต่าง ๆ เชิญไปให้ข้อมูลตามเวทีต่าง ๆ ไม่ขาดสาย ภายในระยะเวลา 1 ปี มีมากกว่า 300 เวที จนเขาเป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้น และพัฒนาทักษะการพูดดีขึ้นโดยไม่รู้ตัว

เมื่อสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) จัดการแข่งขัน FinTech Challenge ขึ้นเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมด้านการเงิน เขาได้ตั้งทีมชื่อ Private Chain เข้าร่วมเสนอโปรเจกต์ผู้ให้บริการระบบซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านเทคโนโลยีบล็อกเชน หรือ ตลาดหลักทรัพย์แห่งใหม่ที่ซื้อขายสินทรัพย์ประเภทดิจิทัล จนได้รับรางวัล Innovative FinTech

โปรเจกต์นี้เป็นไอเดียที่เขาอยากนำเสนอ ก.ล.ต.ให้เห็นบทบาทของบล็อกเชนที่จะเข้ามาเปลี่ยนแปลงโลกการเงิน โดยแสดงให้เห็นว่าระบบใหม่ใช้เวลาในการซื้อขายเร็วกว่าระบบการซื้อขายหลักทรัพย์แบบเดิมอย่างเทียบกันไม่ได้ ซึ่งเขามีความคิดจะเปิดบริษัทใหม่ทำสิ่งนี้ แต่เป็นได้แค่ความฝันเพราะกฎหมาย ก.ล.ต.กำหนดให้มีตลาดหลักทรัพย์ได้เพียงแห่งเดียวเท่านั้น

ความคิดของเขาส่งแรงกระเพื่อมจน ก.ล.ต.เชิญไปนำเสนอต่อหน้าผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานกำกับดูแลให้เห็นแนวโน้มของความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นจากบล็อกเชนและสินทรัพย์ดิจิทัลเพื่อหาทาง

รับมือจนเป็นที่มาของพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลที่มีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2018 เปิดให้ผู้ประกอบการทำธุรกิจ digital asset exchange ได้อย่างถูกต้อง โดย ก.ล.ต.เป็นผู้ออกใบอนุญาตรับรองตามกฎหมาย

เขาดัดสินใจเปิดระดมทุนตามแผนสร้างธุรกิจใหม่เป็นแพลตฟอร์มที่ให้บริการการซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลให้แก่บุคคลทั่วไปในนาม บริษัท บิทคับ ออนไลน์ จำกัด หรือ Bitkub โดยขอรับใบอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2018 ด้วยทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 74 ล้านบาท

“เริ่มต้น seed round ได้ลูกค้าเก่าที่เคยเทรด Coin.co.th มาลงทุนเป็น angel investor สัญญาไว้ 64 ล้านบาท แลกกับหุ้น 16 เปอร์เซ็นต์ เท่ากับมูลค่าบริษัท 400 ล้านบาท”

ท้อปบอกว่าเขารวบรวมทีมงานจากคนที่รู้จักมาทำงานร่วมกัน และนำเงินทุนไปซื้อบริษัทโอทีเพื่อมาทำงานให้บิทคับ เร่งทำงานแข่งกับเวลาให้พร้อมก่อนได้รับใบอนุญาต

“วันที่เปิดบริษัทเหลือเงิน 34 ล้านบาท ทุกคนไปงานเลี้ยงเปิดบริษัทกัน เราเป็นคนเดียวที่ไม่อยู่ไปหาทุนเพิ่ม เพราะถ้าไม่มีเงินวันนั้น บิทคับก็อยู่ไม่รอด”

เขาเล่าถึงสถานการณ์การเริ่มต้นบริษัทใหม่ที่ต้องเผชิญอุปสรรคตั้งแต่วันเปิดทำการวันแรก วันนั้นเขาได้เงินทุนมาอีก 30 ล้านบาท ทำให้บริษัทเดินหน้าต่อไปได้

บิทคับประสบความสำเร็จเติบโตอย่างรวดเร็ว มีรายได้เติบโตระดับ 1,000 เปอร์เซ็นต์ ติดต่อกันหลายปี เริ่มจากปีแรก (2018) รายได้ประมาณ 3 ล้านบาท ถึงปี 2021 รายได้ประมาณ 5,000 ล้านบาท ผลกำไรกว่า 2,000 ล้านบาท



THE NEXT CHAPTER

29th MARCH 2022



การที่เราเชื่อมั่น
กับอะไรบางอย่าง
และทำสิ่งนั้นทุกวัน

จะสามารถเปลี่ยนแปลงสังคมได้

เปลี่ยนแปลง

ประเทศไทยได้



ในเดือนพฤศจิกายน 2021 บิทคับมีข้อตกลงขายหุ้น 51 เปอร์เซ็นต์ มูลค่า 17,850 ล้านบาท ของ บริษัท บิทคับ ออนไลน์ จำกัด ซึ่งเป็นศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลให้แก่บริษัทหลักทรัพย์ไทยพาณิชย์ จำกัด (SCBS) ในเครือเอสซีบี เอกซ์ ทำให้มูลค่าบริษัทของบิทคับสูงถึง 35,000 ล้านบาท กลายเป็นบริษัทสตาร์ทอัพระดับยูนิคอร์นได้สำเร็จเป็นรายที่สองของไทย และเป็นกลุ่มบล็อกเชนที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มี 4 ธุรกิจสำคัญครอบคลุมการรองรับความเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคตด้วยบล็อกเชนเป็นสำคัญ

The Story Thailand อุดกามไม่ได้ว่าวันนี้ภาพที่ทุกคนเห็นจากสื่อ บิทคับเป็นบริษัทที่ประสบความสำเร็จล้มเหลว ใคร ๆ ต่างชื่นชมในตัว “ท็อป จิรายุส” เบื้องหลังแท้จริงเขาเคยล้มเหลวบ้างไหม

“เยอะมาก แต่ส่วนใหญ่ไม่อยู่ในสื่อ ช่วงรุดน้ำดันไม้ หวานเมล็ด ตากแดด ไม่มีในสื่อ เห็นแต่ตอนเราอยู่ได้ร่วมเงาแล้ว ที่จริงเราก็คิดเลือด กริดเนื้อตัวเองทุกวัน ไม่มีให้เห็นในสื่อ”



เขาเปิดเผยว่าเคยมีจุดหนึ่งเหลือเงินหมุนเวียนแค่ 2 เดือนสุดท้ายต้องเลิกจ้างพนักงาน 80 คน ก่อนที่เงินจะหมด “ถ้าไม่ประหยัดทุกเม็ด คงไม่มีบิทคับในวันนี้” เขาย้ำว่าบิทคับเติบโตมากับความประหยัด

“ผมมองว่าการที่เราเชื่อมั่นกับอะไรบางอย่าง และทำสิ่งนั้นทุกวัน จะสามารถเปลี่ยนแปลงสังคมได้ เปลี่ยนแปลงประเทศไทยได้ ขอแค่เรามีความอดทนและเชื่อในสิ่งที่เราทำ”



CHAPTER



02

ໂພກ ພດຸງດິນ

ສຽງຕ້ອນຮຸ່ນບຸກເບີກ
ຜູ້ເປັນ “ແມ່ລຳສາບ”
ໄມ້ໃຊ້ “ຍູນິຄອຣ໌ນ”

จากบัณฑิตหนุ่มวิศวกรรวม
โยธาเข้ามาทำงานในบริษัทค้าวัสดุก่อสร้าง ในตำแหน่งสุดท้ายด้าน business development จนวันหนึ่งอยากเป็นเจ้าของกิจการ ลาออกมาทำบริษัทนำเข้าวัสดุก่อสร้างที่ไปไม่รอดต้องเปลี่ยนอาชีพเป็นผู้รับเหมาก่อสร้าง แต่ก็พบว่าไปไม่รอดอยู่ดี ฮึดสู้อีกครั้ง ผันตัวเองสู่การทำธุรกิจซอฟต์แวร์สำหรับธุรกิจก่อสร้าง และกลายเป็นผู้ก่อตั้งบริษัทสตาร์ทอัพรุ่นบุกเบิกในนาม Builk One Group



ที่สร้างเว็บแอปพลิเคชันสำหรับบริหารธุรกิจก่อสร้าง “ใช้ฟรี” رایแรงในเอเชีย จนมีผู้ใช้กว่า 18,000 บริษัทใน 5 ประเทศ ผู้ให้สัมภาษณ์ตัวเองว่าไม่ใช่ยูนิคอร์น แต่เป็นพันธุ์แมลงสาบที่อดทน..ไม่ยอมตาย “ตอนนั้นทำไปแบบไม่รู้ว่าจะไร คือธุรกิจซอฟต์แวร์ อะไรคือธุรกิจเทคโนโลยี แค่อยากจะทำชีวิตให้ดีกว่าเดิมนั่น”

ไฟท์ ผดุงถิ่น หรือโบ๊ท ผู้ก่อตั้งและซีอีโอ Builk One Group เปิดฉากเล่าถึงชีวิตเมื่อเปลี่ยนจากธุรกิจเดิมที่เกี่ยวกับการค้าวัสดุก่อสร้าง และผู้รับเหมาสู่เส้นทางธุรกิจซอฟต์แวร์ด้วยคำพูดตรงไปตรงมา

เขาเล่าให้ The Story Thailand ฟังว่าตอนที่เป็นผู้รับเหมาก่อสร้างชีวิตเหมือน SME ทั่วไป มีความเสี่ยงสูง เผชิญคลื่นลมมากกระทบมากมาย จนบางวันแทบไม่อยากจะตื่นมาทำงานเพราะมีหนี้สินเต็มไปหมดไม่รู้จะแก้ปัญหายังไง

จากผู้รับเหมาสู่ธุรกิจซอฟต์แวร์ก่อสร้าง

ยุคนั้นธุรกิจซอฟต์แวร์กำลังเริ่มต้นในประเทศไทย จึงนำประสบการณ์ของการทำธุรกิจรับเหมาก่อสร้างมาทำซอฟต์แวร์บริหารธุรกิจสำหรับผู้รับเหมาโดยเฉพาะ อาศัยความรู้แบบครูปักหลักจำจากสื่อต่าง ๆ ที่พูดเรื่องธุรกิจ เขาเอาใจเดียวมาเขียนแผนธุรกิจ ตอนเขียนแผนเขาคิดว่าเป็น blue ocean และแตกต่างมาก ในเมืองไทยไม่มีใครเคยทำมาก่อน

“เราก็พยายามหาว่าเมืองนอกมีธุรกิจคล้าย ๆ กับที่เราทำยังไงบ้าง มีฟีเจอร์อะไร ขยายยังไง”

เขากับทีมงานตกลงกันตั้งบริษัทใหม่ชื่อว่า “ลองกองสตูดิโอ” เป็นซอฟต์แวร์เฮาส์เมื่อประมาณ 20 ปีก่อน พอลงมือทำสักพักพบว่าดีกว่าทำธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง จึงหยุดทำธุรกิจรับเหมากลับมาโฟกัสธุรกิจใหม่แทน

โบ๊ทบอกว่า ตอนนั้นเขาได้เรียนรู้อีกอย่างว่า ทักษะความชำนาญหรือความชอบที่เขามีถ้าอยู่ถูกที่มันจะช่วยให้ธุรกิจที่ทำดีขึ้นได้

“ผมเป็นผู้รับเหมาห่วย ๆ ความจริงไม่กล้าไปบอกว่าซอฟต์แวร์ที่เราทำมาจะช่วยให้ผู้รับเหมาคนอื่นดีขึ้น แต่เรานำประสบการณ์จากลูกค้า

จากผู้รับเหมาที่เก่งกว่าเรา เปลี่ยนมาเป็นโปรแกรมให้คนอื่นใช้” เขาเผยเบื้องหลังการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย

เขาเติบโตมาในครอบครัวที่ทำธุรกิจรับเหมา ชอบงานก่อสร้างตั้งแต่เด็ก เมื่อโตขึ้นเลือกเรียนสายก่อสร้างด้วยใจรัก จบปริญญาตรีจากคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แม้ไม่ได้ทำงานเป็นวิศวกรก่อสร้าง แต่ก็วนเวียนกับงานในอุตสาหกรรมก่อสร้างมาตลอด และมีนิสัยชอบคอมพิวเตอร์ จึงนำทักษะความรู้และความชอบมาผสมกัน

“ต้นทุนสำคัญคือเราเรียนมาทางด้านนี้

เคยทำงานด้านนี้ แล้วยังชอบคอมพิวเตอร์ ชอบเทคโนโลยี

ผมคิดว่าเป็นส่วนผสมที่พอดีสำหรับตัวเอง”

แม้จะรู้สึกว่าการทำซอฟต์แวร์ดีกว่างานเดิมที่เคยทำมาก่อน แต่เมื่อทำไปได้สักระยะหนึ่งเขาเกิดคำถามว่า “จะไปยังไงต่อ” เพราะการขายซอฟต์แวร์แก่ลูกค้าเป็นราย ๆ ไป เขาเห็นว่ามีความเสี่ยงจากการไม่มีความต่อเนื่อง ถ้ามีปัจจัยอะไรที่ควบคุมไม่ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น ธุรกิจที่เพิ่งตั้งไข่จะพลอยได้รับผลกระทบไปด้วย

เมื่อมีโอกาสได้ร่วมงานสมาคมซอฟต์แวร์ส่งออก (TSEP : Thailand Software Export Promotion) ได้เห็นว่ารุ่นพี่ในวงการซอฟต์แวร์ทำซอฟต์แวร์ส่งออก ทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการพาซอฟต์แวร์ไทยไปสู่ต่างประเทศ

“ตอนนั้นตลาดในประเทศยังไม่พร้อมเท่าไร แต่เราเห็นโอกาสดียากส่งออกบ้าง ตัดสินใจไปลุยตลาดเวียดนาม และอินโดนีเซีย ทำให้รู้ว่าพวกเขายังมือใหม่มาก เราพยายามไปขายแบบสำเร็จรูป แต่ลูกค้า

ต้องการให้ไปวางระบบด้วย ซึ่งเราทำได้ไม่ดี”

เขาบอกว่างานนั้นได้บทเรียนว่ายังไม่พร้อมไปตลาดต่างประเทศ ถ้าจะทำธุรกิจต้องมีวิธีคิดเรื่อง business model ที่ชัดเจน ทำให้พวกเขาต้องกลับมาตั้งหลักกันใหม่

เปลี่ยนจากขายเป็นบริการ SaaS แบบออนไลน์

หลังเจ็ดตัวจากประเทศเวียดนาม ในปี 2009 มีการจัดประกวดแผนธุรกิจที่คณะบัญชีพาฯ โป้ทส่งแผนธุรกิจชื่อว่า Builk.com เข้าประกวดด้วย เป็นการสร้างเว็บแอปพลิเคชันสำหรับบริหารธุรกิจก่อสร้าง โดยเชื่อว่าเป็น business model ที่จะขยายตลาดได้ ใช้วิธีคิดแบบ scalable แม้จะยังไม่เข้าใจลึกซึ้งนัก



เขาพบว่าถ้านำซอฟต์แวร์ไว้บนอินเทอร์เน็ต
ผู้ใช้งานจะสามารถ access เข้ามาจากรที่ไหนก็ได้
นี่เป็นจุดเริ่มต้นไอเดียของบริการ Builk.com

พอได้ทดลองทำก็เริ่มเห็นสัญญาณที่เป็นไปได้ เขาพบว่าถ้านำซอฟต์แวร์ไว้บนอินเทอร์เน็ตผู้ใช้งานจะสามารถ access เข้ามาจากรที่ไหนก็ได้ นี่เป็นจุดเริ่มต้นไอเดีย จากนั้นในปี 2010 ก็เปิดตัวบริการ Builk.com ออกมา

“ช่วงปี 2010 – 2012 การทำงานยังเป็นแบบ SME มีการตั้งทีมเฉพาะกิจขึ้นมาชื่อว่าทีม Builk.com พยายามทดลองหารูปแบบธุรกิจ แต่ยังขาดความรู้มากมาย ยังไม่รู้จกคำว่า สตาร์ทอัพ จนไปประกวดสตาร์ทอัพได้รับ recognize จากเวทีต่าง ๆ ว่าเป็นสตาร์ทอัพที่แปลกจากคนอื่น ๆ ในยุคนั้น เพราะทำซอฟต์แวร์ธุรกิจแล้วยังหวังการสเกลได้ แต่ก็โฟกัสเฉพาะอุตสาหกรรมเดียว”

บางคนก็พูดแนะว่าทำไมไม่ทำซอฟต์แวร์ที่จับตลาด mass หายอดให้ได้ล้านดาวน์โหลดไปเลย แต่เขาเชื่อว่าอุตสาหกรรมก่อสร้างยังมีโจทย์ให้เขาทำอีกมาก ตัวเองมีต้นทุนมาจากวงการนี้ก็ควรจะไปต่อให้เต็มที่ จึงเลือกโฟกัสอยู่อุตสาหกรรมเดียว แต่พยายามสร้างธุรกิจที่แตกต่างด้วยการเลือก business model “บริการซอฟต์แวร์ฟรี” โดยต่อยอดมาจากการทำซอฟต์แวร์ให้ผู้รับเหมาหนึ่งคนใช้ เปลี่ยนเป็นแพลตฟอร์มให้บริการผู้รับเหมาหลาย ๆ คนใช้ ผ่านเว็บไซต์ Builk.com

หากเป็นยุคนี้อุปแบบธุรกิจที่เขาเลือกคงดูไม่แปลกเพราะสตาร์ทอัพเอาเงินคนอื่นมาอุดหนุนทำให้ฟรี แต่ในวันนั้นเขาเอาเงินของตัวเองออกมาก่อนหนึ่งแล้วบอกว่าเขาจะทำโครงการให้ฟรีขึ้นมา ถือเป็นแนวคิดใหม่ที่กล้ามาก

“ปรากฏว่ามันยากมาก แม้บางทีจะรู้สึกสนุกกับยอดการเติบโตบ้าง หรือมีคนเขียนมาขอบคุณบ้าง แต่เรามองไม่เห็นปลายทางคืออะไร หลายครั้งเกือบจะต้องปิดบริษัท จนต้องกลับมาทบทวนตัวเองบ่อยครั้ง ผู้ร่วมก่อตั้งหลายคนก็มีความคิดว่ากลับไปขายแบบเดิมได้เงินแน่นอนกว่า”

จาก SME สู่อังกฤษแบบสตาร์ทอัพ

ในช่วงแรกเขาไม่มีคู่แข่ง ไม่มีใครทำในสิ่งที่ Builk.com ทำเลย ทำให้เขาไม่แน่ใจว่าสมมติฐานของตัวเองผิดหรือไม่ แต่หลังจากเริ่มเป็นสตาร์ทอัพ ได้พบเจอคนมากขึ้น ได้เรียนรู้บทเรียนจากคนอื่น ๆ มี mentor และนักลงทุนมาช่วยคอมเมนต์ ทำให้เขามีความคิดมากขึ้น

The Story Thailand ถามด้วยความสงสัยว่า ก่อนหน้านี้ธุรกิจรอดมาได้อย่างไร คำตอบคือวันนั้นเขามีธุรกิจเก่าที่พอเลี้ยงตัวได้ แม้จะไม่นักแต่ก็ยังพอมีเงินให้เอามาอุดหนุนธุรกิจตัวใหม่

บ๊ิพแล้วว! ตอนแรกเขาเกือบตัดสินใจปิด Builk.com เพราะตอนเริ่มต้นมีความคาดหวังสูง คิดว่าธุรกิจน่าจะไปได้เร็วกว่านี้ เมื่อเห็นว่เดินช้าก็เริ่มไม่แน่ใจในแนวความคิด จนเริ่มมีการตอบรับจากผู้ใช้งานมากขึ้น และเริ่มมีนักลงทุนเห็นด้วยว่าทำแล้วโอเค ก็มีกำลังใจทำต่อไป

“ไมเมนตี่นี้เป็นตัวชีวิตที่ไม่ใช่เป็นตัวเงิน แต่พอเริ่มมีนักลงทุนเข้ามา ก็เริ่มถูกทดสอบมากขึ้น โจทย์ตอนนี้ไม่ใช่แค่ยัดผู้ใช้งาน หรือยอดดาต้า แต่เขาถามว่าเมื่อไหร่จะทำเงิน มีวิธีหรือยัง”

แม้การมีผู้ลงทุนจะสร้างแรงกดดัน แต่มีข้อดีก็คือ “คราวนี้การทดลองมันเริ่มง่ายขึ้นเพราะมีทุน เราก็ทดลองโน่นนี่เต็มไปหมด ต่างจากตอนเป็น SME เราต้องกระเปียดกระเสีกับการใช้เงินมาก”



ผมเคยบอกว่า
ผมไม่ใช่ยูนิคอร์น
ผมเป็น
พันธมิตรลงสาบมากกว่า
คือผม
โดนตบหลายรอบ
ก็ยังสู้อยู่
ไม่ตาย



ไผท ผดุงถิ่น



“การได้ทดลองเยอะเป็นช่วงเวลาที่มีหัตถ์จรรยสำหรับผม เราคิดจะเปิดโปรเจกต์เต็มไปหมด ผลปรากฏว่าผิดหมดเลย มันไม่ง่ายอย่างที่คิด” ผลลัพธ์ของการทดลองที่เกิดขึ้นทำให้ถูกนักลงทุนเตือนสติว่าถึงเวลาต้องหาตัวไหนที่ทำเงินได้จริงจังแล้ว “ไม่ใช่ทำ fancy test อะไรเล่นไปเรื่อย ๆ”

ทดลองเยอะผิดเยอะทำให้เขาได้เรียนรู้ทักษะใหม่ๆ ได้เรียนรู้ว่าต้องเติมพันธะไรกับมันเพิ่มเติม หลังจากระดมทุนมา 2 ครั้ง เขาเริ่มรู้จักคิด รู้จักเลือก รู้จักโฟกัส ทำให้เข้าใจว่าองค์กรที่มีชีวิตจะต้องรู้จักเรียนรู้ รู้จักปรับตัว แล้วมันก็เริ่มไม่ใช่องค์กรของเขาอีกต่อไป

“สมัยก่อน Builk.com คือตัวผม แต่พอเริ่มมีองค์กรใหญ่ขึ้น มีความคาดหวังของคนอื่นด้วย มีผู้บริหารคนอื่นเข้ามา หลายเรื่องผมก็ต้องถอยออกมา ซึ่งมันมีกระบวนการที่ดีกว่าเดิม ดีกว่าตอนที่ผมเคยทำเอง ทำให้เห็นว่าบริษัทเติบโตขึ้นมา นั่นคือการเดินทางแบบสตาร์ทอัพ”

เชื่อมเส้นทางสร้างความสำเร็จ

เขายอมรับว่า ที่ผ่านมามีเหมือนสาดกระสุนไปเยอะ พลัดเป้าเยอะมาก สุดท้ายกลับมาทบทวนอีกที จนเริ่มเห็นภาพถนน 2 เส้น ถนนเส้นใหญ่คือการทำซอฟต์แวร์ไปเชื่อมต่อให้คนในอุตสาหกรรมก่อสร้างทุกคนทำงานสะดวกและใช้ชีวิตง่ายขึ้น ส่วนถนนเส้นเล็กเป็นซอฟต์แวร์ฟรีที่ชื่อว่า Builk.com ให้คนวิ่งง่ายวิ่งสบายที่สุด มีอะไรที่จะต่อเติมทำให้ถนนนี้แข็งแรงก็จะทำ

“พอดนมันชัด เริ่มมีคนวิ่งเยอะ บ้ายโฆษณาที่ขึ้นอยู่ข้างถนน หรือว่าร้านค้าต่าง ๆ ที่อยากจะมาต่อเชื่อมกับถนนของเรามันเริ่มชัดขึ้น business model เป็นรูปเป็นร่างจริง ๆ หลังจากใช้เวลาทำทางอยู่ 5-6 ปี” เขา

เปรียบงานที่ทำช่วงหลายปีเหมือนการสร้างถนนที่จะนำไปสู่เป้าหมายข้างหน้า

บีทบอกว่าที่ผ่านมามันเป็นการ connect the dots กว่าที่จะเห็นเป็นจริงใช้เวลาพอสมควร พอเขาเริ่มเห็นชัดขึ้นว่า dot ที่ต่อ ๆ กันมาคืออะไร ประตูละเอียดจะเปิดออกบ้าง พอเชื่อมต่อดot ได้แล้ว เขาต้องเลือกอาจจะไม่ได้เลือกทุก dot โดยเฉพาะในภาวะโควิดระบอบ

“ผมมาจากที่ไม่มี unfair advantage ทุกอย่างเป็นศูนย์ เป็นคนไม่รู้เทคโนโลยี ไม่มีแบบคร่าวดีในวงการไอที ทำไปสะสมไปเรื่อย ๆ เริ่มมาเป็นสตาร์ทอัพทำโปรแกรมฟรี เริ่มสะสมเรื่อง data สะสมความเข้าใจจากมุมมองของคนอื่นที่มีต่ออุตสาหกรรมของเรา ลองทำแบบ e-commerce ขายวัสดุก่อสร้างทางออนไลน์ พบว่าเติบโตได้บ้างระดับหนึ่ง”

เขาบอกว่าถ้าไม่มีโควิดยังมีเงินมาถมอีก อาจจะไม่ต้องเลือกมากก็ได้ แต่เมื่อต้องเลือกว่าจะเล่นกับอันไหนให้ได้ประโยชน์มากที่สุด ทำให้เปลี่ยนวิธีคิด เปลี่ยนการเชื่อมต่อครั้ง เปลี่ยนตัวเองไปหลาย ๆ อย่าง

คุณค่าหลักของธุรกิจที่ชื่อว่า Builk

กว่า 1 ทศวรรษที่ผ่านมา เขาปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจมาหลายรอบจากการทำโปรแกรมฟรีสำหรับผู้รับเหมารายย่อย มีรายได้จากการคิดค่าโฆษณาของสปอนเซอร์ ได้เรียนรู้ว่าอาจจะหิวหาวระยะหนึ่ง แต่อยู่ไม่ได้ตลอด

“วันแรกมันน่าตื่นเต้นมากเพราะว่าโฆษณาในวงการก่อสร้างมันไม่มีที่ลง นอกจากนิตยสาร ตอนนั้น Facebook ก็ยังไม่ mass ใครเป็น B2B ร้านวัสดุก่อสร้างต้องมาลง แต่วันนี้ร้านวัสดุก่อสร้างจ้าง graphic

designer ทำโฆษณาขายปูนของตัวเอง แล้วก็ซื้อโฆษณาเอง ยิง LINE Ads เอง มี TikTok เต็มไปหมดแล้ว”

เขาต้องกลับมาทบทวนว่าคุณค่าของ Builk คืออะไร เมื่อรายได้ค่าโฆษณาตกลงมาก จำเป็นต้องสร้างคุณค่ากับอย่างอื่นแทน ตั้งแต่ปี 2016 จึงเริ่มพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อผู้ประกอบการอื่น ๆ ในวงการก่อสร้าง เช่น ผู้ผลิต-ผู้จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ จนเกิดมีโปรแกรมตัวอื่นๆ อีกมากมายตามมา

“เรามีผลิตภัณฑ์ออกใหม่ทุกปี ปีละตัวสองตัว เพราะผลิตภัณฑ์มี life cycle มีจังหวะ peak จังหวะแผ่ว ถ้ามีหลายตัวก็จะประดับประดาตัวธุรกิจไปได้ยาว จนทุกวันนี้มีผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 9 ตัว”

จนมาสู่การทำอีคอมเมิร์ซแบบ B2B สำหรับวงการก่อสร้าง ในนิยามที่เขาเรียกว่า Workflow-Integrated Marketplace ด้วยการเชื่อมโยง supply chain ทั้งหมดในอุตสาหกรรมก่อสร้างเข้าด้วยกัน



คุณค่าของงานทั้งหมดที่ทำได้คือการยกระดับ supply chain ในอุตสาหกรรมก่อสร้างที่มีจำนวนมากมาย ตั้งแต่ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ผู้รับเหมา เจ้าของโครงการ หรือภาครัฐบาลที่เป็นต้นทาง ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล

“ในประเทศไทยมีผู้รับเหมาก่อสร้างใหญ่ ๆ ผู้รับเหมา SME จำนวนนับแสนราย มีร้านวัสดุก่อสร้าง 7-8 พันราย โรงงานผลิตวัสดุก่อสร้างอีกนับพันราย เป็น supply chain ที่ซับซ้อนและมีความไร้ประสิทธิภาพซ่อนอยู่มาก”

เป้าหมายสู่บริษัทในตลาดหลักทรัพย์

หลังจากผ่านวิกฤติโควิด 2 ปีแล้ว ในฐานะผู้ก่อตั้งและซีอีโอ เขาตั้งเป้าว่าในปี 2022 จะสร้าง Builk ให้เป็นสถาบันมากขึ้น พยายามสร้างสมดุลเรื่อง spirit แบบ startup กับแบบ entrepreneur เขามองว่านี่เป็นภารกิจเร่งด่วนเพื่อที่จะทำให้เขาไปตาม milestone ที่คิดไว้ได้ คือเข้าตลาดหลักทรัพย์แบบมั่นคง พร้อมกับมี growth story ที่จะโตต่อไป

“เราอยากเป็นตัวอย่างของสตาร์ทอัพไทย ที่มี story ที่แตกต่าง ไม่จำเป็นต้อง exit หรือขายให้ใคร เราอาจจะยังยืนแบบของเราได้ ตลาดหลักทรัพย์ก็เป็นเป้าหมายหนึ่ง ถ้าไปถึงตรงนั้น มันพิสูจน์ว่าเราผ่านด่านทดสอบมาหลายด่าน เราทำธุรกิจให้มีธรรมาภิบาลได้งบการเงินที่มันโปร่งใสตรวจสอบได้ แล้วก็เข้าไประดมทุน เพื่อจะทำให้เราพร้อมจะแข่งขันในเวทีที่ใหญ่ขึ้น”

บี๊ทบอกว่าเขาเปลี่ยนจากเกม raise fund แบบสตาร์ทอัพ กลับไปโฟกัสที่ผลประกอบการ ความยั่งยืน แล้วก็ยังมี growth อยู่ด้วย

“ต้องมีนักลงทุนถามแน่นอนว่าอะไรคือ next step ของเรา ซึ่งผมเชื่อว่าเรามี next step และมีฐานที่แข็งแกร่งพอ เราก็จะเข้าตลาดในวันที่มันพร้อม ปีนี้เราต้องเตรียมตัวเต็มที่ ตั้งเป้าว่าจะเข้าตลาดหลักทรัพย์ปีหน้า”

ผมเป็น “แมลงสาบ” ไม่ใช่ยูนิคอร์น

ยูนิคอร์นเป็นความฝันของสตาร์ทอัพทุกคน The Story Thailand อยากรู้ว่าเขาคิดยังไงกับเรื่องนี้ สตาร์ทอัพผู้สร้าง Builk ขึ้นมากับมือบอกว่า เขารู้สึกว่าห่างไกลกับคำนี้มานานเพราะว่าเขาทำธุรกิจ B2B จึงมองไม่เห็นภาพว่าธุรกิจของเขาจะตอบรับความคาดหวังใหญ่ขนาดนั้นได้อย่างไร

“เราไม่ได้พูดว่าเราอยากจะเป็นยูนิคอร์นมาตั้งแต่ 5-6 ปีที่แล้ว เรารู้ว่าความเป็นไปได้ของธุรกิจแบบเรา มันไปทางไหนได้บ้าง ไปตลาดหลักทรัพย์ หรือจะไป M&A หรือไปเป็นส่วนหนึ่งของ corporate เลย ไม่ได้กดดันตัวเอง หรือบอกทีมงานว่าเราต้องเป็นยูนิคอร์นกันเถอะ”

เขามองว่าสักวันหนึ่งต้องอยู่ได้ด้วยตัวเอง แบบที่ดีกว่าตอนเป็น SME ด้วย แต่ก็ไม่ใช่การ raise fund ไปเรื่อย ๆ เพราะเป็นช่วงเวลาที่เป็นหัวใจ founder มาก

“มันเหมือนปีบหัวใจจริง ๆ เวลาที่โดน turn down deal การที่มีนักลงทุนคนหนึ่งบอกว่าผมไม่เชื่อคุณ ผมว่ามันเจ็บกว่าการที่ลูกค้าคนหนึ่งบอกว่าผมไม่ซื้อของคุณนะ”

เขาเล่าว่าตอนกลับมาจากซิลิคอนวัลเลย์ ในปี 2014 เขารู้สึกว่าห่างไกลจากคำว่ายูนิคอร์นมาก ขณะเดียวกันก็เห็นมีหลาย ๆ คนที่ไม่ได้เป็นยูนิคอร์นก็มีชีวิตที่มีความสุข มีธุรกิจระดับ 10 ล้านเหรียญ 50 ล้านเหรียญแล้วแข็งแรงได้



“วันนั้นเห็นกว้างขึ้น กลับมาเห็นบริษัทในประเทศไทย มันก็มีหลายด้าน มีบริษัทที่เป็น listed company ที่ดูแล้วยั่งยืน ดูแล้วแข็งแรงด้วยก็ได้เรียนรู้ ผมก็เลยคิดว่ามันก็เป็นสิทธิ์ที่เราจะเลือก”

เขาบอกว่า มีบันไดอยู่ 8 ขั้น สำหรับการเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพ และเขาเพิ่งเดินมาครบ 8 ขั้น ขั้นที่ 1 คือ โอเคเลย ใคร ๆ ก็พูดได้ แต่ขั้นที่ดีกว่านั้นคือต้องเริ่มพิสูจน์ว่าทำได้ มีคนซื้อของ บริหารองค์กรให้มี operation ต่าง ๆ รองรับได้ บันไดขั้นสุดท้ายคือทำกำไร ซึ่ง 7 ขั้นแรกคือการเผาเงินซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการที่สตาร์ทอัพใช้เงินมาลงทุนสร้างความสามารถในการแข่งขัน ลงทุนอย่างมีศักยภาพ

“คนฉลาดอาจจะเดินเร็วกว่า คนที่ทุนเยอะกว่าเดินได้เร็วกว่า แต่ต้องเดินผ่านทุกขั้น แล้วมีความท้าทายของแต่ละขั้นเหมือนกันหมด

ตลอดเส้นทางของ Builk ได้เรียนรู้ไประหว่างทาง รู้ว่าทำผิดอะไร และปรับตัวทำใหม่อยู่ตลอด นี่เป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยความสำเร็จ”

เขาเน้นย้ำว่า สตาร์ทอัพที่ประสบความสำเร็จมันต้องอดมาก และเขาเป็นสายอึด “ผมเคยบอกว่าผมไม่ใช่ยูนิคอร์น ผมเป็นพันธุ์แมลงสาบมากกว่า คือผมโดนตบหลายรอบก็ยังอยู่ ไม่ตาย”

เขาตั้งเป้าหมายสูงสุดของ Builk ต้องการเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เป็นบริษัทเทคโนโลยีที่เป็นมหาชน ยกย่องวงการก่อสร้างให้ดีขึ้น และเป็นผู้นำของการเปลี่ยนแปลงวงการก่อสร้าง

ทุกวันนี้ไบท์ยังใช้เวลากับการนั่งดูคลิปวิดีโอก่อสร้าง ยามว่างชอบออกจากบ้านไปถ่ายรูปตึก รูปสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ยังอยากอยู่กับอุตสาหกรรมก่อสร้างไปอีกนานเพื่อทำให้วงการก่อสร้างดีขึ้น เขาบอกว่ามันเป็นคุณค่าที่เขาและ Builk One Group มีร่วมกัน



CHAPTER



03

วิธียักศน์ ตราวุทุธิ์ เหลือองสมบูรณ์

พินธิกิจ “จิตตะ”
กัปปททบาท “เจิมทัก”
ของกาลลงทุณ

เขาเป็นคนไทยที่ลงทุนในตลาดหุ้นสหรัฐอเมริกาตั้งแต่สิบกว่าปีก่อน เรียนรู้จากการศึกษาและลงมือจริงอย่างโชกโชน จนกล่าวพูดได้ว่ารู้จักหุ้นเกือบทุกตัวของตลาดหุ้นอเมริกาแบบลึกซึ้ง เขานำความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมาก่อตั้งเว็บไซต์ jitta.com หวังส่งต่อความรู้สู่คนไทย

Jitta

ผ่านมา 1 ทศวรรษ ปรับและเปลี่ยนโมเดลมาจนลงตัวกลายเป็นแพลตฟอร์มวิเคราะห์หุ้นเน้นคุณค่าที่ได้รับความนิยมจากนักลงทุนทั่วโลกกว่า 2 แสนคน โดยวันนี้มีบริการจัดการกองทุน Jitta Wealth ที่เป็น WealthTech แห่งแรกในประเทศไทยมาเติมเต็ม business model จากไม่มีรายได้ให้มีรายได้เพื่อทำให้ความฝันสู่ international business ของเขาเป็นจริง

เผ่า-ตราวุทธิ์ เหลืองสมบูรณ์ CEO และผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท จิตตะดอทคอม จำกัด เจ้าของ Jitta บอกกับ The Story Thailand ว่าเขามีความสนใจเรื่องการทำธุรกิจมาตั้งแต่เด็ก เริ่มต้นทำธุรกิจจริงจังตอนเรียนจบปริญญาโทที่สหรัฐอเมริกา ช่วงนั้นมองหาธุรกิจออนไลน์ที่สามารถสร้างความมั่งคั่งได้เร็ว อยากได้ไลฟ์สไตล์แบบทำงานที่ไหนก็ได้ ได้เงินเป็นดอลลาร์ มีลูกค้าอยู่ทั่วโลก ไม่ต้องลงแรง 24 ชั่วโมง แต่มีระบบที่ทำงานให้ 24 ชั่วโมง และเป็น passive income คำตอบจบลงที่ affiliate marketing ทำไปถึงระดับที่เริ่มมีรายได้เข้ามาเรื่อยๆ จนใช้เวลาไม่นานมากในแต่ละสัปดาห์แต่สามารถทำรายได้ในจุดที่พอใจ เหมือนที่ “ทิม เฟอริส” เขียนไว้ในหนังสือ The 4-Hour Workweek

เขาคิดว่าความรู้เรื่องการลงทุนคือคุณค่าที่เขาควรนำมาแบ่งปันคนอื่น เพราะเชื่อว่าการลงทุนเป็นเรื่องสำคัญสำหรับทุกคน

กลับมาประเทศไทยพบว่าคนไทยยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับการทำโฆษณาทางออนไลน์ จึงลงมือเขียนหนังสือเพื่อถ่ายทอดความรู้นี้ให้คนไทยได้อ่าน ชื่อ Google Make Me Rich หลังจากนั้นได้เป็นวิทยากรบรรยายเกี่ยวกับ online marketing และการทำโฆษณาออนไลน์ ซึ่งเป็นสิ่งใหม่ในเมืองไทยเมื่อกว่า 10 ปีที่ผ่านมา

หลังจากทำไปถึงจุดหนึ่งกระแสเงินสดมีจำนวนหนึ่ง อยากให้เงินทำงานจึงมองหาวิธีการลงทุน ได้อ่านหนังสือของ Warren Buffett รู้ลึกว่าน่าจะเป็นวิธีการลงทุนที่เข้ากับชีวิตของเขามากที่สุด เขาพยายามคิดว่าอะไรที่สามารถขยายโอกาสได้โดยเหนื่อยน้อยลง ทำให้การทำสัมมนาและเขียนหนังสือเริ่มเป็นสิ่งที่ไม่ยากทำ เพราะ scale ยาก และตลาดเล็กอยู่ภายในประเทศไทย แต่สำหรับ affiliate marketing และการลงทุนสามารถทำได้ทั่วโลก

ช่วงแรกของการลงทุนเขาลองผิดลองถูกต้องล้มลุกคลุกคลานหลายครั้งหลายหน จนตั้งหลักได้และเติบโต เมื่อผ่านไปสักระยะหนึ่งเขาสรุปได้ว่า เขาเลือก vehicle ที่ถูกคือหุ้น เลือกหลักการลงทุนที่ถูกคือ VI (value investment) หรือการลงทุนแบบเน้นคุณค่า ทุ่มเทลงทุนจนทุกอย่างอยู่ตัว เริ่มรู้วิธีการลงทุน มีความสุขกับการลงทุน เวลานั้นเขามีรายได้จนสามารถจะเกษียณจากการทำงานได้แล้ว แต่เขายังมีความฝันอยากสร้างผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

จากความฝัน ...สู่ “จิตตะ”

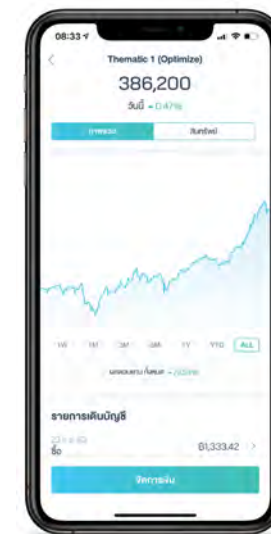
จากประสบการณ์ด้านการลงทุนที่สั่งสมมายาวนานนับสิบปี ศึกษา เรียนรู้ และทดลองด้วยตัวเองจนเห็นผล ทำให้เขาคิดว่า “ความรู้เรื่องการลงทุน” คือคุณค่าที่เขาควรนำมาแบ่งปันคนอื่น เพราะเชื่อว่าการลงทุนเป็นเรื่องสำคัญสำหรับทุกคน แต่คนส่วนใหญ่ในประเทศไทยไม่มีความเข้าใจเพียงพอ ทั้งยังไม่มีเวลาศึกษาหาความรู้ เขาเกิดแนวคิดว่าหากมีซอฟต์แวร์ช่วยเรื่องการลงทุนน่าจะดี จึงฟอร์มทีมกับคุณอันท์-ศิริระ สัจจินานนท์ (CTO ของ Jitta) เอาความรู้เรื่องการลงทุนมาทำเป็นอัลกอริทึม กลายมาเป็น jitta.com

แพลตฟอร์มวิเคราะห์หุ้นเน้นคุณค่า

จากประสบการณ์การทำ online marketing ทำเว็บ ทำโฆษณาออนไลน์ ทำ viral marketing มาถึงเรื่องการเงินการลงทุนที่เรียนรู้จนลงทุนได้ดี และสุดท้ายเริ่มมาทำสตาร์ทอัพที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีและการเงิน คือ Jitta

“การทำสตาร์ทอัพตอนแรกต้องเรียนรู้เยอะมาก เพราะไม่เหมือนงานที่เคยทำ ลงมือทำช่วงแรกมีผิดพลาดถึงกับน้ำตาไหล จนสุดท้ายได้อ่านหนังสือ Lean Startup ของ Y Combinator รู้วิธีการสร้างสตาร์ทอัพให้ประสบความสำเร็จต้องดูอะไร ดูผลิตภัณฑ์อย่างไร สร้างกลไกการเรียนรู้และวัดผลยังไง ทำผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับตลาดอย่างไร ต้องหารูปแบบธุรกิจอย่างไร มีเรื่องให้เรียนรู้ ทุกสิ่งพอมองย้อนกลับไปมันร้อยเอ็ดพัน เพราะสิ่งหนึ่งคือ เราไม่หยุดที่จะเรียนรู้ เพราะเป้าหมายชัดเจน เมื่อเรียนรู้ไปเรื่อย ๆ ประสบการณ์จะต่อเชื่อมกันเอง”

การทำ Jitta คือ ต้องการเผยแพร่ความรู้การลงทุน เป็นการเลือกเหมือนตอนเผยแพร่ความรู้เรื่อง affiliate marketing แต่ครั้งนี้เขาเลือก vehicle ที่ต่างไป เพราะไม่อยากให้ “องค์ความรู้” มายึดติดกับตัวเขาซึ่งไม่ยั่งยืน และส่งต่อไม่ได้ ทำให้มีข้อจำกัด



ตอนทำ Jitta ได้อ่านหนังสือ Built to Last ของ Jim Collins ที่บอกว่า ถ้าอยากจะทำสิ่งที่อยู่เป็นร้อยปี อย่าเป็น timeteller ให้เป็น clock builer คือ “อย่าแค่อ่านเวลาเป็น แต่ให้เป็นคนสร้างนาฬิกา” เพราะถ้าเป็นคนรู้เวลาคนเดียวในหมู่บ้าน พอตายไปความรู้เรื่องเวลาจะตายตาม จะไม่สร้างคุณประโยชน์อะไรส่งต่อไปยังคนอื่น ๆ แต่ถ้าเอาความรู้ที่มีมาสร้างเป็นนาฬิกาและบอกเวลาคนทั่วโลกได้เหมือนกันอย่างเที่ยงตรงจะมีประโยชน์กว่ามหาศาล สามารถส่งต่อคุณค่าไปยังคนรุ่นหลังได้

“จึงนำความคิดนี้มาใช้ โดยนำหลักการลงทุนมาทำให้คนเข้าใจได้ง่าย” และ “สื่อ” ต้องเป็นอินเทอร์เน็ตที่ทุกคนเข้ามาดูได้ ต่อให้เขาตายไปสิ่งนี้ก็ยังอยู่ Jitta จะเป็นนาฬิกาที่เที่ยงตรงของการลงทุนได้

เขาจึงตัดสินใจทำ Jitta Score และ Jitta Line อัลกอริทึมที่ประเมิน “คุณภาพกิจการ” และประเมิน “มูลค่า” เพราะเป็นสองสิ่งที่สำคัญมากในโลกการลงทุนแบบวีไอ และเขาเองต้องผ่านการฝึกอ่านงบการเงินและประเมินมูลค่ามากมาย “ถ้าเราคิดได้ อัลกอริทึมก็ต้องคิดได้เหมือนกัน”

Pivot ครึ่งโลก...

Jitta เวอร์ชันแรก มีข้อมูลเยอะมากราวกับเป็นคู่แข่ง Google Finance หรือ Bloomberg แต่เทียบกันแล้วยังห่างชั้นสองรายใหญ่เจ้าตลาดที่มีข้อมูลมากกว่า ดังนั้น โมเดลการเป็น data provider ไม่น่าจะตอบโจทย์ทางธุรกิจเพราะไม่มีจุดเด่น ไม่มีเอกลักษณ์ และการให้ข้อมูลไม่สามารถตอบได้ว่าข้อมูลนั้นสร้างคุณค่าได้จริงไหม

เมื่อไปทำวิจัยกลุ่มคนใช้งานที่ซิลิคอน วาลเลย์ ได้คำตอบว่าสิ่งที่เขา

ต้องการคือ ข้อมูลที่บอกว่าซื้อหุ้นอะไร ราคาเท่าใด เขาจึง pivot มาเป็น Jitta Stock Analysis ถือว่าเป็นการปรับเปลี่ยนครั้งใหญ่จากการเป็น data provider มาเป็น algorithm base และเป็นแพลตฟอร์มที่จะวิเคราะห์หุ้นทั่วโลก

“Jitta เวอร์ชันแรก จัดเต็มฟีเจอร์ นำไปลองทำ MVP ที่ซิลิคอน วาลเลย์ ได้รับ feedback ว่าหากยังไม่สามารถบอกจุดเด่นของเว็บได้ภายในหนึ่งนาที เจ๊งแน่นอน”

ข้อสรุปที่ได้ครั้งนั้นคือ การมีข้อมูลเยอะมากแปลว่าเว็บไม่มีอะไรเลย มันไม่มีจุดเด่น จึงต้องออกแบบเว็บใหม่ ตัดส่วนข่าว ความเห็น เรตติ้งออกหมด เหลือเฉพาะสิ่งที่สำคัญคือ Jitta Score คะแนนประเมินคุณภาพของธุรกิจ กับ Jitta Line กราฟแสดงมูลค่าที่เหมาะสม ทำอัลกอริทึมให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ จะเป็นประโยชน์มากกว่า เรียกว่า ‘do what you do best’ ทำให้ Jitta เป็นสตาร์ตอัพที่เน้นในเรื่องนี้ซึ่งยังไม่มีใครทำซ้ำ

“เราจะพยายามวิเคราะห์หุ้นให้ได้ทั่วโลก จากวันแรกที่ทำก็ไม่ได้คิดว่าจะมาไกลถึงวันนี้

ตอนนี้เราวิเคราะห์ไปแล้ว 95 เปอร์เซ็นต์ ของหุ้นทั่วโลก
เรียกได้ว่าเป็นเว็บเดียวที่วิเคราะห์ fundamental
ของหุ้นจำนวนมากขนาดนี้ ด้วยอัลกอริทึมของตัวเอง”

Jitta คิดเรื่อง global scale ตั้งแต่เริ่มแรก จึงเริ่มต้นทำเว็บไซต์ภาษาอังกฤษ และตลาดหุ้นอเมริกา ก่อน และปักธงว่าอยากเป็น international business

“พอคิดว่าจะทำตลาดต่างประเทศ ต้องวิเคราะห์และวางแผน ต่างจากสมัยเด็กที่คิดและลงมือทำเลย แต่ประสบการณ์สอนว่า คิดก่อน

“ทำจะดีมาก และพยายามจุดแข็งของเราให้ดีขึ้นก่อน”

เผ่าบอกว่า “การทำเว็บต่างประเทศ จุดอ่อนคือเรื่องภาษา ดังนั้นจะไม่ทำเว็บคอนเทนต์เว็บ Jitta ไม่เน้นคอนเทนต์ แต่เน้นอัลกอริทึมและเน้นการลงทุน เพราะคนลงทุนได้ตั้งแต่อายุ 18-80 ปี ช่วงอายุของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายกว้างมาก หากเราทำมันได้ถูกต้องและดี มันจะสร้างอิมแพคได้กว้างมาก พยายามคิดล่วงหน้าก่อนที่จะลงมือทำ”

Pivot ครั้งที่สอง...

แม้ว่า Jitta Stock Analysis จะประสบความสำเร็จ แต่ด้วยรูปแบบธุรกิจที่เป็น freemium ให้ใช้งานฟรี แม้จะมีสมาชิกที่จ่ายเงินเพื่อรับข้อมูลเพิ่มเติม แต่ประมาณ 95 เปอร์เซ็นต์ ลูกค้าใช้ฟรี ซึ่งเวลานั้นสัดส่วนสมาชิกจะทำรายได้ให้เว็บก็ยังไม่ตอบโจทย์ที่จะเติบโตไปในอนาคต ดังนั้นการคิด Jitta subscription ไม่ได้สร้างคุณค่า สมาชิกอาจจะไม่คุ้ม และวันหนึ่งก็จะเลิกจ่ายเงิน

“อีกอย่างมันไม่แฟร์กับคนที่ลงทุนไม่เก่ง เพราะคนที่ลงทุนเก่งกับไม่เก่งจ่ายค่าสมาชิกเพื่อใช้บริการในราคาเท่ากัน แต่ความสามารถในการสร้างผลตอบแทนต่างกันมาก”

หากมองในแง่ของการ scale ไปทั่วโลกด้วยโมเดล subscription เป็นสิ่งที่เล็กน้อยมาก ยิ่งขยับลงมาที่ตลาดเอเชียรูปแบบธุรกิจสมาชิกยิ่งได้ลูกค้าน้อยลง ในขณะที่ในไทยเองคนไม่ได้ให้คุณค่ากับบริการที่ต้องจ่ายค่าสมาชิก โมเดลธุรกิจแบบนี้ เผ่ามองว่า Jitta ไม่สามารถขยายขนาดธุรกิจและขนาดรายได้ได้อย่างแน่นอน

จึงเป็นที่มาของการเปิดบริการ Jitta Wealth ที่เป็นกองทุนบริหารเงินด้วยอัลกอริทึมของ Jitta สร้างคุณค่าด้วยการคิดค่าธรรมเนียมต่ำ

กว่าห้องตลาด ซึ่งคิดค่าบริหารจัดการ 2 เปอร์เซ็นต์ แต่ Jitta Wealth คิดแค่ 0.5 เปอร์เซ็นต์ และส่วนแบ่ง 10 เปอร์เซ็นต์ ของกำไร ซึ่งเป็นอัตราที่เป็นธรรมสำหรับนักลงทุนที่มีเงินมากและน้อย

“เรามองว่ารูปแบบนี้ยั่งยืน เพราะเราควบคุมสภาพแวดล้อมของการลงทุนได้ทั้งหมด เราเชื่อว่าหากหลักการถูกต้อง พอร์ตจะเติบโตและกำไร นักลงทุนจะอยู่กับเราไปเรื่อย ๆ เพราะเขากำไร รายได้เราจะเติบโตตามพอร์ตของลูกค้าที่โตขึ้น”

ในประเทศไทย นักลงทุนที่เทรดหุ้นเอง (active trading account) มีประมาณ 100,000-200,000 คน และมีนักลงทุนที่ลงทุนผ่านกองทุนประมาณ 7-8 ล้านคน ในตลาดมีคนที่ต้องการให้ช่วยบริหารการลงทุนมากกว่าคนที่ต้องการลงทุนด้วยตัวเอง ซึ่งจำนวนคนเปิดพอร์ตลงทุนผ่านกองทุนประมาณ 7-8 ล้านคน ยังนับเป็นจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรในประเทศ จำนวนการลงทุนผ่านกองทุน 7-8 ล้านบัญชีคิดเป็นเงินลงทุนรวม 6 ล้านล้านบาท





Jitta

คิดเรื่อง global scale

ตั้งแต่เริ่มแรก

จึงเริ่มต้น

ทำเว็บไซต์ภาษาอังกฤษ

และตลาดหุ้นอเมริกาก่อน

และปักธงว่าอยากเป็น

international

business



ตราวุทธิ์ เหลืองสมบูรณ์

“เป็นจุดที่ scale ได้ หากลูกค้า 1 ล้านคนลงทุนกับเราคนละ 100,000 บาท มูลค่าเราก็เป็นแสนล้านบาทแล้ว แต่แพลตฟอร์มที่เราพัฒนามาใช้ต้นทุนไม่ต่างจากการบริหารเงินพันล้าน เราเห็นว่ารูปแบบธุรกิจนี้ scale ได้ดี และมีแต่ win-win สุดท้ายได้พิสูจน์คุณค่าของเราได้ชัดเจน”

เขาบอกว่าเป็นการ pivot ครั้งใหญ่อีกครั้งที่เขาต้องตัดสินใจทิ้งรูปแบบธุรกิจเดิมที่ทำเงินได้ดีในระดับหนึ่งในตอนนั้น เพื่อมาเป็นอีกรูปแบบธุรกิจหนึ่งที่เขาเชื่อว่าจะดีกว่าในระยะยาว

“ฟัง” และ “ใส่ใจ” จ้อสนอเนะ...

เขาสรุปบทเรียนว่า สิ่งสำคัญที่ทำให้ Jitta ปรับเปลี่ยนและเดินต่อได้อย่างเติบโต คือ “การฟังข้อเสนอแนะ” อย่างมัวแต่ทำโดยไม่ “ใส่ใจ” ว่าคนทั่วไปเขาต้องการอะไร

Jitta เวอร์ชันแรก เขาคิดเองทำเอง ไม่มีการสำรวจตลาด ใส่ฟีเจอร์เข้าไปมาก เมื่อนำไปใช้จริง ไม่ตรงความต้องการตลาดจึงต้องนำกลับมาปรับเปลี่ยนใหม่หมด เขาบอกว่า “ข้อสำคัญอย่าหยุดเดิน ประตูปานนี้เปิดไปแล้วตัน รีบปิดแล้วเปลี่ยนไปเปิดอีกบานหนึ่ง” เขาย้ำว่าตอนที่ปรับ Jitta ครั้งแรก เป็นการทิ้งผลิตภัณฑ์ที่ลงแรงพัฒนาไป 1 ปีเต็ม แต่ไม่ตอบโจทย์ตลาด เขาต้องยอมเจ็บตัดสินใจทิ้งแล้วทำใหม่

เจ็บครั้งที่สองตอนเริ่มทำ Jitta Wealth ที่เกิดจากการทำ subscription model สำหรับ Jitta Stock Analysis มาสักระยะแล้วไม่ตอบโจทย์แง่การขยายธุรกิจ รายได้ฐานลูกค้า ในขณะที่มีผู้ใช้งาน Jitta Stock Analysis จำนวนมากเดินเข้ามาหา อยากให้ Jitta บริหารเงินให้เพราะเขาลงทุนเองอย่างไรก็ขาดทุน การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้เป็นการทิ้งเงิน

รายได้ก้อนโตจากค่าสมาชิกที่สร้างได้แล้ว เปลี่ยนไปเป็นการบริหารเงินคนอื่น และเข้าสู่ธุรกิจใหม่ในบทบาทเป็นบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ที่ต้องมีใบอนุญาตและทำตามกฎระเบียบมากมาย ในขณะที่ทีมงาน 20 กว่าชีวิตในตอนนั้นไม่มีใครเคยมีประสบการณ์การบริหารกองทุน หรือทำธุรกิจการเงินมาก่อน

“แต่ทุกคนสู้พร้อมลุย สู้ด้วยเชื่อว่าหากทำได้สำเร็จจะเกิดผลดี แม้ว่าตลอดเส้นทางข้างหน้าจะต้องเรียนรู้ใหม่หมดว่าต้องทำอะไรอย่างไร เรียกว่าล้มลุกคลุกคลานกันมา ต้องอาศัยใจสู้เท่านั้นถึงจะทำได้”



พลังของการโฟกัส

ธุรกิจการลงทุนต้องใช้การพิสูจน์ตัวเองสูงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ความแข็งแกร่งของทีมผู้ก่อตั้งและทีมงาน คือ ปัจจัยความสำเร็จ แต่การโฟกัสอย่างมากคือพลังหนุนส่งให้ Jitta เติบโตมาจนถึงวันนี้ เรามีศรัทธาในหลักการการลงทุนแบบ Jitta ที่เชื่อว่าสามารถสร้างคุณค่าให้ผู้คนได้จริง และมุ่งมั่นทำในสิ่งที่เชื่อไม่วอกแวกหรือทอดทิ้ง

เผ่าบอกว่า เรื่องการลงทุนต้องพิสูจน์ตัวเองมากกว่าสินค้าอุปโภคบริโภค เพราะว่าสถานะของตลาดทุนมีความไม่แน่นอนสูง “คุณอาจจะมีการลงทุนที่ดีที่สุด วิเคราะห์เก่งสุด แต่อาจจะอยู่ในช่วงของตลาดหุ้นแย่ อาจจะทำให้คนเข้าใจผิดว่าคุณห่วย คุณอาจจะต้องใช้เวลา 3-5 ปี เพื่อพิสูจน์ให้เห็นว่า ถ้าลงทุนระยะยาวถึงจะได้กำไร ถ้าไม่โฟกัสหรือเชื่อมั่นในหลักการที่ชัดเจน จะโตได้ยากมาก” แต่หลังจากผ่านระยะเวลาค่อย ๆ พิสูจน์ตนเองมาเรื่อย ๆ จนมีนักลงทุนเชื่อใจ ความเชื่อมั่นก็จะเกิดขึ้น เป็นงานที่ต้องใช้เวลา

“ที่ผ่านมามองจะดีบ้างแย่บ้างแต่เราไม่เคยถอยหลัง ช้าบ้างเร็วบ้างไม่เป็นไร สิ่งที่ดีมาก ๆ คือทีมมีสปิริตและความชัดเจน เชื่อมั่นในสิ่งที่ทำ เราไม่เคยวอกแวกเลย ไม่เคยไปทำอย่างอื่นเลย ตอนที่ไม่มีรายได้เลยสักบาท มีคนมาขอซื้อโฆษณาเรายังไม่ขายเลย หรือมาจ้างงานที่มันนักพัฒนาของเราก็ไม่รับ เรารู้ว่าทำอะไรอยู่ วอกแวกไม่ได้”

เรียกว่าอดทนอย่างเสีย...

ผู้ก่อตั้ง Jitta ย้อนความหลังที่ผ่านมามาว่า ตอนที่เจ็บปวดที่สุดคือการต้องทิ้งผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาหนึ่งปี เขารู้สึกผิดในฐานะผู้นำที่ไม่

ฉลาดพอที่จะสร้างสูตรที่มุ่งไปสู่ความสำเร็จได้ ยังยึดติดกับความสำเร็จเดิม “ผิดที่ไม่พยายามหาความรู้ใหม่ว่าสตาร์ทอัพต้องทำอะไร แต่ทำอย่างที่เคยทำมาในธุรกิจอื่น ต้องเสียทั้งเวลาของทีมและเสียเงิน”

แม้ในวันที่เลือกเส้นทางเดินใหม่ถูกทางแล้ว หลายครั้งเขาก็ยังต้องเผชิญกับช่วงเวลาที่ยากลำบากอีก หลังจากเปิดบริการ Jitta Wealth ไม่นาน หุ้นไทยตกจากจุดสูงสุด 1,800 จุด ลงมาเรื่อย ๆ พอร์ตนักลงทุนขาดทุนถ้วนหน้า เขาต้องรับแรงกดดันมหาศาล เผาบอกกับทุกคนว่า “ทำธุรกิจลงทุนหากเข้าใจจะรู้ว่ามันต้องมีปีที่ติดกับปีที่แย่ ต้องมีปีที่นักลงทุนขาดทุน ปีที่นักลงทุนกำไร จะทำอย่างไร ต้องเตรียมพร้อมรับตั้งแต่แรก” ด้วยความที่เขาเป็นนักลงทุนมาก่อน จึงเข้าใจธรรมชาติของธุรกิจนี้และรับกับสถานการณ์เช่นนี้ได้ ทั้งพยายามถ่ายทอดให้ทีมงานและนักลงทุนมีความเข้าใจ

ช่วงโควิดเป็นช่วงเวลาที่พิสูจน์หลักการลงทุน และพิสูจน์จิตใจของทีมงานครั้งสำคัญ เพราะตอนนั้นพอร์ต Jitta Wealth ของทุกคนร่วงลงไปประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ ในระยะเวลาไม่ถึงเดือน อาจมองว่าเป็นขาลงของธุรกิจก็ได้ แต่สำหรับเขาซึ่งผ่านประสบการณ์ร้าย ๆ ในฐานะนักลงทุนมาอย่างโชกโชน มองว่าเป็นธรรมดาที่นักลงทุนจะต้องเจอ “ถ้าเป็นโลกของการลงทุนอย่างไรก็ต้องเจอปีที่เลวร้าย ไม่เจอโควิดก็อาจจะเจอเรื่องอื่น เช่น สงคราม ก่อการร้าย หรือการเมือง”

“ถ้าเราเข้าใจมันก่อนว่าเราจะเดินไปเจออะไร ก็ไม่ได้ยากลำบาก เราก็จะพร้อมรับมือกับมันอยู่แล้ว”

สิ่งที่เขามองว่ายากที่สุด คือ การสร้างรูปแบบธุรกิจที่ดี ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลานานมาก เขาว่า “ต้องค่อย ๆ คิด ค่อย ๆ ตัดสินใจ จนมาเป็น Jitta Wealth เพราะเรื่องเหล่านี้เปลี่ยนบ่อยไม่ดี เดี่ยวคนจะสับสน” เขายังเปิดเผยให้เราทราบว่า ช่วงที่มีทีมมากขึ้น ต้องใช้เงินมากขึ้น ขาดทุน

ปีละหลายสิบล้าน ก็ต้องหาเงินให้ได้

“เป็นหน้าที่ผม ผมคิดเป็นหลักว่าจะไปทางไหนดี จะหารูปแบบธุรกิจอะไรที่ยั่งยืน ทุกคนฝากความหวังไว้ที่เรา จะตื่นเช้ามานั่งคิดทุกวัน หาข้อมูล ผมมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของการทำธุรกิจไม่ได้รู้สึกว่าการลำบาก แต่ว่าตอนนั้นมีรายจ่ายค่อนข้างเยอะ แม้มีเงินอยู่ แต่รู้ว่าอยู่แบบนี้ไปเรื่อย ๆ ไม่ได้ ต้องมองกระแสเงินสดล่วงหน้า และต้องหาทางหนีทีไล่ล่วงหน้าไว้เสมอ ๆ เราจะต้องไม่ตายเพราะการขาดกระแสเงินสด เพราะหากมีผลิตภัณฑ์ที่ดี คนใช้จำนวนมาก แต่หากกระแสเงินสดไม่ดี สุดท้ายก็เจ๊งอยู่ดี”

จิตตะระดมทุนมาเรื่อย ๆ และมีเงินเหลือให้ใช้ต่ออีก 1-2 ปีเลย แต่เขาจะบอกทีมงานทุกคนว่า ถ้าจิตตะยังหารายได้มาครอบคลุมค่าใช้จ่ายไม่ได้อย่าดีใจ เพราะยังไม่ได้ยื่นบนลำแข้งตัวเอง ปราสาทที่สร้างมาล้มได้เสมอ หากมีแต่ระดมทุน โดยไม่สร้างรายได้เพื่อครอบคลุมค่าใช้จ่ายตัวเอง

“หลักการทำงานของผมเบสิกมาก คือ plan, do, check, act วางแผนว่าจะทำอะไร คิดล่วงหน้า ทำวิจัย หลังจากนั้นลงมือทำเลย ไม่คิดเยอะ โดยมีจุดหมายในการเช็ค มี OKR ในการเช็คมิติต่าง ๆ และแก้ไขในสิ่งที่ทำ พัฒนาสิ่งที่ทำให้ดีขึ้น”

คุณค่าของ “จิตตะ”

Jitta มี 2 แพลตฟอร์ม คือ Jitta Stock Analysis (jitta.com) และ Jitta Wealth คนที่ลงทุนเองได้ เก่งพอและอยากเรียนรู้จะใช้ Jitta Stock Analysis ส่วนคนที่อยากให้บริหารการลงทุนจะมาใช้ Jitta Wealth ที่บริหารจัดการการลงทุนด้วยอัลกอริธึม ด้วยหลักการลงทุนที่ถูกต้อง ควบคุมวินัยการลงทุนให้ โดยเน้นการลงทุนระยะยาวเป็นหลัก

Jitta Wealth
เป็นกองทุน
บริหารเงิน
ด้วยอัลกอริธึม
ของ Jitta
สร้างคุณค่าด้วยการ
คิดค่าธรรมเนียม
ต่ำกว่า
กองตลาด





ปัจจุบัน jitta.com มีผู้ลงทะเบียนใช้งานทั่วโลก 200,000 คน ผู้ใช้งาน 80 เปอร์เซ็นต์ อยู่ในประเทศไทย ส่วน Jitta Wealth บริหารกองทุน 50,000 กองทุน ซึ่งมากที่สุดในประเทศไทย

“Jitta อยากจะสร้างผลตอบแทนที่ดีที่สุดให้กับทุกคนบนโลกที่อยากลงทุน เพราะรู้ว่า 90 เปอร์เซ็นต์ ของคนที่ลงทุน ขาดทุนจากตลาดหุ้น คุณค่าของ Jitta คือ better return, simple method คือ ลงทุนได้ดีขึ้น และชีวิตต้องง่ายขึ้น”

เขาเชื่อว่า “คุณค่า” ของ Jitta ที่สร้างจากพันธกิจ วันนี้ชัดเจนว่า

ส่งมอบคุณค่านี้ได้ และอยากส่งมอบให้คนจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ วันนี้ แม้ว่า Jitta จะเดินทางมาเข้าสู่ปีที่ 10 แต่หากเทียบกับสิ่งที่จะเดินทางไปข้างหน้า นับว่ายังเดินมาได้ไม่ถึง 1 เปอร์เซ็นต์ เขาอยากจะสอนให้คนลงทุนเป็นทั้งโลก อยากจะช่วยบริหารจัดการเงินให้กับคนทั่วโลก อยากจะสร้างกำไรที่ดีให้คนทั่วโลก คล้ายกับที่ Warren Buffett เคยสอนนักลงทุนทั่วโลก หรือที่ John Bogle สร้าง Vanguard กองทุนดัชนีแรกของโลก

การทำเป้าหมายนี้ตอบโจทย์อีกเป้าหมายหนึ่ง คือ การเผยแพร่หลักการลงทุน ที่เรียกว่า Jitta's Ways คือ VI ผสมอัลกอริทึมของจิตตะ ในการกระจายความเสี่ยงให้ทั่วโลกยอมรับ

“ถ้าทั่วโลกยอมรับได้ Jitta ก็จะกลายเป็น international business คนรุ่นใหม่จะเห็นเราเป็นตัวอย่าง หรือเราสามารถกลับมาลงทุนในบริษัทคนรุ่นใหม่ให้เขาเติบโต แล้วใช้แพลตฟอร์มเราเป็นฐานให้กับเด็กไทยในอนาคตให้สามารถไปต่างประเทศได้ง่ายขึ้น”



CHAPTER



04

ปัญญาพล ศรีตั้งศิริกุล

นำเทคโนโลยี
สร้างประสบการณ์
ที่ดีที่สุดของลูกค้า

“มีการพูดเป็นเสียงเดียวกันว่า 20-30 ปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมรับเหมาตกแต่งภายในแทบไม่มีการเปลี่ยนแปลง ทุกอย่างยังเป็นการพึ่งพาแรงงานการทำบัญชี การส่งแบบยังต้องใช้กระดาษ”



เอ็ก - ปัญญาพล ศรีตั้งศิริกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท ครีฟูล จำกัด ผู้บริหารรุ่นที่ 2 ของบริษัท รับเหมาตกแต่งภายในที่รู้จักกันในชื่อ “ครีฟูล อินทีเรีย” ผู้อยู่เบื้องหลังความสวยงามของสำนักงานสาขาบริษัทระดับโลกในไทยอย่าง Apple, Amazon, Google, Facebook และบริษัทชั้นนำของไทยอีกมากมาย สะท้อนสิ่งที่ได้รับฟังมาต่อวงการที่เขาเข้ามารับช่วงกิจการเมื่อ 5 ปีก่อน

เขาบอกกับ The Story Thailand ว่า ธุรกิจรับเหมาตกแต่ง “ไม่ทรานส์ฟอร์มก็อยู่ได้” แต่ถ้าปรับเปลี่ยนจะมีโอกาสที่โดดเด่นขึ้นมา ทำให้ช่วง 2-3 ปีหลัง เขาสนุกกับการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาใช้กับงานที่รับผิดชอบ

“เมื่อก่อนเราค่อนข้างยึดติดว่าอุตสาหกรรมก่อสร้างต้องใช้แต่แรงงาน ใช้คนเยอะ วันนี้เราเริ่มเข้าถึงเทคโนโลยีหลาย ๆ อย่างได้ดีขึ้น โลกเปิดกว้างขึ้น เห็นตัวอย่างของต่างประเทศ เห็นการเปลี่ยนแปลงของที่อื่นมา ทำให้เราเริ่มต้นได้ง่ายมาก”

“ครีฟูล” ชื่อนี้มาจากคำว่า ครีเอทีฟ ซัคเซสฟูล (CREative SuccessFUL) ก่อตั้งขึ้นในปี 1998 เริ่มต้นจากธุรกิจรับตกแต่งภายในเล็ก ๆ ขยายขยายสู่งานก่อสร้างเป็นผู้รับเหมาอินทีเรียอย่างเต็มตัว รับเหมาทั้งงานขนาดเล็กและโปรเจกต์ขนาดใหญ่ มีผลงานฝากไว้มากมาย ทั้งงานสำนักงาน งานห้างและพื้นที่ค้าขาย งานที่พักอาศัย ผ่านกาลเวลามากกว่า 20 ปี วันนี้เติบโตกลายเป็นผู้รับเหมาอินทีเรียชั้นนำของประเทศไทย

สร้างประสบการณ์ใหม่..ดูงานแบบ virtual

“วันนี้ฟิลลิ่งลูกค้าเปลี่ยนไป เขาอยากมีส่วนร่วมในช่วงเวลาก่อสร้างของเรา ถ้าเรามีเทคโนโลยีที่ทำให้เขาเห็นเป็นภาพ เป็นโมเดล จับต้องได้ และรู้สึกว่ามีส่วนร่วมกับการบวนการทำงานตลอดเวลา ลูกค้าจะได้ประสบการณ์ที่ดีและอยากจะมีประสบการณ์ดี ๆ แบบนี้ในครั้งต่อไป เราเองก็รู้สึกสนุกกับโปรเจกต์ที่เราทำเพราะลูกค้าได้เข้ามามีส่วนร่วมด้วย”

ปี 2019 ศรีฟูลเริ่มใช้โปรแกรม BUILK 360 ที่พัฒนาร่วมกับ Builk ทำให้ลูกค้าเห็นภาพงานก่อสร้างจริงเกือบเรียลไทม์ ลูกค้าสามารถเดินเข้าไปในส่วนต่าง ๆ ของโปรเจกต์ก่อสร้างได้แบบเวอร์ชวล เสมือนเดินดูงานของเขาจริง ๆ ทำให้เข้าใจงานมากขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารระหว่างบริษัทกับลูกค้าด้วย

“เมื่อก่อนเราใช้วิธีถ่ายรูปเป็นข้อด ๆ ให้ลูกค้าดู ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายสำหรับคนที่ไม่เข้าใจงานก่อสร้าง”

พอได้เห็นเป็น 360 องศา

เหมือนลูกค้าเดินดูงานของเราใน Google Street View

ทำให้เขามีประสบการณ์ที่ดี

ช่วงเกิดการระบาดของโควิด-19 ลูกค้าที่เป็นบริษัทข้ามชาติไม่สามารถเดินทางมาประเทศไทยได้ โปรแกรม BUILK 360 จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ลูกค้าเข้าใจกระบวนการทำงาน ผ่านการสื่อสารแบบเวอร์ชวล ซึ่งก็สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ไม่น้อย

แม้แต่ลูกค้าในประเทศที่สามารถมาดูงานได้ ก็ได้รับประสบการณ์ใหม่จากการเห็นขั้นตอนการทำงาน โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง หรือสามารถใช้งานโปรแกรมผ่าน web-based application ที่บริษัทต้องการนำเสนอได้

อีกบอกว่าเมื่อเห็นแบบนี้แล้วเขายังสนุกในการคิด และมองหาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าต่อไป

เพิ่มคุณภาพการผลิตชิ้นงานด้วยดิจิทัล

ในการผลิตชิ้นงาน เขาก็พยายามเชื่อมต่อกันระหว่างระบบออนไลน์กับดิจิทัล จากเคยใช้การวาดลงกระดาษสื่อสารให้ช่างขึ้นแบบ 1:1 วันนี้นำโปรแกรมออกแบบโมเดลมาใช้ตั้งต้น และเอาโมเดลไปสื่อสารกับเครื่องจักรให้ตัดชิ้นงาน ช่วยเพิ่มศักยภาพให้กับดีไซน์เนอร์ในการออกแบบชิ้นงานยาก ๆ และใช้เทคโนโลยีช่วยตัดเพื่อให้ได้รายละเอียดตรงตามความต้องการ

เขายกตัวอย่างผลงานที่ทำให้กับออฟฟิศ Google ประเทศไทย ว่า ลูกค้าต้องการทำให้ผนังห้องเป็นแผ่นที่กรุงเทพมหานคร ต้องทำถนนเหมือนแผ่นที่จริง มีแม่น้ำ มีตึก จึงใช้เครื่อง CNC (Computer Numerical Control) ซึ่งควบคุมการทำงานแบบอัตโนมัติโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์มาตัดให้ได้ตามแผนที่ ทำให้ได้ชิ้นงานที่ละเอียดมาก



เขาบอกว่าเทคโนโลยีดังกล่าวมีมานานแล้ว แต่ปัจจุบันแอดวานซ์มาก ทำงานแบบที่ยากและมีความซับซ้อนได้มากขึ้น ตอบโจทย์ลูกค้าได้กว้างขึ้น นอกจากนี้ยังควบคุมเวลาการทำงานแต่ละชิ้นได้ รวมถึงการควบคุมคุณภาพการผลิตให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

“ขั้นตอนเหล่านี้แต่ก่อนต้องใช้เวลาค่อนข้างมากในการอธิบายแบบให้ช่างเข้าใจ ทุกวันนี้ใช้เวลาคิดแบบอธิบายแบบในคอมพิวเตอร์ ใช้เวลาน้อยกว่าเดิม ที่สำคัญลดความผิดพลาดจากแรงงานคนได้มากทีเดียว”

ความสำเร็จจากการทรานส์ฟอร์ม

จากที่เขาเคยบอกว่าหากไม่เปลี่ยนก็อยู่ได้ แต่เปลี่ยนแล้วจะดีกว่า ช่วงเวลา 5 ปีที่รับไม่ต่อจากคุณอา “วสันต์ เต็มแสงเลิศ” ประธานบริษัท ซึ่งเป็นรุ่นบุกเบิก พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่าการทรานส์ฟอร์มธุรกิจรับเหมาตกแต่งภายในตามแนวคิดของเขาประสบความสำเร็จจริง วัดผลได้จากขนาดรายได้ของบริษัทที่เติบโตขึ้นเป็นเท่าตัว จากเดิม 500-600 ล้านบาทต่อปี ปัจจุบันมีรายได้ 1,100-1,200 ล้านบาท

ธุรกิจรับเหมาตกแต่งไม่ทรานส์ฟอร์มก็อยู่ได้
แต่ถ้าปรับเปลี่ยนจะมีโอกาสที่โดดเด่นขึ้นมา

“เราทำตามแนวคิดใหม่มาอย่างน้อย 3 ปี ระหว่าง 3 ปี เราประสบความสำเร็จในการที่ลูกค้าแฮปปี้กับเรามาก ลูกค้าเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ช่วงโควิดที่ผ่านมาเราไม่เจอปัญหาลูกค้าน้อยลง แต่เจอปัญหาลูกค้าเข้ามาจนเต็มศักยภาพ”

เมื่อถามว่าที่ผ่านมาทรานส์ฟอร์มสำเร็จหรือยัง เขามองว่าวันนี้ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง แต่การทรานส์ฟอร์มสามารถทำได้ตลอด เขายังมีแผนจะนำเทคโนโลยีเข้ามาเพิ่มอีก 2-3 อย่าง ตั้งเป้าไว้ว่าจะทำให้เสร็จในช่วงเวลาไหน และเชื่อว่ายังมีเทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้นอีกเรื่อย ๆ

“ไม่ใช่แค่นำเทคโนโลยีมาใช้ในการก่อสร้าง ยังสามารถนำมาจัดการเรื่องบัญชี จัดซื้อ และโลจิสติกส์ พวกนี้มีเทคโนโลยีรองรับหมด ราคาถูกลง มีพาร์ทเนอร์น่าสนใจเยอะขึ้น หากเราจัดระเบียบความคิดดี ๆ จะสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ได้ในหลาย ๆ พื้นที่ของธุรกิจ”

Respect คือตัวเชื่อมโยงคนต่างรุ่น

คุณอาปลูกฝังเขามาตลอดว่า “ต้องเชื่อใจ”

ในคนแต่ละรุ่นว่ามีข้อดีต่างกัน ต้องให้ความเคารพซึ่งกันและกัน

เนื่องจากเครือฟูลเป็นธุรกิจเก่าแก่ มีทีมผู้บริหารรุ่นเก่า รวมทั้งทีมงานต่าง ๆ ล้วนมีประสบการณ์ทำงานค่อนข้างมาก จึงไม่ใช่เรื่องง่ายสำหรับการปรับหรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานขององค์กร เราถามเขาว่ามีเคล็ดลับอย่างไรในการทำทรานส์ฟอร์มบริษัท

“การที่ผมเป็นรุ่น 2 เข้ามารับช่วงต่อ สิ่งสำคัญคือเราต้องเข้าใจเขา ดูแลเขา เพื่อให้เขาเปิดใจยอมรับ ให้ความเคารพซึ่งกันและกัน หลังจากที่ผ่านมาตรงนี้ได้ ทีมงานและเรารู้สึกเป็นส่วนเดียวกัน เราสนุกกับการทรานส์ฟอร์มมาก”

ช่วงปีแรกที่เข้ามาทำงาน เขาได้รับแรงเสียดทานอย่างมาก ถูก



งานรับเหมา
ตกแต่งภายใน
ช่วยสร้างรายได้
ให้กับคนไทยจำนวนมาก
คิดเป็นสัดส่วน
30-40%
ของอุตสาหกรรม
ก่อสร้างทั้งหมด



ปัญญาพล ศรีตั้งศิริกุล



มองว่าเพิ่งเรียนจบมีความรู้อะไรไปแนะนำพนักงานรุ่นเก่าที่ทำงานมากกว่า 20 ปี ทำให้ครึ่งปีแรกต้องใช้เวลากับการทำความเข้าใจรายละเอียดของงาน และครึ่งปีหลังสื่อสารทำความเข้าใจกับพนักงาน

เอ็กบอกว่า “คุณอา” ซึ่งเป็นผู้บริหารรุ่นก่อนปลูกฝังเขามาตลอดว่า “ต้องเชื่อใจ” ในคนแต่ละรุ่นว่ามีข้อดีต่างกัน ต้องให้ความเคารพซึ่งกันและกัน

“เจนเนอเรชั่นผมมีข้อดีคือเรียนรู้ไว เพราะเราเป็นเด็กรุ่นใหม่ แต่พี่ๆ พนักงานมีประสบการณ์เยอะ ผ่านอะไรมาเยอะ เราต้องคุยกันโดยเอาข้อดีของแต่ละฝ่ายขึ้นมาก่อนเสมอ แล้วเราจะเข้าใจกันมากขึ้น”

เขาพบว่าสิ่งที่เจนเนอเรชั่นก่อนหน้ามีและภาคภูมิใจมากคือคอนเนกชันที่ดีกับพาร์ตเนอร์ซึ่งเป็นต้นทุนที่ช่วยให้เขาทำงานได้ง่ายขึ้น

ผู้บริหารหนุ่มวัย 30 ปีบอกว่า การทรานส์ฟอร์มทำให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่าที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการช่วยทำให้บริษัทดีขึ้น เขายกตัวอย่างว่า จากการที่เป็นธุรกิจครอบครัวมาก่อน มีไซต์งานอยู่ 5 ที่ บัญชีก็ต้องจด 5 ไซต์ พอเติบโตขึ้นเป็น 10 ไซต์ ทำบัญชีระบบเดิมไม่ไหว ต้องทรานส์ฟอร์มเอาระบบเข้ามาช่วยคุมงานทั้งหมด ช่วยควบคุมต้นทุนค่าใช้จ่าย

“พี่ๆ พนักงานเขาก็รู้สึกพอใจ มีระบบช่วยจำ ไม่ต้องจำ จด นึก หรือเก็บกระดาษเอง สามารถทำ 10 ไซต์ได้โดยใช้พนักงานแค่ 1-2 คน เขารู้สึกว่าเขาช่วยพัฒนาองค์กรได้”

ตอบโจทย์ความพึงพอใจลูกค้ามากขึ้น

เอ็กให้คำนิยามของศรีฟูลว่าเป็นบริษัท interior constructor technology เพราะเอาเทคโนโลยีมาใช้สำหรับงานตกแต่งภายใน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ construction tech

“วันนี้เทคโนโลยีหลายอย่างเข้าถึงง่ายขึ้น ราคาถูกกว่าก่อนมาก ถ้าเราเปิดใจรับเอาเทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาการทำงาน เราจะได้ประโยชน์มาก มันเป็นจุดแข็งทางอ้อมที่จะชนะใจลูกค้าได้ ทำให้ลูกค้าสบายใจและเชื่อใจบริษัทมากขึ้น”

เขามองว่าความต้องการของลูกค้า ขึ้นต้นมาจาก 3 อย่าง คือ หนึ่ง ทำให้ได้ตามเวลา สอง ทำให้ได้ตามงบประมาณ และสาม ทำให้ได้คุณภาพที่ดี ซึ่งไม่มีคำจำกัดความชัดเจนว่าต้องทำอะไรถึงจะพอ เพราะความต้องการลูกค้ามีเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

“เคยใช้เวลาหนึ่งเดือน ทำให้เหลืออาทิตย์เดียวเสร็จได้ไหม เคยใช้เงิน 100 บาท ใช้แค่ 95 บาทได้ไหม ทำสวยแล้ว แต่ทำให้สวยขึ้นอีกได้ไหม ลูกค้ามีความต้องการมากขึ้นในโจทย์ที่เปลี่ยนไป ตัวช่วยที่ทำให้เราไปถึงตรงนั้นได้ง่ายขึ้นคือเทคโนโลยี”

“เราใช้เทคโนโลยีเพื่อมาตอบโจทย์ customer centric” เขาย้ำแนวคิดการทำงานที่ให้ความสำคัญกับการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า โดยมีเทคโนโลยีเป็นตัวช่วยที่สำคัญ

ขยายตลาดสู่พื้นที่เศรษฐกิจภูมิภาค

งานตกแต่งภายในองค์กรธุรกิจต่าง ๆ เป็นตลาดใหญ่มีมูลค่าหลายหมื่นล้านบาทต่อปี ที่ผ่านมามีผู้ประกอบการในการรองรับประมาณพันกว่าล้าน ซึ่งลูกค้าหลักคือออฟฟิศในกรุงเทพฯ มีทั้งบริษัทไทยและบริษัทต่างชาติ ปัจจุบันฐานลูกค้ากลุ่มนี้ยังมีความต้องการมากขึ้น ดังนั้นโอกาสเติบโตทางธุรกิจยังมีอีกมาก

“ลูกค้ากลุ่มนี้ถ้าต้องการออฟฟิศที่มี functional และ full-function ส่วนใหญ่จะนึกถึงศรีฟูล” ผู้บริหารหนุ่มกล่าวอย่างเชื่อมั่น

วันนี้เขามั่นใจว่าการลงทุนเทคโนโลยีและความสามารถของทีมงาน

ครีฟูลจะสามารถตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ ได้เพิ่มขึ้น ไม่ว่าบ้านพักอาศัย ธุรกิจค้าปลีก โรงแรม รวมถึงการขยายพื้นที่บริการออกไปนอกเหนือจากการตกแต่งออฟฟิศที่อยู่ในพื้นที่ศูนย์กลางธุรกิจในกรุงเทพฯ

“ทุกวันนี้ระบบการขนส่งการสื่อสารดีทำให้การติดตามงานของเราทำได้ดีขึ้น ระยะยาวเราเชื่อมั่นว่าจะสามารถขยายตลาดไปถึงพื้นที่เศรษฐกิจในเมืองสำคัญอย่างเชียงใหม่ ขอนแก่น หัวหิน หรือพัทยาได้”

ลูกค้าเป้าหมายในพื้นที่เศรษฐกิจภูมิภาคที่เขาสนใจจะเริ่มจากสำนักงานเป็นกลุ่มแรก เนื่องจากเป็นจุดแข็งของครีฟูล ถัดมาเป็นกลุ่มที่พักอาศัย ห้างค้าปลีกต่าง ๆ เขาเชื่อว่าเป็นตลาดที่ใหญ่มากเพียงพอที่จะรองรับการเติบโตของเขาได้อีกหลายเท่า

WFH ดับดีมานด์ Co-working space โต

เอ็กกล่าววว่า ดีมานด์ของตลาดขนาดหมื่นล้านบาทต่อปีมาจากการลงทุนสร้างตึกใหม่ในกรุงเทพมหานครจำนวนมาก อีกทั้งการรื้อถอนสำนักงานเดิมเพื่อคืนพื้นที่ ปรับเปลี่ยนเลย์เอาต์ออฟฟิศให้สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรที่เปลี่ยนไป รวมถึงนโยบายการลดพื้นที่ออฟฟิศ ซึ่งเป็นเทรนด์ที่ส่งผลให้ครีฟูลต้องปรับตัวในการทำตลาด

“พื้นที่ออฟฟิศลดลงเพราะบริษัทมีนโยบาย work from home แต่ลูกค้าขอให้เราไปตกแต่งที่บ้านให้เป็นพื้นที่ทำงานมากขึ้น ส่วนลูกค้ากลุ่มหลักที่บอกว่า work from home ได้ เขาก็อยากมีพื้นที่ที่เป็น co-working space ในบรรยากาศที่เปลี่ยนไปด้วยเหมือนกัน”

เขาอธิบายว่าแม้มีกลุ่มที่ลดพื้นที่ออฟฟิศเพื่อให้พนักงานทำงานที่บ้าน ขณะเดียวกันก็มีกลุ่มที่สนับสนุนให้ลูกค้าออกมาทำงานในสถานที่กลางที่ไม่ใช่บริษัทตัวเอง ทำให้ co-working space เกิดขึ้นจำนวนมาก กลายเป็นลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งที่มีความต้องการการตกแต่งภายในเพิ่มขึ้น



วันนี้เทคโนโลยีเข้าถึงง่ายขึ้นราคาถูกกว่าก่อนมาก
ถ้าเราเปิดใจรับเอามาพัฒนาการทำงาน เราจะได้ประโยชน์มาก

ลูกค้าต่างชาติโอกาสของประเทศไทย

ผลจากการปรับเปลี่ยนการทำงานโดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัย ทำให้ครีฟูลเป็นตัวเลือกลำดับต้น ๆ ของบริษัทข้ามชาติที่เข้ามาตั้งสำนักงานในประเทศไทย จนมีสัดส่วนลูกค้าต่างชาติเพิ่มขึ้นจากเดิมเพียง 30 เปอร์เซ็นต์ กลายเป็น 70 เปอร์เซ็นต์

“สำนักงานในประเทศไทยของบริษัท Apple, Facebook, Google มีความต้องการใหม่ ๆ ที่เราไม่เคยเจอมาก่อน ทำให้เราได้เรียนรู้และปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น วันนี้เราเลยเป็นที่รู้จักและยอมรับของลูกค้าต่างชาติมาก”

เอ็กยกตัวอย่างบริษัทเทคโนโลยีชื่อดังแห่งหนึ่ง ที่ครีฟูลเคยมีโอกาสได้ตกแต่งออฟฟิศให้สวยงามเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและพนักงาน วันนี้ลูกค้าเลือกให้เราตกแต่งห้องที่มีฟังก์ชันรองรับการทำงานของ Metaverse โดยให้พนักงานเลือกออกแบบตกแต่งห้องทำงานของตัวเองได้ งานนี้ถือเป็นความท้าทายใหม่ของครีฟูล ที่ต้องคิดและทำออกมาให้ตอบโจทย์ลูกค้าให้ได้

เรื่องนี้เป็นสิ่งที่เขาให้ความสนใจ โดยมองว่าธุรกิจรับเหมาตกแต่งภายในสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ไม่น้อย และเป็นธุรกิจหนึ่งในไม่กี่ประเภทที่สามารถผลักดันให้เกิดห่วงโซ่อุปทานขึ้นในประเทศไทย แรงงานที่ใช้เป็นคนไทย

“การที่เราเป็นบริษัทไทย และเข้าไปดูแลลูกค้าบริษัทต่างชาติ ทำให้เราได้รายได้จากต่างประเทศมาสร้างเศรษฐกิจในเมืองไทย”

เขาจึงอยากให้คนรุ่นใหม่หันมาสนใจและให้ความสำคัญกับธุรกิจนี้ เพราะหากไม่เข้ามาช่วยกันพัฒนา โอกาสทางธุรกิจจะตกเป็นของผู้รับเหมาชาวจีน สิงคโปร์ และประเทศอื่น ๆ ที่เข้ามาตั้งบริษัททำมาหากินในประเทศไทย สุดท้ายรายได้จะไหลออกนอกประเทศ

ผู้บริหารครีฟูลยังชี้ให้เห็นว่างานรับเหมาตกแต่งภายในช่วยสร้างรายได้ให้กับคนไทยจำนวนมาก คิดเป็นสัดส่วน 30-40 เปอร์เซ็นต์ ของอุตสาหกรรมก่อสร้างทั้งหมด และสร้างงานให้คนไทยจำนวนมาก โดยยกตัวอย่างเฉพาะบริษัทของเขาเดิมมีพนักงานเพียง 100 คน ปัจจุบันมีเพิ่มขึ้นเป็น 300 คน

สร้างสตาร์ทอัพเสริมธุรกิจหลัก

เขาวางเป้าหมายในอนาคตจะทรานส์ฟอร์มให้ครีฟูลเป็นบริษัทรับเหมาตกแต่งภายในที่ทำงานแบบดิจิทัลในทุกขั้นตอน เพราะเขามองเห็นแล้วว่าที่ผ่านมามีเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถสร้างประโยชน์ให้กับตัวเขา พนักงาน ลูกค้า และพาร์ทเนอร์ได้มากแค่ไหน

ในมุมมองของเขา อนาคตครีฟูลจะไม่ใช้บริษัทรับเหมาตกแต่งภายในเท่านั้น เขาวางแผนจะมีบริการรูปแบบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและรับเหมาตกแต่งภายในทั้งหมด เพื่อรองรับการเติบโตของบริษัทในวันข้างหน้า

“เราเห็นช่องโหว่ธุรกิจหลักว่าได้รับผลกระทบอะไรจากห่วงโซ่อุปทาน เราเอาเงินลงทุนส่วนหนึ่งไปพัฒนาเป็นสตาร์ทอัพ หรือสร้างบริษัทเล็ก ๆ เพื่อเติมเต็มให้กับห่วงโซ่อุปทานของเรา”

ผู้บริหารครีฟูลเปิดเผยไต่เต้าว่า บริษัทใหม่นี้จะดูแลด้านบัญชีให้แก่ผู้รับเหมารายย่อยที่เป็นพาร์ทเนอร์ของครีฟูล จำนวน 40 บริษัท ซึ่ง

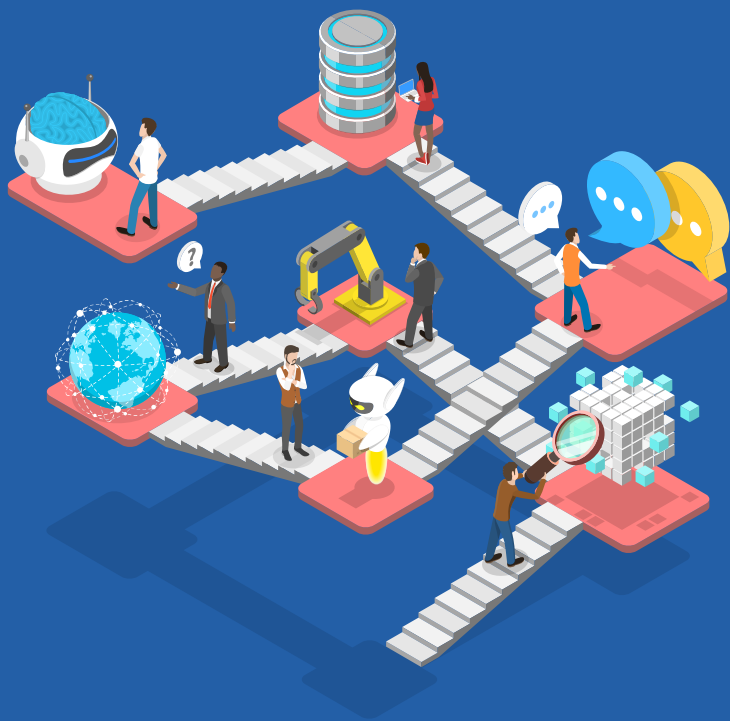
มักมีปัญหาเกี่ยวกับสรรพากรเพราะทำบัญชีไม่เป็น รวมทั้งรับทำบัญชีลูกค้ารายอื่น ๆ โดยพยายามผลักดันให้พนักงานขึ้นเป็นซีอีโอ ในขณะที่ตัวเขาทำหน้าที่แบ็กอัป เป็นกรรมการช่วยดูแล

“เราอยากให้พนักงานก้าวไปเป็นเจ้าของบริษัท โดยถือหุ้นในบริษัทใหม่ที่เขาส่งผลักดัน เพราะอยากให้พนักงานเติบโตในรูปแบบนี้”

นี่เป็นเป้าหมายสูงสุดที่เขาและทีมผู้บริหารตั้งใจไว้ นอกจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นแล้วยังยินดีที่จะผลิตสตาร์ทอัพเพื่อให้ห่วงโซ่อุปทานของบริษัทแข็งแกร่งขึ้น ตัวบริษัทก็ต้องเติบโตในแนวทางและวิถีของศรีฟูลงเองด้วย



CHAPTER



05

พชร อารยะการกุล

ภารกิจ
นำบริษัทที่ปรึกษาไทยไปสู่สากล

บลูบิก กรุ๊ป บริษัทที่ปรึกษา
ด้านดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชัน
สัญชาติไทย ที่มีความเชี่ยวชาญ
ด้านกลยุทธ์และเทคโนโลยี จาก
สตาร์ทอัพใช้เวลาเพียง 8 ปี
ก้าวขึ้นมาเป็นบริษัทมหาชนที่
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
MAI ในชื่อ BBIK ด้วยเป็นธุรกิจ
ดาวเด่นในยุคดิจิทัลทรานส์ฟอร์
เมชัน



พชร อารยะการกุล ประธาน
เจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท บลูบิกกรุ๊ป
จำกัด (มหาชน) หรือ Bluebik
หัวเรือใหญ่ผู้ก่อตั้งบริษัท บอกกับ
The Story Thailand ว่า เขาเป็น
คนที่หลงใหลในเทคโนโลยีมาตั้งแต่
เด็ก เริ่มต้นทดลอง เรียนรู้อะไร
หลาย ๆ อย่างด้วยความอยากรู้
อยากรู้อยากเห็น อยากทดลอง หัดเขียน
โปรแกรมตั้งแต่เรียนชั้นประถม

ประกอบกับแรงสนับสนุนของโรงเรียนส่งไปแข่งขันการเขียนโปรแกรม
และพัฒนาหุ่นยนต์ ทำให้เขามุ่งมั่นเข้าเรียนสาขาวิชาวิศวกรรม
คอมพิวเตอร์ จนจบปริญญาตรีคณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

จากที่ปรึกษาไอทีสู่กลยุทธ์ธุรกิจ

หลังเรียนจบเข้าทำงานเป็นที่ปรึกษาด้านไอทีที่บริษัท ไพร์ซฮอเทอร์
เฮาส์คูเบส หนึ่งในสี่ยักษ์ใหญ่แห่งธุรกิจตรวจสอบบัญชีและการให้คำ
ปรึกษาระดับโลก ใช้ความรู้ด้านเทคโนโลยีเข้าไปช่วยปรับปรุงระบบไอที
ให้กับลูกค้า ได้ทำงานร่วมกับองค์กรธุรกิจชั้นนำในหลายอุตสาหกรรม
ทั้งธุรกิจธนาคาร ประกันภัย ธุรกิจค้าปลีก ทำให้เกิดความสนใจศาสตร์
ด้านการบริหารธุรกิจ จึงมุ่งหน้าไปเรียนต่อปริญญาโท MBA ที่ Kellogg
School of Management ประเทศสหรัฐอเมริกา

ช่วงสองปีที่โรงเรียนธุรกิจชั้นนำของโลก เขาได้เห็นวาทะการสร้าง
คุณค่าให้กับตลาดและลูกค้าอย่างไร ในการบริหารธุรกิจมีปัจจัย
สำคัญอะไรบ้างที่จะทำให้แต่ละธุรกิจประสบความสำเร็จ ที่สำคัญเขา
ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการวางกลยุทธ์ทางธุรกิจต่าง ๆ จากการสอนและการ
ถ่ายทอดประสบการณ์ของผู้บริหารองค์กรชั้นนำมากมายที่มาเป็น
อาจารย์พิเศษ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนกับเพื่อนร่วมชั้นที่มาจากต่าง
สาขาอาชีพจากหลากหลายประเทศ ทำให้เกิดความสนใจในงานที่ปรึกษา
ด้านกลยุทธ์เป็นพิเศษ

ทุกบริษัทที่จะทำกลยุทธ์ให้ตัวเองชนะ
ล้วนต้องเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีเสมอ
และเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดของทุกองค์กรธุรกิจในยุคนี้

เมื่อเรียนจบการบริหารธุรกิจ เขาเลือกทำงานกับบริษัทที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์ธุรกิจระดับโลก Boston Consulting Group การทำงานนี้ได้เปิดมุมมองด้านธุรกิจให้กว้างและลึกยิ่งขึ้นจากการได้ทำงานกับผู้บริหารระดับ C Level ของบริษัท Top 500 ของโลกในหลายประเทศ ซึ่งบริษัทเหล่านี้ล้วนต้องเผชิญกับความท้าทายด้านการแข่งขันสูงมาก

จึงต้องมีการพัฒนาองค์กรให้สามารถเอาชนะคู่แข่งและยืนหยัดในสังเวียนของการแข่งขันให้ได้ ทำให้ทุกบริษัทมียุทธศาสตร์หนึ่งที่สำคัญมากนั่นคือ “ดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชัน” (digital transformation)

“เทคโนโลยีและธุรกิจใกล้ชิดกันมากกว่าที่คิด ทุกบริษัทที่จะทำกลยุทธ์ให้ตัวเองชนะ ล้วนต้องเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีเสมอ และเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดของทุกองค์กรธุรกิจในยุคนี้”

พชรกล่าวว่า เมื่อเห็นภาพที่บริษัทชั้นนำระดับโลกต่างมุ่งเน้นเชื่อมโยงระหว่างเทคโนโลยีและธุรกิจเข้าด้วยกัน ทำให้เขาเชื่อมั่นว่าหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนธุรกิจไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคงก็คือ การทำดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชัน และเทคโนโลยีจะเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดของการทำธุรกิจ จึงเกิดความคิดออกมาตั้งบริษัทของตนเอง ให้ชื่อว่า Bluebik ซึ่งมาจากคำสองคำรวมกัน Blue Ocean Strategy กับ Rubik Cube นั่นก็คือ การแก้ปัญหาโดยนำวิธีการใหม่ ๆ กลยุทธ์ใหม่ ๆ เข้ามาช่วยลูกค้า

ดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันครบวงจร

บลูบิก กรุ๊ป เริ่มต้นจากการเป็นสตาร์ทอัพที่ผ่านการลองผิดลองถูกมามาก จากช่วงแรกเน้นการติดตั้งซอฟต์แวร์ เปลี่ยนมาทำเทคโนโลยีเป็นของตัวเอง และเข้าไปลงทุนในสตาร์ทอัพ ก่อนจะก้าวขึ้นมาเป็น

บริษัทที่ปรึกษาด้านดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันครบวงจรที่ได้รับการยอมรับอย่างในทุกวันนี้

ทุกองค์กรตื่นตัวและเริ่มลงมือเปลี่ยนแปลงอย่างเข้มข้น
อย่างน้อยอีก 5 ปี จะเห็นการทำดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันเต็มรูปแบบ

พชรขยายความว่า การทำดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันเป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามาขับเคลื่อนองค์กรในมิติต่าง ๆ ทั้งในกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น การเพิ่มศักยภาพของพนักงานด้วยการใช้เทคโนโลยี การปรับกลยุทธ์รูปแบบธุรกิจให้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเพื่อการเพิ่มกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและการเข้าไปในตลาดใหม่ ๆ ได้มากยิ่งขึ้น

จากการลงมือปฏิบัติจริง เขาได้เรียนรู้ว่าไม่มีสิ่งไหนสำคัญที่สุดทุกอย่างสำคัญเท่ากัน และมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันหมดตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ นับตั้งแต่การวางกลยุทธ์จนกระทั่งการนำมาใช้ในการดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ จนปรับเป็นธุรกิจที่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ครบทุกมิติ

“งานทุกอย่างสำคัญ ตั้งแต่การวางกลยุทธ์ที่ถูกต้อง การเลือกทีมที่จะมาลงมือทำ การเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การติดตั้งระบบเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด สุดท้ายบลูบิกปรับโมเดลธุรกิจจนเชื่อมั่นว่าเป็นกระบวนการที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้ดี คือ การเป็นที่ปรึกษาเรื่องดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันแบบครบวงจร ช่วยลูกค้าตั้งแต่การวางกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ ไปจนถึงการติดตั้งระบบไอทีที่มีความซับซ้อนสูง รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ บล็อกเชน และการบริหารจัดการทั้งหมด”

เขากล่าวว่า ในการทำงานบลูบิกมีจุดมุ่งหมายตอบโจทย์ผู้มี



การทำ
ดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชัน
ไม่ใช่เรื่องที่จะทำจบ
ในครั้งเดียว
ต้องปรับปรุง
ให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ
ในทุก 3 ปีหรือ 5 ปี



พชร อารยะการกุล



ส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย ไม่เพียงช่วยให้ลูกค้าเติบโตและเพิ่มผลกำไร สร้างผลตอบแทนที่ดีในการลงทุนแก่ผู้ถือหุ้นเท่านั้น ที่สำคัญจะต้องหาวิธีการ กลยุทธ์ที่ดีที่สุดที่ทำให้บริษัทเกิดความแตกต่างและเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

นอกจากนี้ยังจะต้องช่วยให้พนักงานขององค์กรลูกค้าสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยลดขั้นตอนและวิธีการทำงานที่ซับซ้อน ลดความผิดพลาดในการทำงาน รวมทั้งคำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม เช่น นำเทคโนโลยีเข้าไปช่วยลดปริมาณคาร์บอน ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อปลายทางสุดท้ายของการสร้างความยั่งยืนให้แก่องค์กรในทุกมิติ

เปลี่ยนลูกค้าเป็นพันธมิตรร่วมทุน

หลายปีที่ผ่านมา บลูบิค กรุ๊ป เติบโตอย่างต่อเนื่องจากความต้องการด้านดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันที่เพิ่มขึ้นขององค์กรขนาดใหญ่ โดยมีลูกค้าเป็นบริษัทชั้นนำใน 4 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจการเงิน ประกันภัย เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และกลุ่มอื่น ๆ เช่น อาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจพลังงาน เป็นต้น จนสามารถเข้าระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์ MAI ได้สำเร็จในปี 2021

ผู้บริหารบลูบิคบอกว่า เขายังมีเป้าหมายที่ทำนายสู่การเป็นธุรกิจชั้นนำระดับโลก ด้วย 3 เป้าหมายสำคัญ เป้าหมายแรก คือ การยกระดับธุรกิจที่ปรึกษาดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันซึ่งเป็นธุรกิจหลักไปสู่ระดับสากลด้วยการหากลยุทธ์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาเสริมให้บริการมีความหลากหลายมากขึ้น ตอบโจทย์ลูกค้าองค์กรที่มีการแข่งขันสูงขึ้นบนเวทีระดับโลก และขยายฐานลูกค้าจากบริษัทขนาดใหญ่สู่บริษัทขนาด

กลางในประเทศไทย รวมถึงบริษัทขนาดใหญ่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยร่วมมือกับพันธมิตรต่างประเทศ

เป้าหมายที่สองคือ สร้างบลูบิคให้เป็นมากกว่าบริษัทที่ปรึกษา โดยเปลี่ยนลูกค้าเป็นพันธมิตรธุรกิจผ่านการร่วมทุน ดังกรณีการร่วมทุนกับบริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) หรือไออาร์ ผ่านบริษัท มอดูลัส เวเนเจอร์ จำกัด ที่ไออาร์ถือหุ้น 100 เปอร์เซ็นต์ จัดตั้งบริษัทใหม่ชื่อ “บริษัท ออร์บิท ดิจิทัล จำกัด” หรือ ORBIT Digital ในสัดส่วนหุ้นบลูบิค 60 มอดูลัส 40 เพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และต่อยอดสู่การขยายธุรกิจใหม่ในอนาคต ตลอดจนสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการพัฒนาธุรกิจดิจิทัลให้ไออาร์ โดยอาศัยจุดแข็งจากแพลตฟอร์มธุรกิจของ ไออาร์ ทั้งฐานลูกค้า Blue Card เครือข่าย PTT Station และร้านกาแฟ Café Amazon ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ

เขาตั้งเป้าว่าภายใน 5 ปี จะใช้รูปแบบการร่วมลงทุนเพื่อสร้างธุรกิจใหม่กับลูกค้าองค์กรขนาดใหญ่ที่เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมอื่น ๆ จนเกิดมีธุรกิจที่อยู่ใน portfolio มากขึ้น

นอกจากนี้ ยังมีแผนจะพัฒนาเทคโนโลยีของตัวเอง เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาตอบโจทย์ธุรกิจที่มีช่องว่างในตลาด ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทยด้วยการสร้างทรัพย์สินทางปัญญา สร้างมูลค่าจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำธุรกิจที่ตอบโจทย์ตลาด

“การขยายธุรกิจจากบริษัทที่ปรึกษามาเป็นพันธมิตรและหุ้นส่วนธุรกิจกับลูกค้า และการเป็นผู้สร้างเทคโนโลยีเอง มาจากฐานความเชี่ยวชาญของบลูบิค และความเชื่อว่าทรัพยากรบุคคลในประเทศไทยมีความสามารถสร้างเทคโนโลยีไปแข่งขันกับบริษัทต่างชาติได้”

เป้าหมายแรก
คือยกระดับ
ธุรกิจที่ปรึกษา
ดิจิทัล
ทรานส์ฟอร์มชัน
ซึ่งเป็นธุรกิจหลัก
ไปสู่ระดับสากล



เป้าหมายสูงสุด Portfolio Company

เป้าหมายที่สาม เป็นเป้าหมายสูงสุดของบลูบิค กรุ๊ป

ภายในเวลา 10 ปีจะเห็นภาพการเป็นบริษัท

portfolio company เป็น venture builder

ที่มีรายได้จากการถือหุ้นในบริษัทที่แข็งแกร่งในอุตสาหกรรมต่าง ๆ

พชรบอกว่า “อยากทำให้บลูบิคเป็นเหมือนบริษัท Alphabet บริษัทแม่ของ Google ที่ลงทุนและสร้างธุรกิจใหม่ ๆ ซึ่งจะสร้างการเติบโตได้เป็นหลาย ๆ เท่า”

เขาแสดงความเชื่อมั่นว่า แม้บลูบิคจะไม่ได้เริ่มต้นจากการเป็นบริษัทเทคโนโลยีที่สร้างผลิตภัณฑ์ดิจิทัลมาตั้งแต่ต้นเหมือน Google แต่บลูบิคเริ่มจากการทำงานกับบริษัทชั้นนำในหลายอุตสาหกรรมทำให้มองเห็นปัญหาในแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นโอกาสในการนำเทคโนโลยีเข้าไปตอบโจทย์อีกมาก และสามารถใช้ความได้เปรียบจากธุรกิจดั้งเดิมที่เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมได้

โอกาสดังกล่าวคือ ดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันกลายเป็นสิ่งสำคัญที่สุดขององค์กรยุคนี้ เพราะเป็นการสร้างโครงสร้างทางดิจิทัลขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นแอปพลิเคชัน ระบบจัดการภายในที่เป็นดิจิทัล ระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ หรือการใช้ปัญญาประดิษฐ์

“วันนี้ไม่มีองค์กรใดไม่รู้จักแอปพลิเคชัน ระบบการจัดการข้อมูล Big data และ AI ที่เป็นตัวช่วยสำคัญในการตัดสินใจของทุกธุรกิจ ทุกองค์กรตื่นตัวและเริ่มลงมือเปลี่ยนแปลงอย่างเข้มข้น อย่างน้อยอีก 5 ปี จะเห็นการทำดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันเต็มรูปแบบ และหลังจาก

นั้นจะมีการพัฒนาต่อไปในเทคโนโลยีขั้นสูงมากขึ้น” พชรกล่าวยืนยัน

พชรกล่าวเสริมว่า จากประสบการณ์ทำงานร่วมกับบริษัทขนาดใหญ่ในอุตสาหกรรมชั้นนำต่าง ๆ ทำให้เห็นลึกลงไปถึงปัญหาของแต่ละอุตสาหกรรม จนสามารถมองเห็นโอกาสหลาย ๆ อย่างที่สามารถนำเอาเทคโนโลยีไปตอบโจทย์และสร้างความได้เปรียบให้ธุรกิจในประเทศและโอกาสในอุตสาหกรรมที่ตนเองอยู่ทั้งระดับประเทศ ภูมิภาคและระดับโลก ผสานกับการนำเมกะเทรนด์ใหม่ ๆ มาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์รวมถึงการสร้างเป็นธุรกิจใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าการเติบโตอย่างมีศักยภาพจนเกิดความยั่งยืนทางธุรกิจ แล้วนำผลกำไรที่ได้กลับไปลงทุนสร้างอุตสาหกรรมใหม่ หรือ new s-curve

“หลังจากนั้นยังจำเป็นต้องพัฒนานำเทคโนโลยีใหม่ที่ล้ำสมัยเข้ามามีบทบาทในธุรกิจ เพราะการทำดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันไม่ใช่เรื่องที่จะทำจบในครั้งเดียว ต้องปรับปรุงให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ ในทุก 3 ปี หรือ 5 ปี เพื่อให้ธุรกิจสามารถตอบโจทย์ stakeholders และตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงไปตามเมกะเทรนด์ใหม่ ๆ และสุดท้ายอาจไม่ใช่แค่การพัฒนาปรับปรุงเทคโนโลยีให้ทันสมัยเพียงอย่างเดียว ต้องรวมไปถึงเรื่องของการพัฒนาศักยภาพคน เรื่องการสร้างสังคมและสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นด้วย”

ปัจจัยความสำเร็จคือทีมงาน

ช่วงเวลา 8 ปีที่ บลูบิค กรุ๊ป เติบโตจากการลองผิดลองถูกกลายเป็นบริษัทที่ปรึกษาดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันดาวเด่น และเป็นบริษัทมหาชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์รายแรกของธุรกิจที่ปรึกษาของไทย มีอะไรเป็นปัจจัยของความสำเร็จ

พชรบอกว่าโดยส่วนตัวเขาเป็นคนที่ชอบการแก้ปัญหา ชอบทำในสิ่งที่ปัจจุบันยังดีไม่พอให้ดียิ่งขึ้นไปอีก และที่สำคัญเขามีความเชื่อว่าปัญหาทุกอย่างในธุรกิจสามารถแก้ไขได้ ทำให้เป็นจุดเริ่มต้นของการชอบเป็น “ที่ปรึกษา” และเข้ามาเป็นพันธมิตรกับองค์กรใหญ่ที่มีศักยภาพสูงแต่อาจจะยังใช้ศักยภาพเหล่านั้นได้ไม่เต็มที่

ส่วนปัจจัยสำคัญในความสำเร็จของบลูบิคคือ การมีผู้ร่วมก่อตั้งที่ดี มีทีมบริหารที่แข็งแกร่ง เห็นวิสัยทัศน์ชัด มองไปข้างหน้าตลอดเวลาในทิศทางเดียวกัน เวลาเจอปัญหาจะไม่สงสัยในสิ่งที่ทำว่าถูกต้องหรือไม่ เพราะเชื่อว่าสิ่งที่เดินมาถูกต้อง แต่จะพยายามหาวิธีแก้ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นมากกว่า

“การมีกลุ่มผู้ร่วมก่อตั้งที่แข็งแกร่ง ทำให้เกิดปัจจัยความสำเร็จอื่น ๆ ตามมา เช่น การมีทีมงานที่ดีจะดึงดูดให้คนเก่งเข้ามาร่วมสร้างผลงานที่ดีให้กับลูกค้า ให้กับประเทศ ทำให้ปัจจุบันสามารถดึงดูดบุคลากรที่ดีมีคุณภาพเข้าร่วมงานได้มากขึ้น”

เขาตอบย้ำให้เห็นว่า “คน” เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ปรึกษา “ธุรกิจต้องรันด้วยคน การที่มีคนที่ดีที่เก่งและมีวิสัยทัศน์ที่เหมือนกัน ทำให้บลูบิคสามารถเติบโตได้รวดเร็ว”

อย่างไรก็ดี เขาเชื่อว่าคนที่สำคัญที่สุดในองค์กรคือผู้นำ ผู้นำที่ดีต้องเป็นแบบอย่างที่ดี เรียกว่าต้อง lead by example การมีผู้นำที่สามารถเป็นต้นแบบวิธีคิดและวิธีการ จะทำให้เกิดผลกระทบกับองค์กรในภาพรวม ซึ่งเป็นหลักการที่เขาใช้มาโดยตลอด และถ่ายทอดไปยังการให้คำปรึกษากับลูกค้า

“นิยามของความสำเร็จของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ยังมีอีกหลายสิ่งที่ต้องทำเพื่อให้ไปถึงเป้าหมาย สิ่งที่เราทำผ่านมามีคือ เดินหน้ามาตลอดไม่มีคำว่าถอยหลัง ทุกการตัดสินใจและความผิดพลาดทำให้

เกิดการเดินหน้าได้ดีขึ้นทุกครั้ง”

ผู้บริหารบลูบิคสรุปว่า มี 3 สิ่งที่ทำให้เขาเดินมาได้ไกลและยังต้องเดินต่อ สิ่งแรกคือ ต้องมีภาพปลายทางที่ชัด ต้องรู้ว่าจะเดินไปทิศทางไหน ความสำเร็จนิยามด้วยคำว่าอะไรบ้าง สิ่งต่อมาคือ จะต้องรายล้อมด้วยสภาพแวดล้อมที่ดี จะต้องไม่พาตัวเองเข้าไปอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ทำให้เกิดความสงสัยในสิ่งที่ทำ และสิ่งสุดท้าย จะต้องมีความพยายามทุกคนที่ประสบความสำเร็จล้วนทำงานอย่างเต็มที่และทุ่มเทกับเรื่องที่ทำจริงจัง เพื่อได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ

ณ วันนี้บลูบิคประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ทว่ายังมีพันธกิจที่ยอยากทำให้สำเร็จมากขึ้นคือ การสร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นกับบริษัทไทยในเวทีโลก เขาอยากจะมีส่วนในการช่วยให้บริษัทลูกค้าแข่งขันได้ และกลายเป็นหนึ่งในผู้นำในอุตสาหกรรมระดับโลก รวมถึงการผลักดันให้บลูบิคเป็นที่ยอมรับของบริษัทชั้นนำในประเทศ และมีศักยภาพแข่งขันในตลาดโลกได้



CHAPTER



06

เมธาวิ ทักษนาเสถียรกิจ

ผู้ขับเคลื่อนเทคโนโลยี AI
ด้วยพลังคนพิการ

เรียนจบนิติศาสตร์ ใคร ๆ ก็คาดหวังที่จะทำงานอาชีพทนาย ผู้พิพากษา หรือ พนักงานอัยการ แต่สำหรับ “จูน” นิติศาสตร์บัณฑิต ลูกแม่โดมเธอเลือกทำงานสายเทคโนโลยีที่ไม่ได้ร่ำเรียนมา เพื่อช่วยเหลือสังคมด้วยวิธีการเพิ่มคุณค่าให้แก่คนพิการให้มีโอกาสเท่าเทียมกับคนปกติ ทำให้พวกเขาเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมไอเทคที่จะช่วยผลักดันประเทศไทย

Vulcan Coalition

เมธาวิ ทัศนาศาสตร์กิจ หรือ “จูน” ผู้ก่อตั้ง และซีโอโอ บริษัท วุลแคน โคอะลิชั่น จำกัด (Vulcan Coalition) สตาร์ทอัพ deep tech ด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI) เล่าว่า สมัยเรียนปริญญาตรี คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีโควตาให้คนพิการสอบเข้ามาเรียน จึงเป็นจุดเริ่มต้นทำให้เธอมีเพื่อนนักศึกษาที่เป็นคนพิการ

“เราได้เห็นว่าเพื่อน ๆ เจอปัญหาขาดสื่อการเรียนรู้สำหรับคนพิการ เราคิดว่าถ้ามีระบบอะไรที่ช่วยให้คนพิการสามารถเข้าถึงสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเอง ก็น่าจะช่วยให้พวกเขาเรียนจบได้มากขึ้น”

บางคนตาบอดไม่มีเพื่อนอ่านหนังสือให้ฟังก็ยากที่จะเรียนจบ

นอกจากเรียนดีและขยันแล้ว

ที่สำคัญยังต้องมีคนคอยช่วยเหลือ

สมัยเรียนจูนได้เข้าร่วม AIS Digital Playground โครงการที่ AIS นำดิจิทัลแพลตฟอร์มต่าง ๆ มาให้นักพัฒนาเข้ามาทดสอบเชื่อมต่อจนเธอได้รับรางวัลชนะเลิศ และมีโอกาสเข้าไปทำงานด้านการตลาดออนไลน์ให้กับ AIS ขณะเดียวกันเธอยังทำงานด้านสังคมควบคู่กันในโปรเจกต์ ชื่อ Guide Light ออกแบบระบบการเรียนรู้ รวบรวมสื่อการเรียนรู้ในรูปแบบที่คนพิการ คนตาบอด สามารถเข้าถึงได้ โดยได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

“ตอนนั้นคิดว่าถ้าทำ Guide Light จะช่วยให้เพื่อนตาบอดสามารถเรียนจบได้มากขึ้น พอเรารวบรวมสื่อการเรียนรู้ที่ทำไปให้เขาใช้ ผลก็คือช่วยเขาได้จริง ๆ เรายังมีโอกาสไปพูดคุยกับคนพิการหลายกลุ่ม ทำให้เห็นว่าคนพิการมีความสามารถเหมือนคนปกติ ถ้าเขามีสื่อการเรียนรู้ที่เข้าถึงได้”

อีกเรื่องที่สร้างผลสะท้อนให้กับเธอ เพื่อนกลุ่มหนึ่งเรียนดี แต่ต้องออกจากระบบการศึกษาเนื่องจากครอบครัวไม่สนับสนุนให้เรียน แม้พวกเขาจะเรียนฟรี แต่ก็ยังมีค่าใช้จ่ายส่วนอื่น ๆ ผู้ปกครองจึงอยากให้ออกมาทำงานหาเงิน เอาเงินไปส่งเสียลูกที่ไม่พิการให้ได้เรียนหนังสือเพื่ออนาคตจะได้มีงานที่ดีทำจะดีกว่า

เห็นเช่นนี้เธอจึงกลับไปศึกษากฎหมาย พบว่าประเทศไทยมีมาตรการกฎหมายที่ช่วยเรื่องการจ้างงานคนพิการคือ มาตรา 33 ให้สถานประกอบการและหน่วยงานของรัฐรับคนพิการเข้าทำงาน ในอัตราส่วน 100 : 1 คือกฎหมายกำหนดให้ต้องจ้างคนพิการ 1 คนต่อลูกจ้าง/เจ้าหน้าที่ 100 คน มาตรา 34 หากสถานประกอบการไม่ได้รับคนพิการเข้าทำงานตามจำนวนที่กำหนด ให้ส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ จำนวนเท่ากับค่าแรงขั้นต่ำครั้งล่าสุดในปีก่อนคุณ 365 (วัน) คุณจำนวนคนพิการที่ไม่รับเข้าทำงาน คิดเป็นค่าแรงเฉลี่ยเดือนละ 9,520 บาท หรือประมาณ 1 แสนบาทต่อปี

แต่มีข้อยกเว้น มาตรา 35 ในกรณีที่หน่วยงานไม่ประสงค์จะรับคนพิการเข้าทำงานตามมาตรา 33 หรือไม่ประสงค์จะส่งเงินเข้ากองทุนฯ ตามมาตรา 34 สถานประกอบการต้องดำเนินการให้สัมปทาน จัดสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการ จัดจ้างเหมาช่วงงานหรือจ้างเหมาบริการด้วยวิธีพิเศษ ผูกงาน จัดให้มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวก จัดให้มีล่ามภาษามือ หรือให้ความช่วยเหลืออื่นใดแก่คนพิการหรือผู้ดูแลคนพิการ

กั๊งงานประจำ อุทิศเวลาทำโปรเจกต์เพื่อสังคม

หลังจากทำงานที่ AIS ควบคู่กับ Guide Light ได้ประมาณหนึ่งปี จูนรู้สึกว่าการต้องการทำโปรเจกต์เพื่อช่วยเหลือคนพิการจริงจัง ต้องใช้เวลาในการทำวิจัยสูงมาก เขาจึงตัดสินใจลาออกจาก AIS

“พอเราเรียนจบ ได้เห็นว่ายังมีน้อง ๆ อีกมากที่ยังเรียนอยู่ และมีปัญหาเดียวกันกับเพื่อนเรา ตอนนั้นจึงคิดเลยว่าอยากทำอะไรบางอย่างช่วยให้คนกลุ่มนี้เข้าถึงสื่อการเรียนได้ดีขึ้น เพราะการที่คนตาบอดจะ

สอบเข้ามหาวิทยาลัยได้ไม่ใช่เรื่องง่าย ถ้าเราช่วยตรงนี้ได้ ก็ทำให้เขาเรียนจบได้ เหมือนพลิกชีวิตให้เขา”

คอนเซ็ปต์ของ Guide Light คือระบบนิเวศที่ช่วยให้คนพิการสามารถเรียนจบมหาวิทยาลัยได้ด้วย 3 ปัจจัย หนึ่ง การทำสื่อการเรียนที่คนพิการเข้าถึงได้ในรูปแบบต่าง ๆ สอง การมีบัดดี้ช่วยเหลือคนพิการขณะเรียน และสาม การสร้างอาชีพให้แก่คนพิการระหว่างเรียน

“Guide Light เหมือน Social Project Base เป็นองค์กรเพื่อสังคมที่ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากสสส. เป็นระบบนิเวศของการเรียน มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้คนพิการเข้าถึงการเรียน มี material การเรียน มีเพื่อนที่จะช่วยกันเรียน เพื่อแก้ไข pain point ที่เจอตอนแรกว่าทำไมคนพิการถึงออกจากระบบกลางคัน”

แต่ Guide Light มีข้อจำกัด 2 เรื่อง หนึ่ง ไม่สามารถขยายขอบเขตงานไปได้เท่าที่ควร เนื่องจากข้อจำกัดในการสร้างรายได้ สอง ไม่สามารถจ้างคนพิการในหมู่่มาก เพราะเป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรจะจ้างคนพิการหลักร้อยมาทำอะไร เธอรู้สึกไม่เห็นช่องทาง

จุดเริ่มต้นของ Vulcan

จนครั้งหนึ่งเธอไปงานสัมมนาที่ประเทศสิงคโปร์ ได้พบกับ นิรันดร์ ประวิทย์ธนา ซึ่งปัจจุบันเป็นประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคโนโลยี (CTO) ของ Vulcan เขาเป็นนักวิทยาศาสตร์ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ผู้ก่อตั้ง Ava Advisory กำลังประสบปัญหาขาดคนจัดเตรียมข้อมูลสำหรับสร้าง AI ให้กับธุรกิจ ประกอบกับเวลานั้นเธอรู้จักคนพิการที่ต้องการหางานทำอยู่หลายคน จึงสอบถามว่าคนพิการสามารถทำงานด้านจัดเตรียมข้อมูลอะไรได้บ้าง จนกลายเป็นจุดเริ่มต้นของ Vulcan Coalition



พวกเขา
มีข้อจำกัดบางอย่าง
ที่ต้องเข้าใจ
สิ่งที่ Vulcan ทำ
คือคุยกับพนักงานว่า
ข้อจำกัดของคุณ
คืออะไร
แล้วหาวิธีการ
ทำงานร่วมกัน



เมธาวิ ทัศนาศิษยาภิบาล



“เริ่มแรกเราทำแพลตฟอร์มให้คนตาบอดทดลองทำตัวข้อมูลเสียง เพื่อดูว่าถ้าทำแพลตฟอร์มที่คนตาบอดใช้ได้คือ screen reader บนหน้าจอโน้ตบุ๊ก เขาจะอ่านทุกอย่างได้ แพลตฟอร์มนี้ออกแบบให้คนตาบอดใช้งานได้ แต่เขาจะทำงานต่อได้หรือไม่ นี่คือสมมติฐานแรกที่เราลองทำไปด้วยกัน”

หลังจากนั้นจนได้ “เต๋” ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายวิจัย CRO คนปัจจุบันของ Vulcan มาดูแลเรื่องการทำวิจัย โดยได้รื้อน้องคนตาบอดที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 30 คนเริ่มทดลองใช้งาน 7 เดือน เพื่อดูว่าพวกเขาสามารถทำงานได้หรือไม่ ผลปรากฏว่าทำได้และทำได้ดี ด้วยความเร็วที่มากกว่าคนปกติ 1.5 ถึง 2 เท่า

“เรามีไฟล์เสียง คนตาบอดจะใช้คอมพิวเตอร์ของเขา เมื่อเปิดโปรแกรมสำหรับ accessibility โปรแกรมจะอ่านให้ฟังว่ามีอะไรอยู่บนหน้าจอ จากนั้นเขาจะใช้ปุ่ม shortcut แทน ยกตัวอย่าง ถ้าเปิดโปรแกรม Zoom ในโปรแกรมจะบรรยายหน้าจอว่ามีปุ่มอะไรบ้าง ให้เขากด จากนั้นคนตาบอดจะกด Enter ที่ปุ่มที่เขาได้ยิน”

คนพิการคือผู้สร้างสมองให้ AI

โปรแกรมนี้กำลังสอนให้ AI สามารถอ่านออกเขียนได้ คนตาบอดทำหน้าที่เหมือนคุณครู ที่วันนี้บอกว่า ก.ไก่บวกสระอา ต้องอ่านว่า กา แต่วิธีการสอนของเขาคือการที่เขาฟังเสียงแล้วพิมพ์ตามที่เขาได้ยิน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็น data set ไว้ไปใช้ในการสอน AI

หน้าที่ของ AI คือจับคู่เสียงกับข้อความ เสียงนี้ข้อความคืออะไร เป็น Speech-to-Text คล้ายกับเวลาพูดในแอปพลิเคชัน LINE และ LINE พิมพ์ออกมาเป็นข้อความ ในขณะเดียวกัน AI ก็จะทำหน้าที่กลับ

กันว่าข้อความนี่คือเสียงอะไร เป็น Text-to-Speech

“เรามีทีม AI scientist ที่ทำ AI model เหมือนทำสมองของ AI ส่วนที่คนพิการทำคือชุดข้อมูลเพื่อใช้สอน AI ซึ่งในที่นี้ชุดข้อมูลเป็นรูปแบบเสียง คนพิการจะพิมพ์ตามเสียงที่ได้ยิน แพลตฟอร์มตัวนี้ output คือชุดข้อมูลที่เป็นก้อนจับคู่กัน จากนั้น AI scientist จะนำข้อมูลตัวนี้ไปใส่ในสมองของ AI เพื่อให้ประมวลผล”

เธอบอกว่า งานนี้เป็น fixed cost ที่ไม่มีบริษัทไหนสามารถลงทุนจ้างคนให้ทำงานตรงนี้พร้อมกันเพื่อให้ได้ข้อมูลที่รวดเร็วและมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ ซึ่งงานสร้าง AI มีข้อมูลยิ่งมากเท่าไร ยิ่งมีประสิทธิภาพมากเท่านั้น

“ลองจินตนาการว่าถ้าบริษัทต้องการข้อมูลสำหรับทำ Text-to-Speech 1 ล้านชุด ภายใน 2 เดือน คงไม่มีบริษัทไหนกล้าจ้างคน 100 คนพร้อมกัน เพื่อมาทำงานนี้ อย่างกรณี Vulcan Coalition มีเครือข่ายคนพิการ 600 คน คูณ 9,520 บาทต่อเดือน จะเป็นค่าใช้จ่ายมหาศาล”

ศักยภาพคนพิการที่เรา (อาจ) ไม่เคยรู้

คนพิการมีอวัยวะบางส่วนที่หายไป

ซึ่งจะถูกเติมเต็มด้วยส่วนอื่นให้มีความพิเศษยิ่งขึ้น

การโอนถ่ายพื้นที่ของสมองในส่วนอวัยวะที่พิการ เพื่อช่วยอวัยวะที่ไม่พิการ (Brand Rewired) การใช้ประสาทสัมผัสอื่นทดแทนประสาทสัมผัสที่พิการซ้ำ ๆ ส่งผลให้คนพิการแต่ละประเภทมี “ศักยภาพเฉพาะ” ที่โดดเด่นกว่าคนไม่พิการ

“วันนี้ถ้าให้คนทั่วไปฟัง podcast ด้วยความเร็ว 2 ถึง 3 เท่า แล้ว

พิมพ์ข้อความตาม หลายคนอาจฟังไม่ทัน และฟังไม่รู้เรื่อง แต่คนตาบอดสามารถทำได้ ล่าสุดยังมีฟีดแบ็กจากแพลตฟอร์มกลับมาว่า ช่วยเพิ่มความเร็วให้หน่อย ให้เขาเลือกความเร็วได้มากกว่านี้ คือเขาสามารถฟังได้เร็วมาก ๆ” เธอยกตัวอย่าง

ทฤษฎี Brain Rewind บอกเอาไว้ว่าสมองส่วน Auditory Cortex ของคนพิการที่มีไฝฟังใหญ่กว่าสมองคนปกติ เพราะสมองส่วนนั้นถูกควบคุมจากเปลือกสมองส่วนการเห็น (Visual Cortex) เนื่องจากสมอง 2 ส่วนนี้อยู่ชิดกัน ถ้าไปถามคนพิการทางสายตา เขาจะมองว่าการที่เขาต้องใช้ชีวิตกับการฟัง เหมือนการใช้คอมพิวเตอร์ ถ้าเขาฟังด้วยความเร็วของเรา การค้นหาหรือเล่น Facebook จะช้ามาก คือเขาหลับตาแล้ว navigate ด้วยการฟัง ฉะนั้นเขาต้องปรับทุกอย่างให้เร็วขึ้น แค่ฟังพอรู้เรื่อง และเขาก็กดปุ่มเลือกต่าง ๆ ได้ บางคนใช้มาตั้งแต่อายุ 10 กว่าปี เลยไม่แปลกที่เขาจะฟังได้เร็ว

“นี่เป็นทักษะที่ทำให้คนพิการดูเหนือกว่าคนธรรมดา ดังนั้นการทำชุดข้อมูลให้ AI ได้เรียนรู้ในปริมาณมาก ๆ ในระยะเวลาสั้น จึงเป็นงานที่เหมาะสมกับกลุ่มคนพิการทางสายตา”

จนบอกว่า พอได้ทำงานกับคนพิการ จึงรู้วิธีออกแบบแพลตฟอร์มให้คนพิการใช้งานได้ ปีที่ผ่านมา Vulcan มีคนพิการเกือบ 600 ราย หน้าที่ของเธอคือทำอะไรให้คนพิการกลุ่มนี้ทั้งหมดสามารถทำงานจากที่บ้านได้ตามเป้าที่กำหนดไว้

ผู้พิการทางหูและออทิสติกก็ทำงานได้

เมื่อเห็นว่าคนพิการทางสายตาที่เข้ามาทำหน้าที่สร้างชุดข้อมูลเพื่อส่งให้สมองของ AI ทำงานได้ Vulcan ก็ขยายโอกาสให้กับคนพิการ

ทางหู และออทิสติก ซึ่งกลุ่มคนหูหนวกสามารถมองเห็นในระยะกว้าง และมองรายละเอียดได้ดีกว่าคนทั่วไป ส่วนกลุ่มออทิสติกสามารถจับแพตเทิร์นได้ดี มีสมาธิจดจ่อกับสิ่งที่สนใจ

และขยายต่อไปยังกลุ่มพิการทางการเคลื่อนไหว ซึ่งมีแค่ปัญหาเดินทางไม่ได้

สำหรับกลุ่มเคลื่อนไหวส่วนบน ที่ทำงานกับ Vulcan มีพิการครึ่งซีก รวมถึงมือเกร็ง ส่วนความพิการทางสายตาไม่มีที่ลึกลงไปมากกว่าแค่ตาบอด มีตาบอดสี ตาแพ้แสง แพลตฟอร์มของ Vulcan จึงปรับเปลี่ยน ปรับเปลี่ยนขนาดตัวอักษรได้

“หน้าที่ของเราคือต้องทำแพลตฟอร์มให้ตอบโจทย์ความพิการที่ต่างกัน มือข้างเดียวสามารถใช้ได้ มือเกร็ง มือหงิก ใช้ไอแพดทำได้ บางคนเป็นกล้ามเนื้ออ่อนแรงจะทำงานติดต่อกันไม่ได้ วิธีการทำงานของ Vulcan คือออกแบบให้มีความยืดหยุ่นเพื่อให้ทุกคนทำงานได้ วันละ 4 ชั่วโมง พวกเขาเลือกเวลาได้ จัดการเวลาเองได้ ใน 1 สัปดาห์ต้องทำงานให้ได้ครบ 2,000 เหรียญ ถ้าแปลงเป็นเวลาจะประมาณ 20 ชั่วโมง ใครทำได้เร็ว เสริมก่อนก็ทำอย่างอื่นต่อ”





จนอธิบายเหตุผลที่ต้องนับเป็นเหรียญเพราะคนพิการลงเวลาทำงานไม่ได้ แต่ละคนมีข้อจำกัดทางร่างกายไม่เหมือนกัน จึงกำหนดขึ้นงานเป็นเหรียญแทน เป็นการระบุว่าคนคนนั้นทำงานครบเวลาหรือไม่ หากใครต้องการทำมากกว่า 4 ชั่วโมงก็ได้ ซึ่งคนทำก็จะได้รับเหรียญเพิ่มเมื่อถึงปลายปีจะมีส่วนแบ่งให้คนพิการ อย่างปีที่ผ่านมามีคนพิการได้ส่วนแบ่งเพิ่มเติมจาก Vulcan ซึ่งถือเป็นโบนัสจำนวนที่มากที่สุดประมาณหนึ่งหมื่นกว่าบาท

ปัจจุบันคนพิการในเครือข่ายของ Vulcan Coalition มีประมาณ 600 คน แบ่งเป็น **กลุ่มแรก** คนตาบอด ซึ่งถือเป็นคนกลุ่มใหญ่ของ Vulcan มีประมาณ 60 เปอร์เซนต์ ทำ AI ด้านเสียงทั้งหมด ไม่ใช่แค่พิมพ์แต่รวมไปถึงพูดเสียงตัวเองเข้าไป สอน chatbot ทำเรื่องภาษา ยกตัวอย่าง บริษัทรับงานธนาคาร หรือธุรกิจค้าปลีก เวลาลูกค้าถามเข้ามา bot มักจะตอบผิด บริษัทจะนำข้อมูลมาให้ คนพิการทางสายตาสอน bot ว่าควรตอบอย่างไร

กลุ่มที่สอง คือ กลุ่มเคลื่อนไหว ทำงานได้ทุกประเภท งานภาพ เช่นบริษัทมีภาพที่ระบุวัตถุว่าเป็นอะไร เพื่อทำงานกลอง หรือทำตัวเอกสาร เพื่อให้ AI อ่านเอกสารได้ ทำระบุขึ้นส่วนรถยนต์ งานประเภทนี้เหมาะกับกลุ่มเคลื่อนไหว

ส่วนสุดท้าย กลุ่มหู ข้อจำกัดหลักคือ เขาฟังไม่ได้ คนกลุ่มหูส่วนน้อยที่อ่านออก จึงเป็นกลุ่มหลักที่ต้องทำงานเรื่องภาพ และเป็นภาพที่ไม่เกี่ยวกับการอ่าน หรือการแปลงสื่อความหมาย เช่น ทำงานขึ้นส่วนรถยนต์ไม่ต้องรู้ภาษาก็ได้ เพราะเขาอยู่แล้วรู้ว่าเป็นอะไร สิ่งที่ Vulcan ทำคือใช้ไอคอน เช่น กระชังนักรด มีคำว่า กระชังนักรด แต่มีไอคอนด้วย วิธีการสอนส่วนนี้ ต้องเลือกไอคอนนี้

“สำหรับกลุ่มหู มีข้อจำกัดเดียวคือต้องทำแพลตฟอร์มให้คนที่อ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ สามารถใช้งานได้ จึงต้องใช้ภาพในการสื่อความหมาย”

Vulcan Coalition ในวันนี้

จนบอกว่าตอนเปิดบริษัทปีแรกจ้างพนักงานไอทีที่ไม่ใช่ผู้พิการมาทำ จากนั้นได้ ‘วิน’ คนตาบอดซึ่งจบวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เกียรตินิยม และ ‘ณัฐพล’ จากสถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มาทำงานด้วย ซึ่งขณะนี้ยังมองหา developer ที่เป็นคนพิการเข้ามาร่วมงานเพิ่มอีก

ปัจจุบัน บริษัท วัลแคน โคอะลิชัน จำกัด เปิดให้บริการในประเทศไทยมานานเกือบ 3 ปี มีพนักงาน 20 คน เป็นคนพิการซึ่งทำหน้าที่ developer 3 คน คนพิการที่อยู่ทีม learning and development 3 คน

นอกเหนือจากได้ให้โอกาสทางสังคมแก่ผู้พิการด้วยการสร้าง

อาชีพรู้อยู่แล้วว่าคนกลุ่มนี้มีความสามารถพิเศษ มีความตั้งใจทำงาน ยกตัวอย่าง 'วิน' มีความสามารถในการทำงานที่เทียบเท่าหรือมากกว่า คนไม่พิการ เขาสามารถทำงานร่วมงานกับบริษัทชั้นนำอื่น ๆ ได้โดยไม่มีปัญหา

“บริษัทเรามีการออกแบบวิธีการทำงานที่เอื้อต่อคนพิการ ซึ่งเรามองว่าต่อให้คุณเก่งแค่ไหน ถ้าสภาพแวดล้อมที่ทำงานอยู่ไม่เอื้อ คุณก็จะไม่สามารถแสดงศักยภาพในตัวออกมาได้”

จูนยกตัวอย่างว่า คนตาบอดสามารถเขียน code ได้ แต่เขามีข้อจำกัดบางอย่างที่หัวหน้าทีม developer ต้องเข้าใจ สิ่งที่ Vulcan ทำคือคุยกับพนักงานว่าข้อจำกัดของคุณคืออะไร จากนั้นหาวิธีการทำงานร่วมกัน

ดึงศักยภาพคนพิการ จับเคสเลื่อนอุตสาหกรรม AI

ทุกวันนี้จูนพยายามดึงศักยภาพคนพิการในการจัดเตรียมข้อมูล ซึ่งเป็นข้อมูลคุณภาพสูงที่จะช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรม AI ไทย ทำให้การพัฒนา AI ของบริษัทต่าง ๆ ใช้งานง่ายขึ้น

สิ่งที่เขาทำ คือการสร้าง AI model ที่มีความแม่นยำสูงภายในเวลาที่จำกัด เนื่องจากข้อได้เปรียบเรื่องงบประมาณคนที่ช่วยจัดเก็บข้อมูลสำหรับพัฒนา AI model โดยปีที่ผ่านมามีเกือบ 600 คน ทำงานร่วมกัน ทำให้ได้ข้อมูลที่เร็วขึ้น ล่าสุด Vulcan ทำ Thai Text-to-Speech AI ที่แปลประโยค ออกมาเป็นเสียงภาษาไทย มุ่งเน้นไปที่ความเป็นธรรมชาติของเสียงให้ใกล้เคียงกับมนุษย์มากที่สุด เป็นผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ใช้เวลาแค่ 2 ปี มีข้อมูล Text-to-Speech เทียบเท่าบริษัทอื่นที่ทำมานานกว่ามาก



เป้าหมายปีนี้
จะขยาย
โอกาสทางอาชีพ
ให้แก่คนพิการ
เพิ่มขึ้นเป็น 1,000 คน
จากเดิมที่มีอยู่
600 คน



“เรามีจุดแข็งเรื่องของทีม สมมติว่าลูกค้าต้องการเปิดบริษัทใหม่ เขาอยากใช้เวลา 2 ปีเพื่อ catch up ข้อมูลที่มีอยู่ ถ้าเกิดไม่ใช่โมเดลของเรา คิดว่ายากมากที่จะทำได้ในเวลาที่เขากำหนด”

AI ระดับโลกที่ขับเคลื่อนโดยคนพิการ

จนแล้วว่า ที่ผ่านมา Vulcan Coalition เป็นสตาร์ทอัพที่รับทำชุดข้อมูลสำหรับ AI ให้แก่บริษัทที่สนใจ ในขณะเดียวกันบริษัทมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตัวเองด้วย โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือการก้าวไปเป็น AI ระดับโลก ซึ่งขับเคลื่อนด้วยศักยภาพของคนพิการ

ผลิตภัณฑ์ AI ตัวแรกที่กำลังจะเปิดตัว คือ Text-to-Speech ภาษาไทย ที่คนไทยจะได้ใช้ วันนี้อะไรให้คนที่อยากใช้ Text-to-Speech ได้ทดลองใช้งานของ Vulcan เขาจะรับรู้ได้ว่าสิ่งที่เขาใช้เกิดขึ้นได้ด้วยศักยภาพคนพิการ

ภาพรวมอุตสาหกรรม AI จนมองว่ามีการเติบโตอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ยิ่งเป็นตัวผลักดันให้อุตสาหกรรมนี้มีการเติบโต ยกตัวอย่าง ทางด้านการแพทย์ ที่มีการนำ AI มาใช้ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากโควิดที่ทำให้เกิดปัญหาขาดแคลนบุคลากรการแพทย์ อย่างในประเทศสหรัฐอเมริกา เทรนด์ที่กำลังมาคือ คนไข้ต้องทำเองทั้งหมด เนื่องจากแพทย์เขาไม่เพียงพอที่จะทำทุกขั้นตอนให้กับคนไข้ได้ เขาจึงนำ AI มาช่วย

ก่อนหน้านี้ AI อาจยังเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย แต่วันนี้ AI ในต่างประเทศกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดต้นทุนต่อไปในอนาคตฝ่าย HR ที่เคยทำงานกับคน อาจต้องเจรจากับ AI ด้วย เพราะมี AI เป็นเพื่อนร่วมงาน แต่คนกับ AI จะทำงานร่วมกันได้อย่างไร เป็นอีกหนึ่งความท้าทายที่น่าสนใจ

“สำหรับประเทศไทย อุตสาหกรรม AI อาจไม่เติบโตเท่าต่างประเทศ แต่ฉันเชื่อว่าตอนนี้ดีมานด์ของ AI ในประเทศไทยมีมากขึ้นกว่าปีก่อน ๆ”

ความสำเร็จของ Vulcan

วันนี้ Vulcan แบ่งลูกค้าออกเป็น 2 ส่วนคือ กลุ่มที่รับทำชุดข้อมูล AI ให้กับลูกค้าซึ่งเป็นพันธมิตรรายใหญ่ที่จ้างบริษัททำ อาทิ Agoda, Central, DEPA, Food Passion, King Power, Makro, Microsoft, สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, NVIDIA, Odd-e, สหพัฒน์, Shopee, True Corporation รวมถึง SC Asset

เธอมองว่า วันนี้ Vulcan เป็นอีกตัวที่จะช่วยให้อุตสาหกรรม AI ในประเทศไทยได้รับความนิยมมากขึ้น ลดข้อจำกัดในการทำข้อมูลสำหรับ AI ซึ่งหมายถึงต้นทุนการทำ AI ของหลาย ๆ ที่จะดีขึ้น

สำหรับปี 2022 เขาตั้งเป้าจะลดปริมาณการทำชุดข้อมูลสำหรับ AI ให้น้อยลง เนื่องจากได้รับผลตอบแทนน้อย มาเน้นทำ AI model ของตัวเองมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันมี AI Voice model ที่ต้องมาคิดว่า Voice model สามารถนำไปใช้ทำอะไรได้บ้าง เช่น AI Audiobook สามารถนำไปทำ AI call center chatbot ได้

นอกจากนี้ Vulcan กำลังจะทำ AI Voice command หรือระบบสั่งการบ้านด้วยเสียง ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้จะเป็นส่วนหนึ่งของแอปพลิเคชัน “บ้านรู้ใจ” ของ SC Asset ทำให้สามารถสั่งเปิด-ปิดไฟ แอร์ ผ่านและผลงานที่เตรียมเปิดตัว AI คัดกรองอาการซึมเศร้า ซึ่งจะช่วยให้คนไทยสามารถประเมินสุขภาพจิตเบื้องต้นว่าตอนนี้ตัวเองเป็นอย่างไร

“ผลิตภัณฑ์ AI model ของ Vulcan เป็นรูปแบบที่เรียกว่า AI-as-a-service เหมือน Voice AI ซึ่งแล้วแต่ความต้องการลูกค้าว่าเขาจะเอา AI ตัวนี้ไปทำอะไร เช่น มีบริษัทรถยนต์เจ้าหนึ่ง ใช้เสียง AI จากระบบ

สั่งการรถด้วยเสียง มีเสียงตอบโต้ยังไม่ค่อยเพราะ ฟังแล้วรู้สึกแข็งกระด้าง หากนำ AI ของ Vulcan ไปใช้ สามารถเลือกได้ว่าจะใช้เสียงผู้หญิง เสียงผู้ชาย เสียงคนแก่ เลือกได้หมด”

เส้นทางของสตาร์ทอัพ Vulcan Coalition

Jun บอกว่า ที่ผ่านมา Vulcan ระดมทุนรอบ 4 ได้นักลงทุนร่วมกัน 3 เจ้าคือ StormBreaker Venture ของ เรืองโรจน์ พูนผล, NVest Venture ของธนาคารออมสิน และ InnoSpace โดย เทวินทร์ วงศ์วานิช โดยทั้ง 3 รายเข้ารอบเดียวกันประมาณกลางปี 2021 ได้มาประมาณ 8 หลัก แต่ไม่ถึง 10 ล้านบาท โดยนำไปใช้พัฒนาเทคโนโลยีพื้นฐานทั้งหมด รวมถึงขยายทีม AI

สำหรับปี 2022 Vulcan มีแผนระดมทุนอีกครั้ง ต้องติดตามว่าจะได้ถึง series A หรือไม่ ซึ่ง Jun บอกว่าขึ้นกับความพร้อมของผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะเสร็จสมบูรณ์พร้อมสร้างรายได้ใหม่ ซึ่งปีที่ผ่านมาบริษัทมีรายได้ แต่ไม่ได้มาจากผลิตภัณฑ์หลักเป็นการรับทำ AI ให้กับลูกค้า เจ้าอื่น ปีนี้จึงตั้งใจว่าหาก AI ทั้ง 3 ตัวเสร็จตามแผนที่ตั้งใจไว้ และเริ่มมีรายได้ ก็คิดว่าจะมีโอกาสถึง series A

สร้างงานสร้างรายได้ให้คนพิการ

ปกติคนพิการที่ไม่ได้ทำงานจะมีเพียงเงินสวัสดิการคนพิการที่ได้รับจากรัฐเดือนละ 800-1,000 บาทเท่านั้น โดยอายุต่ำกว่า 18 ปี จะได้รับ 1,000 บาท และอายุ 18 ปีขึ้นไปจะได้รับ 800 บาท แต่คนพิการที่มาทำงานให้กับ Vulcan หากทำครบ 2,000 ชั่วโมงในหนึ่งสัปดาห์ เขาจะได้รับค่าตอบแทนเดือนละ 9,520 บาท

Jun อธิบายว่า ค่าตอบแทนที่คนพิการได้รับมาจากการจ้างทำข้อมูล มี 2 แบบ แบบแรก บริษัทมีโควตาคนพิการ บอกเราว่าจะเอาโควตามาจ้างคนพิการ จากนั้นให้คนพิการทำข้อมูลบนแพลตฟอร์ม Vulcan ซึ่งส่วนนี้ถ้าเขาเอาแค่เรื่องข้อมูล เขาต้องเสียค่าใช้แพลตฟอร์ม แต่หากเขาจ้างทำข้อมูลควบคู่กับทำ AI model ด้วย Vulcan จะคิดเงินค่าทำ AI model ส่วนที่ทำข้อมูลจะจ้างให้คนพิการมาทำงานเพื่อให้ได้ข้อมูลมาสอน AI model

เป้าหมายในปี 2022 คือขยายโอกาสทางอาชีพแก่คนพิการเพิ่มขึ้นเป็น 1,000 คน จากเดิมที่มี 600 คน นอกจากนี้ ยังต้องการให้พวกเขามีรายได้เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากสวัสดิการคนพิการที่เขาได้รับจากรัฐ และรายได้ประจำเดือนละ 9,520 บาทจากการทำงาน ซึ่งหากคนพิการกลุ่มนี้สามารถทำงานให้กับ Vulcan ได้เกินกว่าโควตาที่บริษัทกำหนด บริษัทจะมีส่วนแบ่งพิเศษเพิ่มให้

“เวลา Vulcan มีรายได้จากโปรเจกต์เราจะแบ่งสูงสุด 30 เปอร์เซ็นต์ให้แก่คนพิการเป็น on top เพราะเป้าหมายของ Vulcan Coalition นอกจากทำให้บริษัทเติบโตไปข้างหน้าแล้ว เรายังต้องการเพิ่มโอกาสให้แก่คนพิการด้วยการเพิ่มรายได้ต่อหัวให้มากขึ้น”

Jun ยังทำเอาไว้ว่า ทุกวันนี้เขาตั้งใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการทำให้ชีวิตของผู้พิการหลายคนดีขึ้น แต่เขาก็มองว่า Vulcan Coalition จะก้าวต่อไปข้างหน้าไม่ได้ หากขาดคนพิการเหล่านี้

ดังนั้นเธอจึงพยายามสร้าง Vulcan ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเอื้อต่อการทำงานของเพื่อนร่วมงานคนพิการให้มากที่สุด เธอเชื่อว่าความสัมพันธ์ในฐานะพาร์ตเนอร์ช่วยให้คนปกติกับคนพิการมีสถานะที่เท่าเทียมกัน



PART

Women in Tech

FOUR



CHAPTER



01

พรทิพย์ กองชุน

ผู้หญิงแกร่ง
แห่งวงการ**เทคโนโลยี**

เปิดเคล็ดลับการทำงาน ของ “อ้อ-พรทิพย์ กองชุน” ผู้หญิงแกร่งแห่งวงการเทคโนโลยี

หากเอ่ยชื่อ “อ้อ-พรทิพย์ กองชุน” คนในสายเทคโนโลยี ไม่มีใครไม่รู้จัก เธอเป็นผู้บริหารคนแรกของ Google ในประเทศไทย ผู้บุกเบิกตลาดนำนวัตกรรมต่าง ๆ ของ Google เข้ามาจนเกิดการใช้อย่างแพร่หลายในเมืองไทย ปัจจุบันเธอเป็นผู้ร่วมก่อตั้งและ CGO (Chief Growth Officer) ของ Jitta Wealth สตาร์ทอัพฟินเทคที่มีความแข็งแกร่งทั้งด้านผลิตภัณฑ์และฐานตลาด

Jitta

ผู้หญิงแกร่งคนนี้แม้ไม่ได้เรียนมาสายเทคโนโลยี แต่เกือบตลอดเส้นทางชีวิตที่ผ่านมาล้วนทำงานกับบริษัทเทคโนโลยี จนกระทั่งผันตัวมาทำบริษัทด้านการลงทุนของตัวเองก็ยังเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีอยู่ดี

อ้อเล่าให้ The Story Thailand ฟังว่า เธอเริ่มต้นทำงานแรกกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ช่วงนั้นปี 2000 อินเทอร์เน็ตเริ่มเติบโต

วงการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตมาก ทั้งบริการจองตั๋วเครื่องบิน จองแพ็คเกจออนไลน์ ทำให้ได้เห็นการทำธุรกิจด้วยรูปแบบใหม่ หลังจากทำงานอยู่ 2 ปี เธอย้ายไปทำงานส่วนงานเทคโนโลยีของธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์ที่ Passion Asia ทำให้ต้องศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจออนไลน์ จากที่ไม่มีความรู้มาก่อนเลย

แม้จะเรียนจบทางการเงินและการธนาคาร แต่งานที่นี้ทำให้เธอมั่นใจว่าตัวเองชอบเทคโนโลยี ผ่านไป 3 ปี ตัดสินใจย้ายงานอีกครั้งไปทำงานที่บริษัท ไมโครซอฟท์ ประเทศไทย ในส่วนงานธุรกิจอินเทอร์เน็ต

“ก่อนหน้านี้ไมโครซอฟท์ไม่มีผลิตภัณฑ์พวกระบบ ERP และ CRM เราเป็นทีมแรกที่ทำตลาดผลิตภัณฑ์นี้ ทำให้ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการทำงานกับพันธมิตรธุรกิจและระบบนิเวศในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีในประเทศไทย”

การทำงานที่บริษัทข้ามชาติแห่งนี้เสมือนได้เข้าโรงเรียนสอนธุรกิจขั้นดี เธอได้เรียนรู้กระบวนการทางธุรกิจครบวงจร มีทั้งการสร้างช่องทางการตลาด การสร้างพันธมิตร การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด

“สิ่งที่ได้เรียนรู้ตรงนั้นดีมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ต้องดูแลเป็นสินค้าใหม่ จึงต้องเริ่มต้นตั้งแต่การวิจัยตลาดและวางแผนการตลาด” เธอกล่าวถึงประสบการณ์ล้ำค่าที่ได้เรียนรู้ในระยะเวลา 2 ปีที่ทำงานกับไมโครซอฟท์ ประเทศไทย

การเดินทางอันยาวไกลกับ Google

เมื่อ Google ประกาศรับสมัครตำแหน่ง Country Consultant ของประเทศไทย เพื่อทดลองกับตลาดที่ตนเองยังไม่มีธุรกิจ เธอตัดสินใจ

สมัครและผ่านการสัมภาษณ์หลายรอบ ปรากฏว่าประสบการณ์ที่ได้ตอนทำงานที่ไม่ใคร่ชอบพตรงกับความต้องการของ Google นอกจากนี้เธอยังวิเคราะห์ภูมิทัศน์ธุรกิจให้ Google เห็นภาพ รวมถึงเสนอแผนงานการบุกตลาดในเมืองไทยด้วย จนเธอได้ร่วมงานกับ Google หลังจากผ่านการสัมภาษณ์ 3 เดือน

“คนทั่วไปคิดว่า Google Search เป็นจุดแข็งที่สุดของ Google แต่อ้อชี้ให้เห็นว่าเป็นจุดอ่อนในไทย”

เธอเปิดเผยเคล็ดลับที่ทำให้ได้ทำงานกับ Google ว่า เวลานั้นเครื่องมือค้นหา Google Search ยังไม่เข้าใจโครงสร้างภาษาไทย ทำให้ได้ผลการเสิร์ชไม่ดีพอ เธอจึงเสนอให้แก้ปัญหาเรื่องภาษาไทยของ Google Search เพราะการที่คนไทยค้นหาแล้วพบสิ่งที่ต้องการจะเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีสำหรับการเข้ามาทำธุรกิจในเมืองไทย ก่อนขยายสู่ผลิตภัณฑ์อื่นๆ

พันธกิจแรกที่ต้องทำในฐานะ Country Consultant ของ Google ประเทศไทย คือการทำให้ Google Search เป็นที่นิยมในประเทศไทย เริ่มต้นจากการทำให้เครื่องมือค้นหาชื่อดังเข้าใจภาษาไทย ด้วยการทำงานใกล้ชิดกับนักพัฒนาของ Google และนำเสนอถึงความสำคัญของการทำให้ Google Search ภาษาไทยมีความแข็งแกร่งเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ที่จะเปิดประตูตลาดประเทศไทย

“อ้อเป็นหนึ่งใน 4 Country Consultant ที่ได้นำเสนอ Eric Schmidt ถึงความสำคัญของการทำ Google Search ภาษาไทยให้แข็งแรง จนทำให้ Google Search ประสบความสำเร็จในตลาดไทย ทำให้ Google มีโอกาสนำผลิตภัณฑ์อื่นๆ เข้ามาให้คนไทยและธุรกิจไทยได้ใช้”

ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่เธอเอ่ยหมายถึง Google AdWords ที่ทำให้เห็นว่าประเทศไทยมีโอกาสทางธุรกิจมากขึ้นอย่างไร Google Maps แอปฯ ที่คนไทยใช้กันมาก และช่วยธุรกิจเอสเอ็มอีได้รับอานิสงส์จาก Google My Business โดยใช้ประโยชน์จาก Google Maps ได้เต็มที่ และ YouTube Thailand ที่สร้างระบบนิเวศคอนเทนต์แบบใหม่ให้เกิดขึ้นในสังคมไทย

ผลิตภัณฑ์ที่เธอภูมิใจมาก คือ Google Maps ที่คนไทยแทบทุกคนใช้เพื่อนำทาง และสร้างผลกระทบต่อการขยายโอกาสทางธุรกิจให้กับเอสเอ็มอีของไทย กับ YouTube Thailand ที่ใช้เวลา 5 ปีกว่าจะเปิดตัวได้สำเร็จ

“ก่อนหน้านี้คนไทยดูยูทูปเยอะมาก แต่ครีเอเตอร์ไทยไม่สามารถสร้างรายได้บนยูทูป ทำให้ในไทยโดยเฉพาะคนดู พอเปิดตัว YouTube Thailand มีการสร้างระบบสนับสนุนและแบ่งรายได้กับครีเอเตอร์ ทำให้จำนวนครีเอเตอร์ไทยเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด”

การเติบโตของครีเอเตอร์ทำให้มีการสร้างคอนเทนต์ภาษาไทยจำนวนมาก คอนเทนต์มีความหลากหลายตอบสนองความต้องการของผู้คนได้มากขึ้น ผู้ใช้สามารถเข้าไปหาข้อมูลความรู้ได้เหมือนกับที่ใช้ Google ต่างจากเดิมที่มีแต่คอนเทนต์บันเทิงเป็นส่วนใหญ่

การเปิดตัว YouTube Thailand ทำให้จำนวนครีเอเตอร์ไทยเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด จากเดิมที่โดยเฉพาะคนดู

นี่เป็นผลงานสุดท้ายที่เธอฝากความสำเร็จไว้กับการทำงานที่บริษัทระดับโลกในฐานะหัวหน้าฝ่ายการตลาดประจำประเทศไทย ก่อนที่จะจากไปเพื่อเดินทางบนเส้นทางสร้างธุรกิจของตนเอง



คำพูดของ
อดีต CEO ของ Google
ทำให้ฮึดตัดสินใจ
ออกมาทำ Jitta
เพราะถ้าไม่ออกมาทำ
ในเวลานั้น
ก็อาจจะไม่ใช่
เวลาที่ดีที่จะเริ่มทำ
สตาร์ทอัพ



พรทิพย์ กองชุน

ออกเดินทางครั้งใหม่ตามความฝัน

"If you are not doing something that are crazy, then you are doing the wrong thing."

คำพูดประโยคนี้ที่พรทิพย์ได้ฟังจาก ลาร์รี เพจ ผู้ร่วมก่อตั้งและอดีต CEO ของ Google เป็นแรงกระตุ้นให้เธอตัดสินใจเดินออกจากบริษัทที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งของโลกเพื่อหาความท้าทายใหม่ เมื่อมั่นใจว่าสิ่งที่ทำที่ Google นั้นยังไม่ Crazy พอ

"ประโยคนั้นของ แลร์รี เพจ ทำให้อึดตัดสินใจออกมาทำ Jitta เพราะถ้าไม่ออกมาทำในเวลานั้น ก็อาจจะไม่ใช่เวลาที่ดียี่ที่จะเริ่มทำสตาร์ทอัพก็ได้"

ปี 2015 เธอตัดสินใจก้าวออกจาก comfort zone มาลุยธุรกิจใหม่อีกครั้ง แต่ครั้งนี้เป็นการเริ่มต้นกับธุรกิจของตัวเอง ซึ่งไม่มีทรัพยากรของบริษัทและทีมงานสนับสนุนแบบที่เคยได้รับเมื่อครั้งบุกเบิกธุรกิจในเมืองไทยให้กับบริษัทระดับโลก

"Jitta คือ Build from Scratch" เธอบอกว่าเพราะต้องสร้างขึ้นใหม่หมด เริ่มต้นจากการที่ไม่มีทีมงานด้วยซ้ำไป

เธอร่วมกับ co-founder อีกสองคนสร้างแพลตฟอร์มการลงทุนด้วยเทคโนโลยีฟินเทค ในนาม Jitta (จิตตะ) เป็นเครื่องมือทำให้คนทั่วโลกเข้าถึงการลงทุนได้ง่ายขึ้นและได้รับผลตอบแทนที่ดีเพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงิน ซึ่งปัจจุบันจดทะเบียนเป็นบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน จิตตะ เวย์ลธ์ จำกัด หรือ Jitta Wealth

"Jitta มีสิ่งที่เหมือน Google คือ การโฟกัสในทุกสิ่งที่ทำเพื่อบรรลุพันธกิจ"

เธออธิบายว่าช่วงแรก Jitta โฟกัสที่จะช่วยให้นักลงทุนมีผลกำไรด้วยวิธีที่ง่ายขึ้น เริ่มจากผลิตภัณฑ์วิเคราะห์หุ้นก่อน คล้ายกับที่ Google มีเพียง search ช่วยให้คนทั่วโลกค้นหาข้อมูลได้ง่าย แล้วทยอยมีผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ออกมาเพื่อตอบโจทย์พันธกิจที่ต้องการ ซึ่งจิตตะก็จะมีผลิตภัณฑ์อื่นที่ทำให้คนได้ผลตอบแทนจากการลงทุนที่ดีขึ้นเช่นกัน

การโฟกัสดังกล่าวก็คือ "จิตตะ" ซึ่งหมายถึงใจที่จดจ่อและรับผิดชอบ เป็น 1 ใน 4 แนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จ อันประกอบด้วย ฉันทะ (passion) วิริยะ (grit) จิตตะ (focus) และวิมังสา (monitoring) ที่เรียกว่า "อิทธิบาท 4"

"Jitta เป็นแพลตฟอร์มวิเคราะห์หุ้นอายุ 10 ปี เริ่มจากหุ้นตลาดอเมริกาเป็นแห่งแรก ปัจจุบันมี 19 ตลาดหุ้นหลัก ครอบคลุม 95 เปอร์เซ็นต์ ของหุ้นที่ซื้อขายทั่วโลก หลักการเลือกหุ้นที่ผ่านการวิเคราะห์จากอัลกอริทึมของ Jitta ที่สามารถสร้างผลตอบแทนที่ดี"

เชื่อมต่อหลายประสบการณ์เป็นทักษะใหม่

"ข้อดีคือมากที่ผ่านมามีต้องทำงานทุกอย่างที่ไม่มีคนทำ พอมาเป็นเจ้าของธุรกิจก็ต้องทำทุกอย่างเหมือนกัน ทั้งฝ่ายบัญชี การเงิน ฝ่ายการตลาด ฝ่ายขาย ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ฝ่ายพัฒนาเทคโนโลยี เป็นการนำประสบการณ์จากทุกที่ที่ผ่านมามารวมเป็นทักษะที่ใช้บริหารจัดการองค์กรอยู่ตอนนี้"

เจ้าของสตาร์ทอัพที่กำลังเป็นดาวรุ่งในวงการการลงทุนกล่าวถึงคุณค่าที่ได้จากการทำงานมาอย่างโชกโชน นับตั้งแต่งานแรกจนถึงงานที่สุดท้ายในฐานะลูกจ้างตลอดช่วงเวลากว่า 20 ปี ทำให้เธอแข็งแกร่ง

พอที่จะเผชิญกับโจทย์ยาก ๆ ในฐานะผู้ประกอบการ

“งานแรกที่ ททท. ไม่ใช่เกิดจาก passion แต่สถานการณ์จำเป็น เพราะช่วงนั้นเกิดวิกฤติต้มยำกุ้ง ทำให้ไม่สามารถทำงานตรงสายที่เรียนมา”

ตอนนั้นเธอไม่เลือกงาน การทำงานที่แรกได้เรียนรู้การบริหารโครงการ พอย้ายมาทำงานแห่งที่สองซึ่งเป็นสตาร์ทอัพคนนั้น เธอต้องช่วยทำงานทุกอย่าง ที่สำคัญได้เรียนรู้การทำเว็บไซต์ด้วยตนเอง เธอจึงต้องเรียนรู้ HTML เมื่อเข้าทำงานในบริษัทระดับโลกทั้งไมโครซอฟท์ และ Google การเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ยิ่งเข้มข้นจนทำให้ไม่กลัวการเรียนรู้และมีความมั่นใจว่าแม้จะไม่มีประสบการณ์ก็เรียนรู้ได้

เธอบอกว่าประสบการณ์ที่ผ่านมาทำให้เธอเกิดทักษะสำคัญอย่างหนึ่งคือ ทักษะที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ‘learn how to learn’ ซึ่งเป็นทักษะที่จำเป็นมากในโลกยุคใหม่

กรณีตัวอย่างตอนที่ Jitta Wealth จะขออนุญาตจัดตั้งเป็นบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เธอต้องเรียนรู้ใหม่หมดว่าต้องทำอะไรบ้าง รวมทั้งต้องเรียนรู้ข้อกฎหมายและกฎระเบียบทุกอย่างของทุกหน่วยงานกำกับ ไม่ว่าจะเป็นตลาดหลักทรัพย์ฯ ก.ล.ต. ปปง. หรือธนาคารแห่งประเทศไทย

“ตอนนั้นรู้สึกเหมือนเป็นโลกใหม่มาก แต่ไม่เคยรู้สึกว่าจะทำไม่ได้”

เธอทำหน้าที่เป็นตัวหลักในเรื่องการขอใบอนุญาตจนได้รับอนุญาตเป็นบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่เน้นเทคโนโลยีด้วยฟินเทคเป็นรายแรก



เป้าหมายสูงสุดคือการได้ทำงาน

เธอเชื่อว่าการได้ทำงานเหมือนได้เรียนรู้ประสบการณ์ที่มากขึ้น เธอจึงชอบทำงานมาก ถามว่าเป้าหมายสูงสุดของการทำงานคืออะไร “คือการได้ทำงาน” เธอตอบแบบนั้นเพราะทุกงานที่ทำคือการเรียนรู้

“ถ้าเราทำงานอย่างมีเป้าหมาย เป้าหมายนั้นจะมาทำงานให้เราเสมอ พอเรารู้ว่าเป้าหมายคืออะไร เป้าหมายจะเป็นตัวผลักดันที่ทำให้เราทำงานและเกิดงานขึ้น และขับเคลื่อนให้เราสำเร็จไปเรื่อย ๆ”

สำหรับเป้าหมายปัจจุบันคือการทำอะไรให้ Jitta ประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าไว้ และระยะยาวงานนั้นสามารถนำไปใช้ต่อยอดได้ โดยอยากจะทำถ่ายทอดองค์ความรู้ในการลงทุนเพื่อทำให้ชีวิตคนไทยดีขึ้น ด้วยการบริหารจัดการเงิน

“อีกสิ่งหนึ่งที่ Jitta และ Google มีความเหมือนกันคือ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ impact กับคนในสังคม โดยทำให้สิ่งนั้นเป็นส่วนหนึ่งในการทำให้ชีวิตผู้คนดีขึ้น”

สำหรับความสำเร็จที่แท้จริงของเธอ คือ วันที่ Jitta กลายเป็นแพลตฟอร์ม (ของคนไทย) ที่คนทั่วโลกใช้งาน

โฟกัส+อด ...เคล็ดลับของความสำเร็จ

เมื่อถามว่าในฐานะคนที่ประสบความสำเร็จจากการทำงานมากมาย โดยเฉพาะผลงานในช่วงที่ทำงานกับ Google Thailand เธอมีเคล็ดลับในการทำงานอย่างไร คำตอบคือ โฟกัสกับอดทน และรู้จักยืดหยุ่น

เธอเป็นคนที่โฟกัสและมุ่งมั่นมาก แต่ละโปรเจกต์จะจับแล้ว

กัดไม่ปล่อย ไม่ว่าจะยากแค่ไหนจะทำจนสำเร็จ แม้ว่าบางโปรเจกต์จะใช้เวลานานก็ตาม

“ถ้าเรามุ่งมั่นจะทำอะไรให้สำเร็จ เราจะอยู่กับมันได้
จะไม่ออกนอกเส้นทาง เรียกว่ามี “จิตตะ” ซึ่งอึดเป็นมาโดยตลอด”

นอกจากนี้ เธอเป็นคนที่ “อึดมาก” ไม่ย่อท้ออะไรง่าย ๆ เธออดทนอยู่กับปัญหาได้และจะพยายามแก้ปัญหา ถึงขนาดที่มีความสุขที่ได้เจอปัญหาและแก้ไขปัญหานั้นสำเร็จ

เธอเรียนรู้มาตลอดทั้งชีวิตว่าคนเราต้องเจออุปสรรคไม่น้อย กว่าจะไปถึงเป้าหมายได้ ถ้าวันไหนถามทีมงานแล้วบอกว่าไม่มีปัญหา เธอจะรู้สึกเครียดเพราะว่าผิดปกติ ทำให้คิดว่าจะเจอสิ่งที่ไม่ใช่ ก็เตรียมตัวรับมือปัญหา

“เราไม่รู้ว่าอะไรจะเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกที่เราควบคุมไม่ได้ และคาดไม่ถึง จึงต้องเตรียมพร้อมและมีความยืดหยุ่นสูง”

ปัจจุบันเธอเป็นผู้ร่วมก่อตั้งและ CGO ของ Jitta Wealth ดูแลทั้งการวางแผนและการดำเนินงานธุรกิจทั้งหมดของบริษัท ตั้งแต่การพัฒนาธุรกิจ ฝ่ายขาย การตลาด และทรัพยากรบุคคล

เธอเปิดเผยกลยุทธ์ทางธุรกิจของบริษัทว่าจะใช้ประเทศไทยเป็นตลาดเริ่มต้นของ Jitta Wealth เพราะมีความคุ้นเคยกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ซึ่งตลาดไทยจะไปได้เร็วเพราะฐานของคนที่มีเรื่องการลงทุน และมีการลงทุนในกองทุนน้อยมาก เพียงราว 7 เปอร์เซ็นต์ของประชากร โดยอยู่อันดับสุดท้ายของเอเชียในดัชนีบำนาญบำนาญนานาชาติ ประจำปี 2021 (Global Pension Index 2021)

“แสดงว่าคนไทยยังไม่มีความรู้ ไม่มีเครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่จะ

ช่วยวางแผนอนาคตทางการเงินและเริ่มการลงทุนเพื่ออนาคต เราเห็นว่าประเทศไทยจำเป็นต้องมีเครื่องมือช่วยให้คนเข้าถึงความรู้และการลงทุน นี่เป็นพันธกิจของ Jitta”

เธอย้ำให้เห็นความพร้อมในฐานะที่เป็น บลจ.บริหารกองทุนส่วนบุคคล ว่าปัจจุบัน Jitta มีเงินกองทุนมากเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย มีจำนวนกองทุนประมาณ 6,000 กองทุน ภายในเวลา 2 ปี เพราะใช้เทคโนโลยีช่วยให้สามารถขยายศักยภาพและรองรับกองทุนได้มาก

เรื่องราวชีวิตการทำงานในฐานะผู้หญิงที่โฟกัสกับงานสายเทคโนโลยีมายาวนานของ “พรทิพย์ กองชุน” ชวนให้นึกถึงความสำคัญของ “จิตตะ” ที่มีผู้กล่าวไว้ว่า “ใจที่จดจ่อต่อสิ่งที่เราทำและรับผิดชอบ จะทำให้เกิดความรอบรู้ รอบคอบ ทุกอย่างก็จะดีขึ้นไปเอง”



CHAPTER



02

มณีนรุตน์ อนุโลมสมบัติ

อยากทำให้ชีวิตคนไทยดีขึ้น
ด้วยเทคโนโลยี

“สมัยเรียนปริญญาโท
นกเคยเขียนเป้าหมายชีวิตไว้
ว่าอยากทำอะไรที่มีอิมแพคกับ
ชีวิตคนไทย อยากนำความรู้ที่
มีมาทำให้ชีวิตคนไทยดีขึ้น”

มนัรัตน์ อนุโลมสมบัติ
หรือ “นก” ประธานเจ้าหน้าที่
บริหาร Sea (ประเทศไทย) ผู้
กุมบังเหียนแพลตฟอร์มธุรกิจ
ออนไลน์ชั้นนำอย่าง Garena,
Shopee และ SeaMoney ใน
เมืองไทย บอกถึงเป้าหมายที่
เคยตั้งไว้ แม้เวลาจะผ่านไป
นานกว่า 15 ปี ความตั้งใจนั้น
ยังคงอยู่ไม่เปลี่ยนแปลง



เธอเรียนจบปริญญาตรีคณะ
วิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหา-
วิทยาลัย และปริญญาโท MBA
จากมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด
ประเทศสหรัฐอเมริกา หลังเรียนจบ
กลับมาเมืองไทยเข้าทำงานที่ เดอะ
ควอนท์ กรุ๊ป บริษัทที่ปรึกษาด้าน
การเงินและการลงทุนราว 1 ปี ย้าย
ไปบริษัทที่ปรึกษาธุรกิจชั้นนำ เดอะ
บอสตัน คอนซัลติ้ง กรุ๊ป (BCG)
เพราะเชื่อว่าเป็นงานที่ให้ความรู้
และเปิดโอกาสได้ทำงานร่วมกับ
หลายอุตสาหกรรม

แต่ที่สรุปว่าตัวเองชอบงานที่ได้คิดและลงมือทำมากกว่า ทั้งยังมีเป้าหมายที่ติดอยู่ในใจว่าอยากทำอะไรให้เกิดประโยชน์กับสังคมไทย จนเมื่อมีโอกาสได้ทำงานที่ Garena สตาร์ตอัพเกมออนไลน์ชื่อดังของสิงคโปร์ จากการชักชวนของ “ฟอว์เรส ลี” (Forrest Li) ผู้ก่อตั้งและซีอีโอของ Garena ประเทศสิงคโปร์ (ต่อมาเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น Sea Group) เพื่อนร่วมชั้นสมัยเรียนที่สแตนฟอร์ด

“นกบอกกับฟอว์เรสว่าถ้าธุรกิจเกมอย่างเดียวอาจไม่ใช่ตัวเอง แม้จะชอบเกมก็ตาม” เธอไม่ตอบรับเพราะเวลานั้น Garena ทำธุรกิจด้านเกมออนไลน์เพียงอย่างเดียว ซึ่งไม่ตอบโจทย์เป้าหมายที่อยากสร้างอิมแพคในวงกว้างมากกว่า แต่คำตอบที่เราให้กลับมามีที่จริงมีเป้าหมายจะขยายธุรกิจที่เป็นเทคโนโลยีออกไปอีกหลายส่วน ทำให้เธอตัดสินใจเข้าร่วมงานกับเพื่อนเก่า

“สิบปีก่อนเรายังนึกไม่ออกว่า การขายของออนไลน์ จ่ายเงินออนไลน์ จะเกิดในบ้านเราได้จริงไหม ฟอว์เรสจึงยกประเทศจีนเป็นตัวอย่าง อีกอย่างตอนเรียนที่อเมริกาได้เห็นโฆษณาช้อปปิ้งออนไลน์ ทำให้คิดว่าเกิดที่อื่นได้ ที่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ก็น่าจะเกิดขึ้นได้”

ในปี 2012 เธอเข้ามาช่วยทำตลาดในประเทศไทยในฐานะที่ปรึกษาซึ่งในขณะนั้น Sea ยังมีเพียงธุรกิจเกมออนไลน์ อย่าง บริษัทการีนา ออนไลน์ (ประเทศไทย) เท่านั้น จนปี 2014 เริ่มมีการขยายธุรกิจสู่ระบบอีเพย์เมนต์อย่าง AirPay จึงเริ่มเข้ามาบริหารงานอย่างเต็มตัว ปี 2015 เปิดตัวแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ Shopee และในปี 2021 เปิดบริษัท ซีมันนี่ (แคปปิตอล) ดำเนินธุรกิจสินเชื่อส่วนบุคคลดิจิทัล ซึ่งได้รับใบอนุญาตจากธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นรายแรก

เธอบอกว่ากว่าจะมาถึงจุดนี้ได้ไม่ง่าย ช่วงเริ่มต้นเธอและฟอว์เรสไม่มีใครรู้ว่าอนาคตจะเป็นอย่างไร ต้องล้มลุกคลุกคลาน และมีประสบการณ์แย่ ๆ มาด้วยกัน

“ตอนนั้นเรามีคำถามขึ้นมาว่าบริษัทจะรอดไหม เงินทุนหมุนเวียนที่มีอยู่จะพอไหม มีหลาย passion เกิดขึ้นมาก” มณีรัตน์กล่าวถึงความยากลำบากที่ผ่านมา แต่วันนี้เธอรู้สึกว่าจะอะไรจะเกิดขึ้นก็จะผ่านไปได้ เพราะประสบการณ์สอนให้เธอรู้จักการรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ และจัดการได้ดีขึ้น

บทบาทแพลตฟอร์มกับชีวิตผู้คนและสังคม

ในฐานะผู้บริหาร Sea (ประเทศไทย) ภายใต้ Sea Group ซึ่งเป็นผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตแพลตฟอร์มชั้นนำระดับโลก นอกจากงานบริหารให้กิจการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายของบริษัท เธอยังมีความตั้งใจในการอาศัยดิจิทัลแพลตฟอร์มในมือ ทำงานให้เกิดผลกระทบที่ดีต่อสังคมด้วย

เธอยกตัวอย่างการใช้แพลตฟอร์มให้เกิดประโยชน์ต่อคนทั่วไป เช่น Shopee แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำในเมืองไทย ปัจจุบันมีผู้ประกอบการและผู้ขายรายย่อยหลายล้านราย กลายเป็นพื้นที่ที่พาผู้ซื้อและผู้ขายมาเจอกันอย่างไร้พรมแดน สะดวกและรวดเร็ว โดยเฉพาะในช่วงโควิด-19 ระบาด ช่วยทำให้ผู้ซื้อที่ประสบความลำบากในการออกไปข้างนอกได้อาศัย Shopee หาซื้อสินค้าจำเป็นผ่านทางออนไลน์ และช่วยแบ่งเบาภาระค่าครองชีพให้คนไทย

“ในฐานะเจ้าของแพลตฟอร์มจึงลงทุนเรื่องการใช้บัตรกำนัล ลดราคาส่งสินค้า จับมือกับพันธมิตรทำแคมเปญต่าง ๆ ให้ราคาสินค้าลดลง โดยเฉพาะสินค้าที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ตรงนั้นนอกจากจะเป็นความตั้งใจของตัวเอง ยังเป็น mission หลักของบริษัทในการใช้แพลตฟอร์มให้เกิดประโยชน์กับคนไทยด้วย”

Shopee แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซชั้นนำในเมืองไทย ปัจจุบันมีผู้ประกอบการและผู้ขายรายย่อยหลายล้านราย

ส่วนผู้ขายสินค้าได้ใช้แพลตฟอร์มเป็นตัวเชื่อมกับลูกค้า โดยมีเครื่องมือช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพผู้ขาย ซึ่งทำให้ผู้ขายบริหารหน้าร้านให้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น

“ผู้ขายบางรายมีศักยภาพแต่ยังไม่มีทรัพยากรที่เพียงพอ ไม่ทราบว่าจะต้องขายอย่างไร แคมเปญการตลาดควรเป็นอย่างไร ยอดขายเป็นอย่างไร เรามีระบบหลังบ้านเรียกว่า Seller Center ช่วยให้ผู้ขายสามารถอ่านรีพอร์ตการขาย สอนดูรีพอร์ต ดูประสิทธิภาพการขายของตัวเอง”

นอกจากนี้ยังได้นำ digital lending บริการสินเชื่อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ SeaMoney มาทำงานร่วมกับ Shopee เพื่อช่วยผู้ขายที่มีศักยภาพในการขายแต่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้

“เรามีข้อมูลที่สามารถวิเคราะห์โดยใช้ alternative data ว่าผู้ขายรายนี้มีศักยภาพในการกู้ยืมได้แค่ไหน และใช้ SeaMoney ในการให้สินเชื่อผ่านแพลตฟอร์ม Shopee ทำให้เขามีเงินหมุน สามารถขายของได้เพิ่มมากขึ้น ขยายตัวเองได้มากขึ้น”

เธอบอกอีกว่าผู้ขายที่จะมาใช้บริการได้ต้องทำการค้าอยู่บนแพลตฟอร์ม Shopee ส่วนวงเงินที่จะให้พิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งระยะเวลาการทำธุรกิจ ประวัติการขาย พฤติกรรมที่แสดงต่อลูกค้าที่สามารถดูได้จาก responsive rate

“มีปัจจัยพิจารณาเยอะ แต่ responsive rate หรือดาวที่ลูกค้าให้ในคอมเมนต์เป็นหนึ่งในปัจจัยที่เราดูว่ามีศักยภาพในการยืมและคืนเท่าไร แต่ความจริงวงเงินถูกกำหนดโดย digital lending license



นำ digital lending
บริการสินเชื่อ
ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
SeaMoney
มาทำงาน
ร่วมกับ Shopee
เพื่อช่วยผู้ขาย
ที่ไม่สามารถ
เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้



มณีนีรัตน์ อนุโลมสมบัติ



อยู่แล้วว่าห้ามเกินเท่าไร”

อีกหนึ่งเครื่องมือช่วยเหลือด้านการดำเนินการเป็นบริการ fulfillment ให้พื้นที่สำหรับการเก็บสินค้าให้เพียงพอต่อการจำหน่าย และบริการช่วยบรรจุก่อนส่งสินค้า เพื่อช่วยเหลือผู้ขายที่ไม่มีสถานที่จัดเก็บสินค้า

“บางรายขายของเก่งมาก ขายได้วันละ 300-400 กล่อง แต่ไม่มีสถานที่จัดเก็บสินค้า ทำงานคนเดียวไม่สามารถจัดการได้ Shopee ก็มีบริการ fulfillment ให้ หรือการจัดส่งสินค้าก็มีทีม Shopee Express เข้าไปช่วยอำนวยความสะดวก มีบริการ pick up/drop off ทั้งหมดนี้เป็นบริการที่เราช่วยให้เขามีศักยภาพในการขายมากขึ้น”

ธุรกิจเกมจะเปลี่ยนสู่ NFT และ Metaverse ต้องใช้เวลา

ในวันที่ผู้เล่นเกมให้ความสนใจกับเกมที่เป็น NFT และ Metaverse เราอยากรู้ว่า Garena ซึ่งเป็นผู้นำบริการเกมออนไลน์มีแผนจะปรับตัวตามหรือไม่

มณีนรีนบอกว่าธรรมชาติของเกมแต่ละประเภทต่างกัน เกมที่เธอให้บริการเป็นรูปแบบ play-to-win คือเล่นเพื่อความบันเทิง มีความสนุก มีคอมมูนิตี เกิดการแบ่งปัน แต่เกม NFT และ Metaverse เป็นรูปแบบ play-to-earn คนละวัตถุประสงค์กัน

“เราก็สนใจแต่ยังไม่เอาเข้ามาอยู่ในไอโคซิสเต็มที่เป็นเกม เพราะผู้เล่นเกมส่วนใหญ่ของเราอาจจะยังไม่มี access tool โลกของ NFT หรือ GameFi ถ้าเราเอาเข้ามาเร็วเกินไปจะไปรบกวนประสบการณ์ลูกค้าปัจจุบันได้”

เธอมองว่า Metaverse ยุคแรกเริ่ม เริ่มมีให้เห็นบ้างแล้ว แต่อาจ

จะต้องใช้เวลาสักพักกว่าจะแพร่หลายจริง ด้วยเหตุผล 3 ด้าน คือ ฮาร์ดแวร์ การพัฒนาซอฟต์แวร์ และการเปิดรับและนำไปใช้

“จากประสบการณ์ที่เคยเป็นเจ้าตลาดของเกมพีซี พอกระโดดเข้ามาทำเกมโมบายเราเห็นเลยว่าอุปสรรคใหญ่เรื่องแรกคืออุปกรณ์ ฮาร์ดแวร์ ตอนเราพัฒนาเกมโมบายขึ้นมา เครื่องโทรศัพท์ที่รองรับมีราคาสูงมาก มีแค่กลุ่มเล็ก ๆ ที่มีกำลังซื้อ”

เธอเสริมว่าปัจจุบัน VR/AR ก็เช่นกัน แม้เปอร์เซ็นต์ของคนที่ใช้ VR/AR เพิ่มขึ้นมากจาก 2 เปอร์เซ็นต์ เป็น 10 เปอร์เซ็นต์ ในปี 2021 แต่ 10 เปอร์เซ็นต์ ถือว่าน้อยมาก ทั้งนี้ อย่างที่กล่าวว่า Metaverse ยุคแรกเริ่มนั้น เริ่มปรากฏให้เห็นแล้ว ส่วนใหญ่ก็ใช้สมาร์ทโฟนหรือคอมพิวเตอร์ในการเข้าถึง ดังนั้นข้อจำกัดด้านฮาร์ดแวร์อาจจะลดลงไปพอสมควร แม้ว่า quality of experience จะไม่เทียบเท่าอุปกรณ์ headset แต่ก็สามารถทดแทนกันได้ระดับหนึ่ง ส่วน NFT เป็นอีกโลกหนึ่งที่ไม่ใช่แค่เรื่องฮาร์ดแวร์ แต่เป็นเรื่องการใช้ความรู้ที่มองว่ายังค่อนข้างอีกไกล อีกทั้งราคาอุปกรณ์ที่สามารถเข้าถึงได้ก็ยังคงค่อนข้างสูง

“การพัฒนา Metaverse จำเป็นต้องใช้ภาษาโค้ดดิ้ง คนไทยเก่งเรื่องนี้ สามารถทำได้แต่ยังมีจำนวนน้อย อาจต้องใช้เวลาพัฒนาอีกสักระยะหนึ่ง” เธอให้ความเห็นต่อการพัฒนาตลาดเกมในอนาคต

คุณค่าที่มอบให้ลูกค้าและพันธมิตร

ในการดำเนินธุรกิจดิจิทัลแพลตฟอร์มมายาวนานนับ 10 ปี สิ่งหนึ่งที่มณีนรีนให้ความสำคัญมากคือ เรื่องประสบการณ์การใช้งานที่ดีที่สุดของลูกค้า

แม้จะมีช่องทางสร้างรายได้มาก แต่บางครั้งเธอก็ปฏิเสธไปเพื่อ

รักษามาตรฐานการบริการที่ดีไว้ เธอยกตัวอย่างธุรกิจเกมที่ต้องคิดว่า จะทำอย่างไรให้ผู้เล่นเกมแล้วรู้สึกตอบโจทย์เขา “โหล่สินที่สุด ไม่มีอะไรมารบกวน” ซึ่งเป็นที่มาที่ทำให้หลายคนสงสัยว่าทำไมเธอไม่ทำโฆษณาเข้าไปอยู่ในเกม

“มีคนพูดเยอะมากกว่าทำไมเกมของเราไม่ทำโฆษณาในเกม ทุกปีจะมีคนมาถาม แต่เราไม่ได้สนใจเพราะเรารู้ว่าถ้าลูกค้าเล่นเกมแล้วมีป๊อปอัพโฆษณาขึ้นมาขายของจะเป็นการรบกวนการเล่นของเขามาก ๆ เราเลยไม่ทำ”

ส่วนShopee เธอพยายามทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้แพลตฟอร์มเกิดประโยชน์กับเขาสูงสุด ทั้งในฝั่งผู้ซื้อและผู้ขาย สำหรับผู้ซื้อต้องเข้ามาแล้วค้นหาสินค้าที่ต้องการเจอ จึงทุ่มเทกับการพัฒนาเครื่องมือค้นหาเป็นอย่างมาก โดยใช้ natural language processing แก้อัปเดตของภาษาไทย

“โครงสร้างภาษาไทยนี้ยาก พิมพ์ผิดนิดเดียวก็หาไม่เจอ ทำอย่างไรให้เขาสะกดผิด พิมพ์ผิด แต่หาของที่เขาอยากได้เจอ ได้สินค้าอย่างที่เราจะได้บนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ”

ในการทำงานบริหารแพลตฟอร์ม เธอพยายามหาสิ่งที่จะนำมาพัฒนาเพิ่มเติมให้ผู้ใช้บริการได้ประโยชน์สูงสุด เนื่องจากความต้องการและพฤติกรรมผู้ใช้งานเปลี่ยนไปตลอดเวลา การที่ Shopee ให้บริการในหลายประเทศทำให้เธอได้เห็นจุดเด่นของฟีเจอร์แต่ละที่เป็นอย่างไร มีอะไรนำมาใช้กับคนไทยได้ อย่างเช่นบริการ digital lending ของ SeaMoney ประเทศอินโดนีเซียที่ทำมาหลายปีแล้ว เมื่อธนาคารแห่งประเทศไทยออกใบอนุญาต digital lending ก็นำมาใช้ในไทยเลย

สำหรับพันธมิตรธุรกิจนั้น มณีรัตน์บอกว่าพยายามทำให้เข้าใจว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเขาอย่างไร ถ้าเข้ามาเป็นพันธมิตรจะทำให้เขาได้

ลูกค้ากลุ่มใหม่ที่อาจไม่เคยคิดว่าจะเข้าถึง เช่นกรณีแคมเปญที่ Garena ทำร่วมกับธนาคารกสิกรไทย เปิดตัวบัตรเดบิต K-RoV ดึงลูกค้าที่ชอบเล่นเกม RoV มาเปิดบัญชีกับธนาคาร ส่วน SeaMoney มีทั้งที่เป็นของตัวเอง และทำร่วมกับธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารกสิกรไทย

เป้าหมายส่วนตัวกับงานที่กำลังอยู่

เมื่อถามถึง passion ส่วนตัวที่ใช้ในการทำงาน เธอบอกว่าสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญไม่แพ้เรื่องอื่น ๆ คือเรื่องการสร้างคน เพราะมองว่าทุกอย่างที่เกิดขึ้นในองค์กรล้วนมากจากทีมงาน

“เราเชื่อเรื่องการทำงานเป็นทีมมาก ทุกอย่างต้องทำด้วยกันเป็นทีมที่ดี ไม่ใช่เราเก่งแ่คนเดียว ทีมที่ดีเกิดขึ้นได้จากทุกคนเปิดอกคุยกัน มีอะไรอัปเดตกัน ช่วยเหลือกัน”

เธอบอกว่ามักมีคนถามทำไมบริษัทใช้คนรุ่นใหม่ไม่มีประสบการณ์ มาทำงานจำนวนมาก ซึ่งเธอมองว่าพวกเขามี passion มีความตั้งใจทำงาน จึงต้องให้โอกาสพวกเขาได้แสดงผลงาน มองเห็นเขาเติบโตไปพร้อมกับพวกเรา เห็นพวกเขานำความรู้ที่มีไปช่วยสร้างคนอื่น ต่อยอดไปอีกด้วยรู้สึกดี

“วันหนึ่งถึงเวลาที่เราไม่ได้อยู่ที่บริษัทนี้แล้ว สิ่งที่เราสร้างไว้สามารถอยู่ต่อไปได้ด้วยคนที่เราสร้างขึ้นมามีบริษัทก็จะดำเนินต่อไปได้ด้วยตัวเอง”

นอกเหนือจากการสร้างคนภายในองค์กร เธอยังมองว่าการสร้างทักษะดิจิทัลให้เกิดขึ้นในระบบนิเวศถือเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นภารกิจสำคัญที่ Sea (ประเทศไทย) กำลังเร่งทำ ไม่ว่าจะเป็นผู้ซื้อและผู้ขาย หรือผู้เล่นเกม อยากทำให้ครอบคลุมทุกส่วนทั้งกลุ่มคนในเมืองใหญ่ไปจนถึงผู้ประกอบการในต่างจังหวัด



• •

ภาษาไทยนี้ยาก
พิมพ์ผิดนิดเดียวก็หาไม่เจอ
ทำอะไรให้เขาพิมพ์ผิด
แต่หาของที่เขาอยากได้เจอ
ได้สินค้าอย่างที่ควรจะได้
บนแพลตฟอร์ม
อีคอมเมิร์ซ

• •

“ที่ผ่านมา Sea (ประเทศไทย) ทำงานร่วมกับหลายมหาวิทยาลัย เพื่อเข้าไปให้ความรู้แก่นักศึกษาตั้งแต่อยู่ในห้องเรียน เรามี Shopee University หรือศูนย์การเรียนรู้ผู้ขาย มี Shopee Bootcamp ทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ อาทิ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาเข้าไปอบรมให้ความรู้การทำอีคอมเมิร์ซกับนักเรียนอาชีวะ 6,000 ราย ให้เรียนรู้การสร้างรายได้ผ่านออนไลน์ รวมถึงจัดการแข่งขันการเขียนโค้ดดึงให้กระจายไปในวงกว้างที่สุด”

สำหรับการนำความเชี่ยวชาญและทรัพยากรที่มีไปสร้างความรู้ให้กับสังคมวงกว้าง เธอแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้สูงวัย และกลุ่ม new workforce

“อยากทำให้ผู้ใช้งานเข้าใจทักษะพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลแบบ day-to-day รู้เท่าทันภัยไซเบอร์ต่าง ๆ และอยากเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดัน digital literacy ให้กับคนไทย”



เธอหวังว่ากลุ่มผู้สูงวัย เมื่อใช้งานแพลตฟอร์มต่าง ๆ เป็นจะทำให้รู้ทันเทคโนโลยีว่ามีทั้งข้อดีและข้อเสียอย่างไร รู้วิธีรับมือกับภัยไซเบอร์ที่ปัจจุบันเกิดขึ้นมากมาย ส่วนกลุ่ม new workforce หรือคนทำงาน ต้องการพัฒนาทักษะดิจิทัลให้พวกเขามีส่วนช่วยผลักดันความรู้ด้านดิจิทัลให้แก่คนไทยต่อไป

“กลุ่ม young generation ส่วนใหญ่มีความสนใจเทคโนโลยี สนใจเกม อีสปอร์ต จะใช้แพลตฟอร์ม Garena ของเรามาเป็นตัวเชื่อม ต่อยอดการใช้งานเทคโนโลยีให้กับเขา ทำให้เขารู้ถึงเบื้องหลังเกมที่เขาชอบ”

เรื่องนี้เธอได้ทำงานร่วมกับมหาวิทยาลัยหลายแห่ง โดยมีแพลตฟอร์ม Garena Academy เป็นแหล่งข้อมูลการเรียนรู้สำหรับเยาวชน เพื่อช่วยส่งเสริมความสามารถและพัฒนาทักษะที่จำเป็นในโลกดิจิทัล “ทำให้มีความเข้าใจอาชีพในฝันของพวกเขาดีขึ้น นักสร้างเกม หรือผู้ที่ย่อยากเป็นนักกีฬาอีสปอร์ต ว่าทักษะจำเป็นที่ควรมีคืออะไร และควรจะเรียนรู้อะไรเพื่อไปถึงฝัน แม้ว่าในอนาคตความฝันของพวกเขาจะเปลี่ยนไปก็ตาม”

รวมทั้งเธออาศัยสิ่งนี้เป็นตัวเชื่อมเพื่อเข้าถึงผู้ปกครองของเด็ก ๆ หรือคุณครูตามโรงเรียน มหาวิทยาลัย ให้เกิดความเข้าใจ และเห็นประโยชน์ของการเล่นเกมในปัจจุบันว่าสามารถต่อยอดไปในอนาคตได้อย่างไร

แนวโน้มเทคโนโลยีที่สร้างผลกระทบในอนาคต

การระบาดของโควิด-19 เป็นตัวเร่งให้เกิดหลายอย่างเร็วขึ้น จากรายงานการวิจัยเศรษฐกิจในอาเซียนของยูนิโคด-เทมาเส็ก ระบุว่า ในช่วงปี 2020-2021 ประเทศไทยและฟิลิปปินส์เป็นสองประเทศที่มีผู้ใช้

อินเทอร์เน็ตเกิดใหม่มากที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่น่าสนใจคือตัวเลขที่เพิ่มขึ้น 58 เปอร์เซ็นต์ เป็นผู้ใช้งานที่อยู่ต่างประเทศกระจายตัวกว้างออกไป

“จากที่เคยคิดว่าเทคโนโลยีเป็นเรื่องของคนหัวเมือง ก็ต้องเปลี่ยนความคิดว่าเป็นเรื่องของโอกาสความเท่าเทียมกันวงกว้างมากขึ้น คนที่ไม่เคยใช้เทคโนโลยีก็ได้ใช้ คนที่ใช้อยู่แล้วก็ใช้เยอะขึ้น มีความถี่ในการใช้มากขึ้น เกิดการทดลองใช้ฟังก์ชันใหม่ ๆ มากขึ้น”

มนีรัตน์บอกว่า การเกิดขึ้นยาวนานของโควิดก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ปรับเปลี่ยนไปกลายเป็นวิถีชีวิตแบบใหม่ การใช้ชีวิตของผู้คนจะไม่กลับไปเหมือน 2 ปีก่อนอีกแล้ว ทำให้กระบวนการคิดทางธุรกิจก็เปลี่ยนไปด้วย ธุรกิจแบบดั้งเดิมก็ต้องปรับตัวสู่โลกดิจิทัล ตัวอย่างที่เกิดขึ้นจากโควิดเช่น การขายประกันออนไลน์ ขายบ้านออนไลน์ เป็นต้น

“คนเริ่มมองเห็นความสำคัญของทักษะทางเทคโนโลยี อยากนำทักษะเหล่านั้นมาใช้เพราะเขาเข้าใจแล้วว่ามันช่วยให้เขาสามารถขายของได้มากขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพการงานให้ดีขึ้น ลดต้นทุนต่าง ๆ ทำให้ชีวิตสะดวกมากขึ้น ในขณะที่องค์กรต่างๆ ก็เริ่มคิดหาวิธีที่ทำให้พนักงานใช้เทคโนโลยีให้ถูกกับบริบทความต้องการของบริษัท”

ผู้บริหาร Sea (ประเทศไทย) กล่าวถึงเทคโนโลยีที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของผู้คนในอนาคตว่า ที่เห็นชัดคือ เทคโนโลยีคอมเมิร์ซ ทำให้การทำมาหากินเปลี่ยนไป คนขายของบนโลกออนไลน์มากขึ้นโดยไม่ต้องมีหน้าร้าน คนทำงานประจำใช้คอมเมิร์ซเป็นช่องทางสร้างรายได้เสริมและเทคโนโลยี big data ที่จะเห็นองค์กรธุรกิจใช้กันมากขึ้นเรื่อย ๆ

“การสร้างประสบการณ์ในการซื้อสินค้าออนไลน์และออฟไลน์ให้เกิดความต่อเนื่องกัน ซึ่งจะได้เห็นในแบรนด์ใหญ่ ๆ ทำให้เกิด seamless experience ให้คนรู้สึกว่าการซื้อของออนไลน์เหมือนการออกไปซื้อที่หน้าร้าน”

สิ่งนี้เกิดขึ้นในประเทศจีนแล้ว เมื่อลูกค้าเดินเข้าร้านพนักงานจะรู้ทันทีว่าลูกค้าเคยซื้อสินค้าอะไรบนโลกออนไลน์ พนักงานขายจะนำเสนอสินค้าได้ตรงความต้องการ เป็นการสร้างประสบการณ์ segment O2O ต่อเนื่องระหว่างออนไลน์กับออฟไลน์ เกิดการตลาดแบบ segment of one หรือการจัดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบบ 1 ต่อ 1 มีความเฉพาะส่วนตัวมากขึ้น ซึ่งแบรนด์ต้องทำ data analytics มากขึ้น

อีกเรื่องหนึ่งที่จะเห็นมากขึ้นคือเทคโนโลยีดิจิทัลไฟแนนซ์ ซึ่ง 2 ปีที่ผ่านมาตัวเลขผู้ใช้งานธุรกรรมออนไลน์ในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ปัจจัยสำคัญจากนโยบายของธนาคารแห่งประเทศไทยที่สนับสนุน “พร้อมเพย์” ทำให้ตัวเลขการใช้ไอพีเอ็มเน็ตเติบโตอย่างรวดเร็ว

“เรื่องนี้สอดคล้องกับรายงานที่ Sea (ประเทศไทย) ทำร่วมกับ World Economy Forum ชื่อ Thai Digital Generation 2021 มี 2 ตัวเลขน่าสนใจคือ หนึ่ง ประมาณ 76 เปอร์เซ็นต์ ของเอสเอ็มอีไทยมีความต้องการเข้าถึงธุรกรรมทางการเงินบนโลกออนไลน์เพิ่มมากขึ้นสอง จำนวน 66 เปอร์เซ็นต์ ของกลุ่มเอสเอ็มอีไทยต้องการเข้าถึงสินเชื่อบนโลกออนไลน์มากขึ้น”

เธอบอกว่า เมื่อทุกอย่างออนไลน์ ทั้งระบบซื้อขายสินค้า ระบบชำระเงิน แต่ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนแบบเดิมมีขีดจำกัดอยู่ ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีจึงต้องการทางเลือกที่จะทำให้เข้าถึงเงินทุนได้ง่ายขึ้น เรื่องการทำ digital lending หรือบริการที่เป็นดิจิทัลไฟแนนซ์จึงจะเพิ่มมากขึ้น

“ยังมีงานอีกหลายอย่างให้ต้องคิดและทำเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของลูกค้า คู่ค้า และผู้คนให้ดีขึ้น สะดวกขึ้น และได้ประโยชน์จากการมีอยู่ของแพลตฟอร์มต่าง ๆ ของ Sea (ประเทศไทย)” มนีรัตน์ยังคงย้ำเป้าหมายของงานที่เธอทำตามความตั้งใจที่เคยมี

CHAPTER



03

จินตนาธิราช ถือแก้ว

จากลมใต้ปีกสู่แถวหน้า
เพื่อขับเคลื่อนการศึกษาไทย

“ยู้ย” จันทนารักษ์ ถือแก้ว ผู้เคยซ่อนตัวเป็นแรงหนุน อยู่เบื้องหลังงานขับเคลื่อน การศึกษาไทยผ่าน tech start-up จำนวนมาก วันนี้เธอเปลี่ยน บทบาทมายืนอยู่แถวหน้า คอย ค้นหาโอกาสให้กับเหล่า สตาร์ทอัพผู้หลงใหลในงาน การศึกษาเพื่ออนาคตด้วย กองทุน StormBreaker Venture เพื่อการศึกษาโดยเฉพาะ พร้อมปณิธานเป็นพี่เลี้ยงส่ง พวกเขาไปสู่เป้าหมาย



แม้จะเรียนจบปริญญาตรีและ โทด้านแพทยแผนไทยประยุกต์ และเภสัชศาสตร์ จากมหาวิทยาลัย มหิดล แต่เกือบทั้งชีวิตการทำงาน ของเธออยู่กับสตาร์ทอัพสาย เทคโนโลยีและการศึกษามาตลอด เริ่มจากการเป็นผู้ช่วย “กระซิง” เรื่องโรจน์ พูลผล เจ้าฟองการ สตาร์ทอัพของไทย ก่อร่างสร้าง คลาสอบรม startup ยุคบุกเบิก จังหวัดของชีวิตและโอกาสใน หน้าที่การงานส่งผลให้เธอได้ลงมือ ทำอะไรหลายอย่าง ได้เรียนรู้ทักษะ ใหม่ ๆ และค้นหาตัวตนจนกลายเป็น

มาเป็น “แรงผลักดัน” ให้ตระหนักว่าตนเองต้องการเป็นอีกหนึ่งแรงขับเคลื่อนเล็กๆ ที่จะช่วยเปลี่ยนผ่านวงการการศึกษาของไทยให้ตอบโจทย์ โลกอนาคตมากขึ้น

ปี 2018 เธอตัดสินใจรับไม้ต่อจากเจ้าฟองการสตาร์ทอัพ ผู้ก่อตั้ง กองทุน Disrupt Technology Venture (ชื่อเดิม Disrupt University) ซึ่งมีพันธกิจที่จะขยายบทบาทจากการให้ความรู้ในการบ่มเพาะผู้ก่อตั้ง สตาร์ทอัพ สู่การฝึกอบรมด้านนวัตกรรมกับองค์กรธุรกิจ รวมทั้งสร้าง StormBreaker Venture เพื่อเป็นกองทุนตั้งต้นสำหรับสตาร์ทอัพด้าน การศึกษา หลังจากที่เธอทำงานอยู่เบื้องหลังมาโดยตลอดหลายปี

“Disrupt Technology Venture นำความรู้ด้านสตาร์ทอัพ นวัตกรรม และผู้ประกอบการมาสอนคนไทยตั้งแต่ปี 2012 บั้นผู้ก่อตั้งสตาร์ทอัพ ขึ้นมามากมาย จนเราเริ่มตระหนักว่าจะต้องเร่งสร้าง tech talent ขึ้นมา ในปี 2018 จึงเปิดตัว StormBreaker Venture เป็นกองทุนแยกออกมา จาก Disrupt Technology Venture ทำหน้าที่เป็นกองทุนที่ลงทุนใน สตาร์ทอัพด้านการศึกษาโดยเฉพาะ”

จันทนารักษ์ กล่าวว่า แม้จะมีกองทุนอย่าง 500 TukTuks และ นักลงทุนจำนวนมากที่ให้เงินลงทุนไปในสตาร์ทอัพ แต่ที่ผ่านมาเงิน ลงทุนส่วนใหญ่ทุ่มไปในกลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซ โลจิสติกส์ และฟินเทค ขณะที่สตาร์ทอัพด้านการศึกษาแทบไม่มีเลย

สำหรับ StormBreaker Venture นอกจากจะเน้นการให้เงินตั้งต้น แก่สตาร์ทอัพด้านการศึกษาแล้ว ยังให้คำแนะนำและคำปรึกษา และ สนับสนุนผู้ประกอบการที่ทำเรื่องการศึกษา โดยอาศัยเครือข่ายพันธมิตร หรือพาร์ตเนอร์ต่าง ๆ ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือ 500 TukTuks

นักลงทุนใน StormBreaker Venture เป็น angel investors ที่เห็น ความสำคัญเรื่องการศึกษา มีทั้งนักธุรกิจชั้นนำ อาทิ สราวุธ อธิวิทย์

และองค์กรวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่มีนโยบายสนับสนุนการศึกษา และมีการทำงานร่วมกับหน่วยงานรัฐที่มีความเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนการศึกษาไทย อาทิ กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.) เพื่อมุ่งจัดช่องว่างความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา

เธอเชื่อว่าสตาร์ทอัพจะมีบทบาทในการหาโซลูชันใหม่ ๆ เพื่อเป็นทางเลือกของการเรียนรู้ในโลกยุคใหม่ และช่วยแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาไทยได้ ทั้งนี้ StormBreaker Venture จะให้เงินลงทุนในสตาร์ทอัพด้านการศึกษาระดับ pre-seed ด้วยงบลงทุนประมาณ 500,000 – 1,500,000 บาทต่อราย ปัจจุบันมีสตาร์ทอัพด้านการศึกษาได้รับทุนไปแล้ว 17 ราย

หากมองในมิติของการสร้างผลตอบแทนเป็นตัวเงิน สตาร์ทอัพด้านการศึกษาอาจจะไม่น่าสนใจ แต่ทว่าหวิหามากเมื่อสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับสังคมและประเทศชาติ งานนี้จึงท้าทายเธออย่างมากในการช่วยสตาร์ทอัพหาสมดุลระหว่างการทำประโยชน์ต่อสังคมกับการสร้างผลตอบแทนให้สามารถอยู่รอดได้เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมการศึกษาออกมอย่างต่อเนือง เธอจึงนิยามสิ่งที่กำลังทำว่าเป็น social impact

สิ่งที่เธอทำคือการสนับสนุนสตาร์ทอัพในทุกมิติทั้งการให้คำแนะนำ การบ่มเพาะ และให้การลงทุน เพื่อให้บรรดาสตาร์ทอัพค้นทักษะและความสามารถที่มีอยู่ออกมาให้มากที่สุด โดย StormBreaker Venture จะช่วยสานต่อเรื่องเม็ดเงินลงทุนเพื่อหนุนส่งให้ผู้เริ่มต้นเหล่านั้นเติบโตและสร้างผลกระทบเชิงบวกที่ใหญ่ขึ้น

เธอบอกว่าการเป็นกองทุนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสมดุลสัดส่วนของสตาร์ทอัพด้านการศึกษาที่สร้างรายได้ดีกับที่สร้างผลกระทบใหญ่ โดยเธอกับ StormBreaker Venture ไม่ได้เดินบนทางเส้นนี้เพียงลำพัง

แต่มีกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.) มาเป็นพันธมิตรที่สำคัญอีกหนึ่ง

StormBreaker Venture กับการจับเคลื่อนวงการการศึกษา

จันทนารักษ์ ยอมรับว่าการระบาดของไวรัสโควิด-19 ช่วยผลักดันให้ผู้คนในสังคมไทยตระหนักและมองเห็นความสำคัญและความเป็นไปได้ของเทคโนโลยีทางการศึกษามากขึ้น กลายเป็นจุดเริ่มต้นที่หลายคน หลายองค์กร อยากจะปรับเปลี่ยนตนเองกับองค์กร

"ยุ่งไม่ได้เป็นนักการศึกษา แต่รู้จักผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่สามารถนำความรู้มาช่วยการศึกษาของประเทศ จึงสร้างระบบนิเวศขึ้นมาสนับสนุนสตาร์ทอัพด้านการศึกษา ตั้งแต่ขั้นเริ่มต้น คือ มีไอเดียและมีความอยากที่จะลงมือทำ เราพร้อมเดินไปกับพวกเขาเพื่อให้เติบโตและสร้างประโยชน์ในวงกว้าง"

สตาร์ทอัพจะมีบทบาทหาโซลูชันใหม่ ๆ
เป็นทางเลือกของการเรียนรู้ในโลกยุคใหม่
และช่วยแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาไทยได้

ยิ่งช่วงเวลานี้เป็นเวลาที่ดีที่สุดของสตาร์ทอัพด้านการศึกษา เพราะวิกฤติโควิด-19 ได้เร่งและบังคับให้ทุกคนต้องเข้าใจและรู้จักใช้เทคโนโลยีสำหรับการเรียนการสอน ไม่ว่าจะเป็นการเรียนการสอนรูปแบบทางการในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย รวมถึงการฝึกอบรม การปรับและเพิ่มพูนทักษะใหม่ที่จำเป็น



เราตระหนักว่า
จะต้องเร่งสร้าง
tech talent ขึ้นมา
ในปี 2018 จึงเปิดตัว
StormBreaker Venture
เป็นกองทุนที่ลงทุน
ในสตาร์ทอัพ
ด้านการศึกษา
โดยเฉพาะ



จันทนารักษ์ ถือแก้ว



“ช่วงเวลานี้คือโอกาสของทั้งกับสตาร์ทอัพด้านการศึกษาและกับผู้ที่จะได้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี ไม่ว่าจะในรูปแบบของแพลตฟอร์มหรือบริการต่าง ๆ เพิ่มพูนทักษะ ความรู้ ความสามารถให้กับตัวเองเพื่อสร้างรายได้ที่ดีขึ้นเพื่อคุณภาพชีวิตของเธอและครอบครัวที่ดีขึ้น”

จินตนารักษ์ คาดการณ์ว่า แนวโน้มการศึกษาจะไปสู่ personalized education ที่จะมีหลักสูตรต่างๆ เพิ่มขึ้นอย่างมาก จะแตกสาขาและมีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น ซึ่งเทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทสำคัญช่วยทำให้การศึกษาในอนาคตมีเสน่ห์และตอบโจทย์ผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล นี่คือการผสมผสานของสตาร์ทอัพและเป็นหน้าที่ของเธอที่จะช่วยให้สตาร์ทอัพก่อเกิดและเติบโตไปกับแนวโน้มนี้

ก้าวถัดไปจากการสนับสนุนสตาร์ทอัพ เธอกล่าวว่า StormBreaker Venture จะเข้าไปมีบทบาทในฐานะตัวเชื่อมระหว่างผู้ประกอบการกับมหาวิทยาลัยเพื่อร่วมสร้างหลักสูตรทักษะใหม่ที่อุตสาหกรรมต้องการเพื่อที่จะได้เตรียมสร้างคนให้ตรงโจทย์ตั้งแต่เริ่มต้น

แม้การเปลี่ยนแปลงด้านการศึกษาจะเป็นงานยาก แต่เธอเชื่อมั่นว่าการเปลี่ยนแปลงสามารถเกิดขึ้นได้เสมอ ขอเพียงแค่ลงมือทำ ซึ่งการคิดแล้วลงมือทำคือหลักการทำงานที่เธอปฏิบัติมาโดยตลอด

“ถ้าเราไม่แก้แล้ว เราจะได้ไม่ทำ ลองทำไปเลย เหมือนตอนที่เราทดลองทำ StormBreaker Venture เราไม่รู้หรอกว่ามันจะเวิร์กไหม เราเริ่มต้นด้วยการทำ EdTech conference ขึ้นมา เชิญนักวิชาการด้านศึกษามาแลกเปลี่ยนความเห็น และจัด hackathon ให้ผู้ประกอบการมาแชร์และนำเสนอไอเดีย พอเกิดไอเดียแต่ไม่มีเงินลงทุนทำ จึงระดมทุนมาตั้งเป็น StormBreaker Venture เพื่อเป็นผู้ให้เงินลงทุนตั้งต้นเรียกว่า เมื่อมันยังไม่ทำอะไร เราก็ลองลงมือทำ แล้วก็เรียนรู้กันไป เรียนรู้

จากมันไปเรื่อย ๆ” จินตนารักษ์กล่าวด้วยความเชื่อมั่นว่า การคิดแล้วลงมือทำจะทำให้เกิดการเรียนรู้ การมีโอกาสลองผิดลองถูก จะทำให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ได้ไม่สิ้นสุด

ความท้าทายของ EdTech ไทย

เธอกล่าวว่า ความท้าทายของสตาร์ทอัพด้านการศึกษา คือรูปแบบธุรกิจที่จะสร้างรายได้ที่ยั่งยืน กับการเข้ามาของแพลตฟอร์มจากต่างประเทศ ซึ่ง EdTech ไทยต้องเร่งมือเตรียมความพร้อมก่อนที่จะสายเกินไป และ StormBreaker Venture จะเป็นหนึ่งในพันธมิตรที่จะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับสตาร์ทอัพ

ความมุ่งหวังสำคัญคือ จะทำให้ StormBreaker Venture เชื่อมโยงภาพของการศึกษา จากสตาร์ทอัพที่ยังกระจายอยู่ โดยเธอจะพยายามเชื่อมโยงแต่ละคนกำลังทำเป็นโปรเจกต์เล็ก ๆ ของตนเอง ให้มาทำงาน



ร่วมกันมากขึ้น รวมทั้งดึงบริษัทขนาดใหญ่ที่ทำโครงการด้านการศึกษาขององค์กรให้มาทำงานด้วยกัน เพื่อทำให้เกิดผลกระทบที่ใหญ่ขึ้น

“คาดว่าภายใน 4-5 ปีนี้ คงเห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้น เราอยากจะทำให้ EdTech ไทยไปถึงระดับภูมิภาค เพราะตอนนี้เป็นขาขึ้นของ EdTech ทั่วโลก เราอยากสนับสนุน EdTech ไทยให้ครองตลาดในไทย และสามารถเติบโตในระดับภูมิภาคได้”

เธอประเมินว่าในช่วง 4-5 ปีข้างหน้าจะมี EdTech ที่เป็นยูนิคอร์น แม้ความจริงคำว่ายูนิคอร์นสำหรับเธอจะไม่สำคัญเท่ากับความภูมิใจที่ EdTech ไทยสามารถไปถึงระดับภูมิภาค

“ถ้าไปถึงระดับนั้นได้ อย่างไรก็ต้องเป็นยูนิคอร์น แต่เราแค่ไม่ได้ยึดติดว่าต้องเป็นยูนิคอร์น เพราะว่ายูนิคอร์นเป็นการวัดกันที่ระดับมูลค่า เหมือนเราเห็นการเติบโตของเขา เหมือนเราได้โตไปด้วยกัน ถ้าอนาคตเขาไปถึงระดับภูมิภาคหรือระดับโลกได้ มันก็เป็นความภูมิใจของเรา มันก็เหมือนเป็น proud mom”

เธอกล่าวว่า การที่สตาร์ทอัพด้านศึกษารุ่นพี่อย่าง Conicle ระดมทุนซีรีส์เอ ได้ 90 ล้านบาท ทำให้เริ่มเห็นรุ่นพี่ที่กลายมาเป็นฮีโร่ให้กับน้อง ๆ แล้ว เพราะฉะนั้นตั้งแต่ 2021 เป็นต้นไป เป็นช่วงโอกาสทองที่ EdTech จะสามารถเติบโตได้ เพราะมีระบบนิเวศมารองรับ มีรุ่นพี่ที่เป็นแบบอย่าง

ตอนนี้เป็นขาขึ้นของ EdTech ทั่วโลก

เราอยากสนับสนุน EdTech ไทยให้ครองตลาดในไทย

และสามารถเติบโตในระดับภูมิภาคได้

ดังนั้นเธอจึงสนับสนุนให้ใครที่มีไอเดียสามารถลงมือทำได้เลย

ไม่ต้องห่วงกังวลเรื่องเงินลงทุน เพราะนอกจาก StormBreaker Venture ยังมีดีπάซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐที่ให้เงินลงทุนกับ EdTech ตั้งแต่ 1-5 ล้านบาท

ทั้งนี้ ใครที่สนใจอยากทำสตาร์ทอัพด้านการศึกษา เธอแนะนำว่า จะต้องมององค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน คือ มีความรู้เรื่องแวดวงการศึกษา เข้าใจเทคโนโลยี และคิดเรื่องธุรกิจเป็น

“องค์ประกอบทั้งหมดไม่จำเป็นต้องอยู่ในคน ๆ เดียว แต่ในทีมนั้น จำเป็นต้องมีคนที่มีความรู้เรื่องการศึกษา เข้าใจปัญหาการศึกษาที่ต้องการจะแก้ และต้องมีความรู้ในเรื่องการทำธุรกิจ การบริหารจัดการ รวมทั้งมีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยี”

แม้ที่ผ่านมาการดำเนินการของ StormBreaker Venture จะไปได้ดี แต่เธอกลับเห็นว่า ตนเองยังไม่ประสบความสำเร็จอย่างที่ตั้งใจไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความหวังที่จะเห็นการศึกษารูปแบบใหม่

“ย้ายเชื่อว่ามันยังมีความหวังอยู่เสมอ ไม่ว่าคุณจะคิดอย่างไรหรือมีไอเดียอะไร มันยังมีความหวัง มีคนที่ยังพร้อมจะให้การสนับสนุนคุณอยู่ ตราบใดที่คุณยังพยายาม ยังต่อสู้ ยังอยากจะทำมันจะมีหนทางรออยู่ แล้ววันหนึ่งคุณก็จะเจอคนที่พร้อมจะให้ความช่วยเหลือคุณเองถ้าคุณยังลงมือทำต่อไป”

การทำงานทุกอย่างย่อมมีอุปสรรค โดยเฉพาะการขับเคลื่อนการศึกษาของประเทศไทย และยิ่งเธอไม่ได้อยู่ในฐานะของคนที่เขียนนโยบาย แต่เธอไม่ย่อท้อที่จะเดินหน้าทำหน้าที่และบทบาทของเธอในฐานะฟันเฟืองที่จะขับเคลื่อนการศึกษาไทยด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่อไป

“ตราบใดที่เรายังทำอยู่สักวันหนึ่งจะเห็นผล เพียงแต่ว่าเราอาจจะไม่ได้เห็นมันมาเบรีย้งป้าง มาเปลี่ยนแปลงการศึกษาไทยในวันนี้ หรือ

เดี๋ยวนี้ แต่ว่าในอนาคตมันจะออกดอกออกผลแน่นอน”

เธอกล่าวว่า การทำให้ผู้ประกอบการ EdTech เติบโตขึ้น ก้าวต่อไปได้อย่างมั่นคง ช่วยให้เธอได้รับพลังบวกกลับมาเติมเต็มและหล่อเลี้ยง StormBreaker Venture ให้ก้าวเดินต่อไป

บทบาทของคูชีวิตของเจ้าพ่อสตาร์ทอัพไทย

ปฏิเสธไม่ได้ว่าชื่อของจันทนาภรณ์นั้นเกาะเกี่ยวไปกับชื่อของ “กระติ่ง” เรื่องโรจน์ พูนผล อย่างเลี่ยงไม่ได้เพราะเธอคือคูชีวิต คู่คิดและทีมที่ร่วมกันสร้างและผลักดันสตาร์ทอัพในไทยมาตลอดเกือบทศวรรษที่ผ่านมา การปรับเปลี่ยนบทบาทจากผู้ที่เคยอยู่เบื้องหลังเป็นลมใต้ปีกมายืนอยู่ข้างหน้าและนำทีมของเธอ ช่วยเพิ่มเป้าหมายในชีวิตที่นอกจากจะเป็นผู้สนับสนุนที่ดีแล้ว เธอจะเป็นผู้นำทีมที่ดีด้วยเช่นกัน

“เกือบ 10 ปี จากที่หลบอยู่ข้างหลัง คอยช่วยอยู่เบื้องหลัง วันนี้เราเป็นแบบนี้ไม่ได้แล้ว เราต้องก้าวออกมา ยู่ต้องดิษฐ์ตัวเองว่าเราก็ต้องโตไปพร้อม ๆ กัน เราไม่ได้มีแค่หน้าที่เป็นผู้สนับสนุนเขาเพียงอย่างเดียว แต่เราต้องมีเส้นทางเติบโตที่ขับเคลื่อนด้วย passion ไม่ต่างกัน”

เธอยอมรับว่าในอดีตเธอวางบทบาทเป็น “ผู้สนับสนุน” ให้เป็นพันธกิจหลัก คือ ทำอย่างไรก็ได้ให้เขามีบรรลุลความฝันที่ตั้งใจ แต่ปัจจุบันเธอรู้แล้วว่า “ตนต้องมีชีวิตของตนเอง มีความฝันของตนเอง” เช่นกัน

“เรานั่งคุยกันว่าอยู่เองต้องค้นหาความฝันของอยู่ ตอนนี้มี passion เรื่องการศึกษา เขาเป็นฝ่ายที่จะสนับสนุนเราบ้าง อยู่มีความกดดันลดลง มีความภูมิใจมากขึ้น เมื่อก่อนไม่กล้าภูมิใจ เพราะคิดว่าเราเป็นเพียงผู้สนับสนุนอยู่ข้างหลัง ดังนั้นเวลาที่ภูมิใจก็จะภูมิใจในตัวเขา



เมื่อก่อน

ไม่กล้าภูมิใจ

เพราะคิดว่าเราเป็นเพียง

ผู้สนับสนุนอยู่ข้างหลัง

ดังนั้นเวลาที่ภูมิใจ

ก็จะภูมิใจในตัวเขา

แต่เราล้มภูมิใจ

ในตนเอง





แต่เราลืมภูมิใจในตนเอง จนเวลาผ่านไป 3-4 ปี เราถึงเริ่มเห็นว่าสิ่งที่เราทำมันมีคุณค่า มีคนมองเห็น และเราก็มองเห็น เรากลับมาภูมิใจในตัวเราที่เป็นเรา ไม่ได้ยึดติดกับความภูมิใจในฐานะผู้สนับสนุนหรือผู้อยู่เบื้องหลังเขาอีกต่อไป" จันทนารักษ์ กล่าวทิ้งท้ายด้วยรอยยิ้ม

CHAPTER



04

สุวิตา จรรย์วงศ์

หญิงเก่งแห่ง **Tellscore**
ผู้บริหารเครื่อง่าย
อินฟลูเอนเซอร์มือหนึ่งของไทย

นักธุรกิจสาวลูกครึ่ง
ไทย-เยอรมัน ผู้ใช้ความถนัด
ทั้งวิทยาศาสตร์และศิลปะเป็น
แต้มต่อในธุรกิจ จากพนักงาน
UX specialist ผู้เจ้าของ
ธุรกิจเว็บไซต์ที่สร้างยอด
ขายหลายสิบล้านบาท แต่
ตัดสินใจปิดฉากธุรกิจเก่า
เพื่อก้าวต่อไปข้างหน้ากับ
ธุรกิจใหม่ที่ท้าทายกว่า



ในฐานะผู้ร่วมก่อตั้งและซีอีโอ
บริษัท เทลสคอร์ จำกัด (Telscore)
เจ้าของแพลตฟอร์มบริหารจัดการ
อินฟลูเอนเซอร์เพื่อการตลาดที่
ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

สุวิดา จรรย์วงศ์ ที่คนในวงการ
เรียกว่า “บู” มีความรู้การเขียน
โปรแกรมมาจากการเรียนในคณะ
วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ ที่มหา
วิทยาลัยมหิดล แต่ใจไม่รักงาน

เขียนโค้ดทำงานศิลปะ ไปเรียนต่อศิลปะกลับพบว่าเอาดีทางนี้ไม่ได้
จึงต้องหาเส้นทางอาชีพที่นำสองสิ่งมาหลอมรวมกันจนกลายเป็น
ความถนัดในสาขาคอมพิวเตอร์ออกแบบกราฟิก

“ตอนเขียนโค้ดระบบลงทะเบียนให้มหาวิทยาลัย เราไม่ได้ตื่นเต้น
เพราะเรามองไม่เห็นสิ่งที่เราทำ จึงหันไปใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการออกแบบ
ทำ visual design แทน แล้วรู้สึกชอบที่เราสามารถนำความรู้วิทยาศาสตร์
มาสร้างสรรค์งานศิลปะได้”

จากจุดนั้นทำให้เธอเบนเข็มไปทำปริญญาอีกใบด้านการออกแบบ
ที่นิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกาด้วยความมุ่งมั่นว่าจะเอาดีด้านศิลปะ
และการออกแบบอย่างเต็มที่ แต่ก็พบว่าตัวเองไม่ได้เก่งงานศิลปะและ
การออกแบบ จึงตัดสินใจเรียนต่อด้านการออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์
เพื่อประยุกต์ทักษะความรู้ทั้งสองด้านเข้าด้วยกัน

“เราไม่ได้เก่งศิลปะอย่างที่เรารชอบ และเสียเวลาทักษะการโค้ดดิ้ง
เลยนำมาผสมกัน ไปเรียนต่ออีก 2 ปี”

ในวัย 24 ปี เมื่อเรียนจบได้ทำงานกับบริษัทเว็บไซต์ที่นิวยอร์ก
เริ่มต้นทำงานในแผนกกราฟิก จากทักษะที่มีทั้งความเข้าใจตรรกะด้าน
คอมพิวเตอร์ และความเข้าใจเรื่องการออกแบบเพื่อการใช้งาน ไม่นาน
ก็ได้รับหน้าที่ UX associate ทำงานประสานระหว่างฝ่ายการตลาดกับ
ฝ่ายออกแบบและฝ่ายโปรแกรมมิ่ง ในตำแหน่ง UX specialist แต่
ทำงานอยู่เพียงปีเดียวก็ต้องกลับเมืองไทยตามความต้องการของ
ที่บ้าน หลังจากใช้ชีวิตคนเดียวในต่างแดนเป็นเวลา 5 ปี

กลับมาเมืองไทยสุวิดาได้ทำงานในหน้าที่ UX specialist อีกครั้ง
ในตำแหน่ง Art Director ที่บริษัทออกแบบเว็บชื่อ Cyber Image ในยุค
ที่เมืองไทยมีบริษัทเว็บไซต์ไม่มากนัก เธอทำงานอยู่ 1 ปี ก็ตัดสินใจ
ลาออกมาเปิดบริษัทให้บริการด้านการออกแบบเว็บไซต์ของตัวเอง ชื่อ
บริษัท Redlab

“ตอนนั้นปี 2001 ตลาดมีความต้องการด้านเว็บไซต์น้อยอย่างมาก และไม่มีใครทำด้าน UX เลย ความร้อนวิชาจึงตัดสินใจเปิดบริษัทเอง โดยมีเพื่อนร่วมงานที่บริษัทเก่ามาเป็น co-founder”

ใช้ UX ช่วยเว็บประสบความสำเร็จ

จากประสบการณ์ที่ได้ทำงาน 1 ปี สุวิดาพบว่า การให้บริการด้านการออกแบบเว็บไซต์ของไทยในเวลานั้นรู้จักแค่ความสวยงามของเว็บ ยังขาดเครื่องมือวัดผลเกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้ใช้งานที่จับต้องได้ เธอจึงนำฟีเจอร์ UX หรือ User Experience มาใช้ในทุกงานออกแบบเว็บของลูกค้า ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงปัญหาการใช้งาน และเข้าใจความต้องการของผู้ใช้ จนออกแบบและสร้างสรรค์เว็บได้ตรงความต้องการผู้ใช้มากที่สุด

“เราทำ UX เข้าไปในเว็บทุกชิ้น

เพื่อให้ลูกค้าเกิดการเรียนรู้และทดลองใช้งาน

ปรากฏว่าผู้ใช้งานและเจ้าของธุรกิจชอบ

ในเว็บไซต์ที่เราออกแบบเพราะเว็บสวยและการใช้งานตอบใจത്യ

โดยไม่รู้จักรว่าสิ่งนี้คือ UX”

การใส่ UX เข้าไปในทุกชิ้นงานการออกแบบเว็บค่อย ๆ สะสมความพอใจและสร้างฐานลูกค้ามากขึ้นเรื่อย ๆ จนในปี 2008 เกิดวิกฤติแฮมเบอร์เกอร์ เศรษฐกิจทั่วโลกปั่นป่วน ส่งผลกระทบกับธุรกิจมากมาย จนต้องมีการลดต้นทุน แต่ธุรกิจออกแบบเว็บของเธอกลับตรงกันข้าม มีลูกค้าต้องการทำเว็บไซต์มากขึ้น เพราะต้องการเครื่องมือที่ช่วยลดต้นทุน แต่ได้ประสิทธิภาพที่ดีขึ้น

ไม่เพียงบริษัทข้ามชาติในประเทศไทยซึ่งเป็นลูกค้าหลักของบริษัท วิกฤติครั้งนั้นยังทำให้ได้ลูกค้าธุรกิจไทยจำนวนมาก โดยเฉพาะธนาคารที่ให้ออกแบบ UX และทำโมบายแอปพลิเคชัน ซึ่งเวลานั้นธนาคารเริ่มขยายขอบเขตบริการจากเว็บไซต์สู่มือถือ สิ่งที่เกิดขึ้นเป็นบทเรียนใหม่ให้กับเธอ

“วันนั้นทำให้ได้เรียนรู้ว่าธุรกิจดิจิทัลเติบโตในยุคเศรษฐกิจตกต่ำชะลอตัว”

การเติบโตท่ามกลางวิกฤติไม่ได้ทำให้สุวิดาดีใจ แต่ทำให้เธอตระหนักว่าตัวเองทำธุรกิจแบบไร้แผนงาน ปล่อยให้เป็นไปตามสภาพแวดล้อม โชคดีที่ Redlab อยู่ถูกที่ถูกเวลา และถูกอุตสาหกรรม จึงได้รับอานิสงส์เชิงบวกจากวิกฤติเศรษฐกิจ

หลังจากนั้นเธอจึงเริ่มต้นวางแผนธุรกิจด้วยฉากทัศน์ของปัจจัยบวกลบทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน เพื่อเป็นแผนที่นำทางการเติบโตของบริษัท

ความท้าทายที่กังวลในตอนนั้น คือ การไม่มี barriers to entry จากการเริ่มเข้ามาของผู้เล่นต่างชาติ ทำให้สุวิดาคต้องขยายพอร์ตบริการสู่การทำคอนเทนต์ จากทำแพลตฟอร์มเว็บและโมบายสู่การทำตลาดทำคอนเทนต์ และดูแลเพจ

เรียกได้ว่าการตลาดดิจิทัลแบบครบวงจร ตั้งแต่ออกแบบเว็บจนถึงการทำตลาด ในปี 2009 พอร์ตมีทั้งการออกแบบพัฒนาเว็บ และการทำการตลาดดิจิทัล หลังจากนั้น 3 ปี รายได้บริษัทก้าวกระโดดจาก 20 ล้านบาทเป็น 45 ล้านบาท ซึ่ง 25 ล้านบาทเป็นรายได้จากการตลาดดิจิทัล

“การออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์เหมือนการสร้างบ้าน
ที่ต้องทำทีละโปรเจกต์ แต่การให้บริการการตลาดดิจิทัล
เราสามารถให้บริการลูกค้าในคราวเดียวกันได้จำนวนมาก
ทำให้รายได้เราเติบโตก้าวกระโดด”

สุวิตามองว่าการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์กับการตลาดดิจิทัลเป็นศาสตร์พี่น้องที่เอื้อกัน หากออกแบบเว็บมาดีตั้งแต่ต้นจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำการตลาดดิจิทัลได้มากขึ้น ซึ่ง Redlab มีทั้งสองสิ่งนี้ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

ปลด Redlab กำเนิด Tellscore

รายได้ที่เติบโตแบบก้าวกระโดด ทำให้สุวิตาพบว่าคอนเทนต์มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง และจะมีบทบาทสำคัญอย่างมากสำหรับการทำการตลาดบนโลกออนไลน์ เธอจึงเริ่มทำโครงการทดลองซึ่งในท้ายที่สุดกลายมาเป็น Tellscore ในปัจจุบัน

เธอสร้างแพลตฟอร์มระบบสำรวจความนิยมของบล็อกเกอร์ ว่าแต่ละคนมี engagement เป็นอย่างไร เก็บข้อมูลเพื่อสร้าง engagement rate ของบล็อกเกอร์ต่าง ๆ ด้วยเครื่องมือวัดผลที่ชัดเจน แทนการใช้ความรู้สึกวัดว่าบล็อกเกอร์คนนี้ดัง

การมีเครื่องมือประสิทธิภาพการทำการตลาดผ่านบล็อกเกอร์อย่างเป็นระบบ ทำให้บริษัทสามารถช่วยลูกค้าสร้างการรับรู้ของแบรนด์และทำยอดขายผ่านการทำการตลาดในรูปแบบนี้เพิ่มมากขึ้น ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น

“ตอนนั้น Tellscore เป็นบริการหนึ่งของ Redlab ที่พิสูจน์ศักยภาพ

ว่าจะเป็นเครื่องยนต์สร้างรายได้ใหม่ที่เร็วกว่าและมากกว่าธุรกิจเดิม และเป็น new s-curve ของเราได้”

เธอจึงตัดสินใจเปิดบริษัทใหม่เพื่อธุรกิจที่มีอนาคตสดใสกว่าที่สำคัญเป็นธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี เป็นการตัดสินใจครั้งใหญ่ที่ต้องเลือกระหว่างธุรกิจ 18 ปีที่เติบโตต่อเนื่อง กับธุรกิจใหม่จากบริการที่เพิ่งทดลองมาเพียงปีเดียว แต่เห็นว่าสามารถสเกลได้เร็วกว่ามาก

“เป้าหมายใหม่ที่อยากไปพิชิต เป็นตัวจุดประกายนำไปสู่การตัดสินใจเปิดบริษัท Tellscore ในรูปแบบสตาร์ทอัพในปี 2016”

สุวิตาตัดสินใจทิ้งรายได้เกือบ 60 ล้านบาทด้วยการปิด Redlab บริษัทแรกที่สร้างมากับมือตั้งแต่อายุ 26 ปี มาลุยความท้าทายครั้งใหม่ที่ยิ่งใหญ่มากกว่าในนาม Tellscore อย่างเต็มตัว

“ตอนแรก Redlab ยังอยู่ เราแยกทีมมาทำ Tellscore ใช้เวลาปีครึ่งจนตัดสินใจปิด Redlab และมาทำ Tellscore เต็มตัว เลือกลงบนเส้นทางธุรกิจที่มีความท้าทาย มีโอกาสเติบโต สูงกว่าที่จะลงมือทำมากกว่า”

Tellscore เป็นแพลตฟอร์มที่ถูกออกแบบมาเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยการทำงานด้านการตลาดดิจิทัลที่สามารถสร้างแคมเปญการตลาด





เธอตัดสินใจ
ทิ้งรายได้เกือบ
60 ล้านบาท
ด้วยการปิดบริษัทแรก
มาลุยความท้าทายครั้งใหม่
ที่ยิ่งใหญ่กว่า
ในนาม
Tellscore



สุวิตา จรรย์วงศ์



ด้วยอินฟลูเอนเซอร์แบบอัตโนมัติ เป็นการปรับกระบวนการการตลาด ด้วยบล็อกเกอร์แบบเดิมมาเป็นการทำงานด้วยระบบซอฟต์แวร์เพื่อทำต้นทุนให้ดีขึ้นและมีประสิทธิภาพที่มากขึ้น

แม้ตอนนั้น Tellscore จะมีรายได้เพียง 8 แสนบาท แต่สุวิตามั่นใจกับการเดินทางครั้งใหม่มากกว่า เนื่องจากธุรกิจเดิมกำลังอยู่ในช่วงขาลงเต็มไปด้วยความไม่แน่นอน ลูกค้านวนเวียนเข้าออก ต้องคอยหาลูกค้าใหม่ตลอดเวลา และเป็นธุรกิจที่พึ่งพิงแรงงานของคนเป็นสำคัญ

สุวิตาบอกว่า ความกลัวและความตื่นเต้นกับความไม่แน่นอนของ Redlab เทียบกับความกลัวความตื่นเต้นกับความท้าทายของ Tellscore ให้คุณค่าที่แตกต่างกันอย่างมาก เธอวางเดิมพันไว้ในใจตัวเองว่าจะเดินหน้าสัก 2 ปี โดยต้องตอบตัวเองให้ได้ว่าจะรอดหรือจะเลิก แต่หลังเปิดตัวครบ 1 ปี จากรายได้ที่เคยได้ 8 แสนบาท พุ่งขึ้นมาเท่ากับรายได้เดิมตอนทำ Redlab ด้วยจังหวะที่ดีและการวางแผนได้โดนใจตลาด



จากเครื่องมือเพื่อการโฆษณาสู่การขาย

สปีดการเติบโตของตลาดดิจิทัลทำให้ Tellscore เติบโตเร็ว แต่ก็ต้องเผชิญกับความท้าทายทางธุรกิจอย่างรวดเร็ว ทั้งคู่แข่งจากต่างชาติ วิกฤติเศรษฐกิจ และวิกฤติโควิด-19 ทำให้สุวิตาต้องไปต่ออย่างรัดกุม และพลิกเกมจากการใช้ Tellscore เป็นเครื่องมือเพื่อการโฆษณาไปสู่การเป็นเครื่องมือทางการขายอย่างจริงจัง

สุวิตาบอกว่า Tellscore อยู่ตรงกลางระหว่างอินฟลูเอนเซอร์และนักการตลาด ปีแรกจึงเน้นสร้างคุณค่าให้กับอินฟลูเอนเซอร์ ด้วยการรับเข้ามาในระบบก่อนทั้ง ๆ ที่ยังไม่รู้ว่าจะขายได้หรือไม่

เนื่องจากอินฟลูเอนเซอร์คือจิ๊กซอว์สำคัญในความสำเร็จของ Tellscore เธอจึงต้องสร้างฐานอินฟลูเอนเซอร์ให้แข็งแรง ด้วยการจัดฝึกอบรมช่วยพัฒนาทักษะการสร้างคอนเทนต์ การติดตาม การวัดผล รวมถึงกระบวนการทำงานกับนักการตลาดที่เป็นระบบ

ในขณะเดียวกัน Tellscore นำเสนอคุณค่ามาตรฐานราคาและบริการที่วัดผลได้อย่างเป็นวิทยาศาสตร์ ให้กับนักการตลาด ทั้งเอเจนซีและผู้ประกอบการทุกขนาดที่ต้องการโปรโมตสินค้า

นอกจากนี้ Tellscore ยังให้ความสำคัญกับการจัดการ Fake News ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศในสังคมออนไลน์ สุวิตามองว่า Tellscore และอินฟลูเอนเซอร์ ควรมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการลดปัญหา Fake News รวมถึงความเหลื่อมล้ำในมิติต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ จึงทำโครงการ CSR ขึ้นโดยช่วยเป็นพี่เลี้ยงให้กับชุมชนบนโลกออนไลน์

“เราร่วมมือกับมหาวิทยาลัย ร่วมมือกับอินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงรวบรวมอินฟลูเอนเซอร์อาสาที่อยากร่วมกันทำเพื่อสร้างสังคมออนไลน์ที่ดี”

จากงานที่ทำมาทั้งหมดส่งผลให้ Tellscore เป็นแพลตฟอร์มการบริหารจัดการการตลาดอินฟลูเอนเซอร์ที่มีผู้มีส่วนได้เสียในระบบนิเวศให้การสนับสนุนจำนวนมาก และด้วยจุดแข็งหลายประการ อาทิ การพัฒนาเทคโนโลยีด้วยความเข้าใจการทำการตลาดอย่างแท้จริง การเข้าใจความต้องการการใช้งานของลูกค้าทำให้สามารถออกแบบระบบที่ตอบโจทย์ตรงใจความต้องการที่แตกต่างหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีฟังก์ชันการใช้งานง่าย สามารถทำได้ด้วยตัวเองแบบ customized ตามความต้องการของแต่ละแคมเปญการตลาด ซึ่งเป็นความชำนาญที่ส่งทอดมาจากการทำบริษัท Redlab นานกว่าสิบปี ทำให้ Tellscore เป็นแพลตฟอร์มที่ยั่งยืนหนึ่งในสนามอยู่จนทุกวันนี้

อินฟลูเอนเซอร์คือจิ๊กซอว์สำคัญในความสำเร็จของ Tellscore

จึงต้องสร้างฐานอินฟลูเอนเซอร์ให้แข็งแรง

ปัจจุบัน Tellscore มีอินฟลูเอนเซอร์ในระบบราว 70,000 ราย จากทั้งหมด 12 หมวดหมู่ใหญ่ ซึ่งประกอบด้วยอินฟลูเอนเซอร์ทั้งเล็กและใหญ่ ตั้งแต่ระดับ Nano influencer ที่มีคนติดตามราว 100-1,000 คน Micro influencer มีคนติดตามราว 1,000-10,000 คน Medium influencer มีคนติดตามราว 10,000-100,000 คน

Early-macro influencer มีคนติดตามมากกว่า 100,000 -200,000 คน และ Macro influencer ที่มีคนติดตามมากกว่า 200,000 คนขึ้นไป

การมีฐานเครือข่ายอินฟลูเอนเซอร์ที่หลากหลายครอบคลุมทุกมิติของกลุ่มเป้าหมายทำให้ Tellscore เป็นแพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์นักการตลาดในยุคดิจิทัล โดยนับตั้งแต่เปิดบริษัทมา Tellscore บริหารแคมเปญทางการตลาดมาแล้วมากกว่า 50,000 แคมเปญ



CHAPTER



05

อรอมา ฤกษ์พัฒนาพิพัฒน์

พันธกิจ “ธุรกิจ”
กับ “ความยั่งยืน” ของ ดีแทค

บริษัท ไทยเทเล แอ็คเซีย คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ดีแทค หนึ่งในผู้เล่นสำคัญในตลาดโทรคมนาคม ประเทศไทย ที่มีบุคลิกโดดเด่นน่าจดจำแบบ “คนใจดี” ที่สั่งสมมาในสายเลือดของคนดีแทค แม้จะถูกมองว่าประสบความสำเร็จในธุรกิจไม่หวือหวาแต่ “ความดีทั่ว ดีถึง” ก็ยังเป็นแกนกลางสำคัญของธุรกิจดีแทคจากรุ่นต่อรุ่น



วันนี้ดีแทคได้ปฏิวัติการทำ CSR แบบดั้งเดิมด้วยการลุกขึ้นมาเป็นแกนนำสำคัญเพื่อสร้างธุรกิจยั่งยืนให้กับโลกและประเทศไทย บนความเชื่อที่ว่า ความยั่งยืนไม่ได้สร้างได้ด้วยคนคนเดียว หรือองค์กรๆ เดียว แต่ทุกคนจะต้องลุกขึ้นมาขับเคลื่อนความยั่งยืนร่วมกันในทุกมิติ ทั้งในมิติของบุคคล องค์กร และสังคม ภายใต้การนำทัพของ “อู๋ม-อรอุมา ฤกษ์พัฒนาพิพัฒน์” ผู้อำนวยการอาวุโสสายงานสื่อสารองค์กรและการพัฒนาที่ยั่งยืน ดีแทค

เธอมองว่า ความยั่งยืน ไม่ได้สร้างได้ภายในวันเดียว แต่ต้องอาศัยเวลาและความร่วมมือของทุกคน แม้จะเป็นเรื่องที่ทำทนายแต่ก็ไม่ยากที่จะสร้างขึ้นมาให้ได้ หากสร้างความเข้าใจให้ตระหนักถึงความสำคัญ และควรก้าวออกจากการทำเพื่อสังคมแบบเดิมไปในมิติของการสร้างความยั่งยืนที่วัดผลได้อย่างแท้จริง

อรอุมา ได้แชร์มุมมองการสร้างความยั่งยืนไว้อย่างน่าสนใจกับ The Story Thailand ว่า ความยั่งยืนสามารถประยุกต์ใช้ได้ทั้งในมุมบุคคลและการดำเนินธุรกิจว่า ความยั่งยืนไม่ได้เริ่มต้นที่ความดีมีดีเดียว สิ่งสำคัญที่สุดคือการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน ต้องมองให้ออกว่ากำลังดำเนินชีวิตหรือดำเนินธุรกิจอยู่ท่ามกลางความเสี่ยงอะไร ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ในขณะเดียวกัน อะไรคือโอกาสระยะสั้นและระยะยาว และเมื่อวิเคราะห์แล้วสามารถพลิกความเสี่ยงให้กลับกลายเป็นโอกาสนั้นคือหัวใจสำคัญ และต้องมองให้ขาด เพื่อปลายทางการสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้น



โดยแก่นความคิดด้านการสร้างความยั่งยืน แบ่งออกเป็นหลายมิติ มิติแรกในแง่ความเสี่ยงของธุรกิจจะต้องมองในหลายมิติ รอบด้าน 360 องศา เช่น ในมิติของเทคโนโลยี ธุรกิจกำลังถูกดิสรัปด้วยเทคโนโลยี และสร้างความเสี่ยงอะไรให้กับธุรกิจ หากยังดำเนินธุรกิจแบบเดิม

มิติต่อมา อย่างมองความยั่งยืนเป็นเรื่องเฉพาะตัวเอง แต่ต้องมอง ออกถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งหมด มาเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ จนมีคนเรียกว่ายุคแห่ง Stakeholder Economy หรือยุคเศรษฐกิจแบบมีส่วนร่วม ซึ่งก้าวข้ามยุคของผู้บริโภค และผู้ถือหุ้นไปแล้ว แต่ธุรกิจจะต้องเข้าใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่โดยรอบธุรกิจ อาทิ หน่วยงานกำกับดูแล สังคม สื่อมวลชน

โดยมีโซเซียลมีเดียเป็นแรงกระตุ้นให้ทุกคนยืนอยู่ในที่โป่งใส ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจเผชิญหน้ากับแรงกดดันรอบด้าน ในขณะที่ปัญหาต่าง ๆ ในวันนี้ที่มองออกไปเห็น เป็นสิ่งที่ไม่สามารถแก้ได้ด้วยใครคนใดคนหนึ่ง เพราะล้วนเป็นปัญหาเชิงระบบและโครงสร้างที่ถูกนั่งทับเอาไว้วันนาน

“แต่ก่อนอาจจะไม่รู้ลึกในเรื่องของทรัพยากรเพราะมีมากมาย มหาศาลเหลือกินเหลือใช้ แต่ในวันนี้ไม่ใช่แบบนั้นแล้ว โลกกำลังเผชิญหน้ากับวิกฤติทรัพยากร ขาดแคลนน้ำ ปัญหาดินเสีย ที่เป็นเทรนด์ ที่ต้องการผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาช่วยกันลงมือกอบกู้แก้ไขและป้องกัน”

เช่นกันดีแทคที่ดำเนินธุรกิจอยู่ภายใต้แรงกดดันมหาศาลเอง วันนี้จำเป็นต้องระบุนความเสี่ยงของบริษัทในฐานะ Telco คืออะไร โอกาสคืออะไร ถ้าสามารถพลิกวิกฤตินั้นให้กลายเป็นโอกาสได้ โดยรับฟังความคิดเห็น ความสนใจ รวมถึงการเห็นความเสี่ยงของ stakeholder ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งหมดมาเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ เฉพาะในมุมของผู้ลงทุน

ประกอบไปด้วย

1. ความเป็นส่วนตัว (privacy)
2. สิทธิส่วนบุคคล (human rights)
3. การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ (climate change)
4. ช่องว่างทางดิจิทัล (digital divide)
5. supply chainห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนนับตั้งแต่การจัดการผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ รวมทั้งการส่งเสริมให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี
6. สุขภาพและความปลอดภัย (health & safety)

ดีแทคมีหน้าที่รวบรวมข้อมูลจาก stakeholder แบบเปิดใจรับฟัง เริ่มมองเห็นความสนใจที่ไม่เหมือนกัน นำสิ่งเหล่านั้นมาทำแผนสร้างความยั่งยืน เพราะหากไม่ทำนั่นคือการเผชิญหน้ากับความเสี่ยงโดยไร้แผนรองรับ อาจทำให้พลาดโอกาสได้

ที่สำคัญธุรกิจกำลังยืนอยู่ในจุดที่ผู้บริโภคมีความคาดหวังสูง การให้บริการด้าน 4Ps เป็นแค่ความต้องการพื้นฐาน มากไปกว่านั้นผู้บริโภคคาดหวังให้บริษัททำงานด้านคนและเกี่ยวกับโลกและสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง ปัจจุบันแบรนด์ที่ถูกใจมากที่สุดและได้รับความนิยมลดลงจากผู้บริโภคเป็นเพราะขาดความเชื่อถือจากสังคม เริ่มเห็นพลวัต ผู้บริโภคกดดันและคาดหวังให้องค์กรทำมากกว่าการออกสินค้าและบริการที่ดี แต่ต้องทำอะไรที่เชื่อใจได้แก่ผู้บริโภคและสังคม

ดีแทคได้ประกาศกรอบความยั่งยืนปี 2021-2023 เพื่อบริหาร 7 เสาหลัก การดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบ จากการจัดทำ การประเมินสาระสำคัญ (Materiality Assessment) บนประเด็นความเสี่ยงทั้งในปัจจุบันและอนาคต สอดรับกับสิ่งที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจโทรคมนาคม



ดีแทค
จะเป็นผู้
เปิดประตูทัศนคติ
ให้รู้ว่าดิจิทัล
เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องใช้
และทำให้เห็นว่าอินเทอร์เน็ต
ไม่ใช่ค่าใช้จ่าย
แต่คือต้นทุนชีวิตที่ต่อยอด
สร้างโอกาสได้



อรอุมา ฤกษ์พัฒนาพิพัฒน์



ประกอบด้วย

เสาต้นที่ 1

การรักษาธรรมาภิบาลและจริยธรรมยกระดับบรรทัดฐานในการดำเนินธุรกิจใหม่ ด้วยดีแทคธรรมาภิบาล มีกระบวนการกำกับดูแลคู่ค้าให้แน่ใจว่าจะไม่เกิดความเสี่ยง เช่น การคอร์รัปชัน และความเสี่ยงอื่น

เสาต้นที่ 2

การปกป้องสิทธิความเป็นส่วนตัว ด้วยการสร้างความไว้วางใจด้วยมาตรฐานปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

เสาต้นที่ 3

บริหารห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน เพื่อยกระดับคู่ค้าสู่มาตรฐานยั่งยืน ช่วยยกระดับมาตรฐานผู้จัดหาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับหลักกฎหมายและมาตรฐานสากล

เสาต้นที่ 4

การสร้างสังคมดิจิทัลสำหรับทุกภาคส่วน ลดความเหลื่อมล้ำ ขับเคลื่อนสู่เศรษฐกิจดิจิทัลเต็มรูปแบบ ดีแทคเริ่มโครงการ dtac Safe



internet เพื่อการใช้อินเทอร์เน็ตปลอดภัยในเด็กและเยาวชน ต่อยอดเป็นโครงการเน็ตทำกินให้และสูงวัย 50+ และมีเป้าหมายนำกลุ่มคนที่ตกหล่นอยู่ในร่องของดิจิทัล เช่น กลุ่มคนตาบอด ผู้สูงอายุ ชุมชนห่างไกล เข้าถึงประโยชน์ของดิจิทัลอย่างเท่าเทียมกัน ด้วยการเพิ่มทักษะดิจิทัล

“ดีแทคจะเป็นผู้เปิดประตูทัศน์คนดีให้รู้ว่าดิจิทัลเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องใช้ และทำให้เห็นว่าอินเทอร์เน็ตไม่ใช่ค่าใช้จ่าย แต่คือต้นทุนชีวิตที่ต่อยอดสร้างโอกาสได้”

เสาต้นที่ 5

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศ ด้วยการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน ด้วยการประกาศลดก๊าซเรือนกระจกลง 50 เปอร์เซ็นต์ ในปี 2023 วางแผนการใช้พลังงานทางเลือก การจัดการขยะอิเล็กทรอนิกส์ในโครงการ “ทิ้งให้ดี” โดยไม่ฝังกลบเป็นศูนย์ ภายในปี 2022

เสาต้นที่ 6

การเคารพหลักสิทธิมนุษยชนเรื่องใหญ่ที่มองข้ามไม่ได้ ด้วยการยกระดับมาตรฐานการเคารพหลักสิทธิมนุษยชน ด้วยการประเมินความเสี่ยงด้านสิทธิมนุษยชนในทุกส่วนของกระบวนการดำเนินธุรกิจในทุก ๆ 2 ปี และดีแทคมีหน้าที่ปกป้องสิทธิมนุษยชนขั้นพื้นฐานในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น และปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า

เสาต้นสุดท้ายต้นที่ 7

การสร้างสุขภาวะในการทำงาน ปรับสู่วิถีการทำงานใหม่ ประกาศ

การทำงานแบบยืดหยุ่นให้คงอยู่ถาวร ตอบรับกับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลง การได้ทำงานด้านความยั่งยืนของอัม ถือเป็นความโชคดี ด้วยทัศนคติความเชื่อด้านความยั่งยืนที่ตรงกัน ทำให้คุณค่าของคนและคุณค่าของธุรกิจลงตัวกันได้แบบพอดี จนกลายเป็นแรงผลักดันที่ให้คุณช่วยเร่งความยั่งยืนของดีแทค เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรมและน่าทึ่ง

ความยั่งยืนไม่ได้เริ่มต้นที่ความดีมีดีเดียว

สิ่งสำคัญที่สุดคือการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน มองออกว่า

กำลังอยู่ท่ามกลางความเสี่ยงอะไร

เธอเริ่มต้นการทราన్สฟอร์มดีแทคจากการทำ CSR แบบดั้งเดิม ด้วยการเปลี่ยนผ่านวิธีคิดเข้าสู่กรอบการทำงานแบบยั่งยืน และออกแบบความยั่งยืนเข้าไปอยู่ในธุรกิจอย่างแท้จริง

ทั้งนี้ ทักษะสำคัญของคนที่ทำงานด้านความยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อสร้างสมดุลความยั่งยืนกับธุรกิจให้เกิดเป็นรูปธรรม คือ

1. การมองให้แตกถึงความเสี่ยงความแตกต่างและจุดเด่นของธุรกิจที่ยั่งยืนอยู่
2. ต้องมองเทรนด์ให้ออก วันนี้ความยั่งยืนคือเทรนด์ที่ยังมาไม่ถึง และวันนี้ต้องเข้าใจให้ได้ว่าจากวันนี้ไปสู่เทรนด์องค์กรต้องเดินอย่างไร
3. นำเทรนด์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตมาสื่อสารให้เข้าใจในปัจจุบัน เพื่อจะได้เดินไปตามแผนที่วางไว้บนความเข้าใจเดียวกัน
4. การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่เติมเต็มและช่วยกันสร้างหรือสร้างสรรค์สิ่งที่ดีมีประโยชน์แก่องค์กรและสังคม เพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจไปพร้อมกับการสร้างสิ่งใหม่ ๆ

การสร้างมาตรฐานความยั่งยืนในองค์กร คือ ความท้าทายสำคัญ โดยเธอวางเป้าหมายสร้างความยั่งยืนไว้ใน DNA ของดีแทค ทั้งในมุมของคน องค์กร และการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความภาคภูมิใจว่าดีแทคเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความยั่งยืนให้กับโลก

“โครงการที่ภูมิใจคือ เน็ตทำกิน ซึ่งต่อยอดมาจากโครงการเดิมชื่อ เน็ตอาสา อาสาช่วยคนตัวเล็กที่สุดในสังคม เช่น ชนกลุ่มน้อย อดีตผู้ต้องขัง กลุ่มคนที่ตกอยู่ในร่องของสังคม เป็นโครงการที่จับต้องง่าย เข้าใจง่าย เข้าถึงคนหมู่มาก”

ดีแทคต้องการทำให้คนรู้สึกได้ว่าดิจิทัลเท่ากับโอกาส วันนี้คนที่ให้โอกาสนั้นคือ ดีแทค และวันหนึ่งเมื่อเขาเข้าใจสิ่งนั้นเขาจะออกไปไขว่คว้าโอกาสนั้นมาไว้เอง นี่คือเป้าหมายปลายทางของดีแทค





ธุรกิจกำลังยืนอยู่ในจุดที่ผู้บริโภคมีความคาดหวังสูง
ผู้บริโภคคาดหวังให้บริษัททำงานด้านคนและเกี่ยวกับโลก
และสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง

แม้อนาคตทางการศึกษาแนวทางควบรวมธุรกิจระหว่างดีแทคและทรูสำเร็จ ผู้บริหารระดับสูงจากเทเลนอร์ตอบคำถามที่เธอสงสัยเกี่ยวกับแผนการสร้างความยั่งยืนในอนาคตว่าเทเลนอร์จะยังคงเป้าหมายที่ชัดเจนในการดำเนินการเพื่อความยั่งยืนต่อไป

“การสร้างความยั่งยืนเกิดขึ้นได้อย่างแน่นอน เมื่อทุกคนตระหนักและร่วมมือกันเพราะการสร้างความยั่งยืนไม่ได้สร้างด้วยตัวคนเดียว” อรุมา กล่าวทิ้งท้ายด้วยรอยยิ้มแห่งความมั่นใจ



CHAPTER



06

แจ๊คกี้ หวาง

กับพันธมิตรของ
Google ประเทศไทย

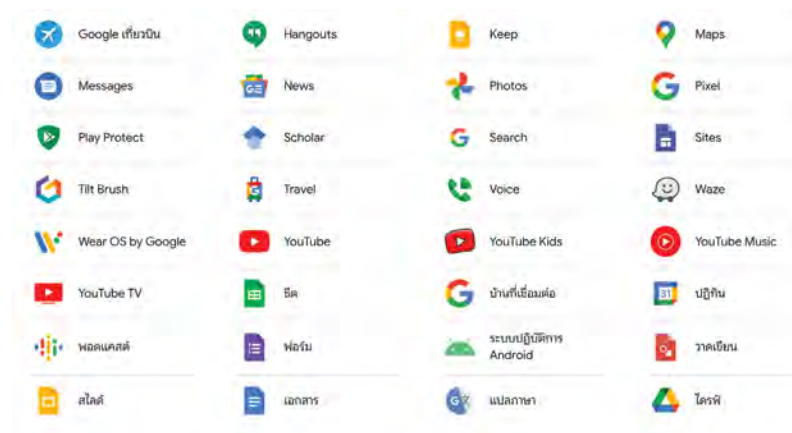
เป็นเวลากว่า 2 ปีแล้วที่ “แจ๊คกี้ หวาง” Country Director ของ Google ประเทศไทย ได้เข้ามาขับเคลื่อนองค์กร tech company ชื่อนำให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน ด้วยการ “นำสิ่งที่ดีที่สุดของ Google มาสู่ประเทศไทย”



โดยคำนึงถึงพฤติกรรม และ ประโยชน์ที่ผู้ใช้งานชาวไทยจะได้รับเป็นหลัก มุ่งมั่นสานต่อแนวคิด Leave No Thai Behind ส่งเสริมให้คนไทยได้รับโอกาสที่เท่าเทียมในโลกดิจิทัล อีกทั้งยังตอบรับแผนพลังงานแห่งชาติ ในการมุ่งลดการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์สุทธิให้เป็นศูนย์

“แจ๊คกี้” แม้จะเกิดที่ไต้หวัน แต่มีความผูกพันกับประเทศไทย และเรียกเมืองไทยว่า “บ้าน” เพราะย้ายตามครอบครัวมาทำธุรกิจในประเทศไทย หลังจากเรียนจบปริญญาตรีด้านการสื่อสาร มหาวิทยาลัยวอชิงตัน ได้ร่วมงานด้านโฆษณาที่บริษัท McCann Worldgroup จนช่วงที่กลับมาอยู่ประเทศไทย ดูแลโฆษณาดิจิทัล และมี Google เป็นหนึ่งในพาร์ทเนอร์สำคัญ จนมีโอกาสเข้ามาทำงานให้กับ Google ประเทศไทย ในตำแหน่ง Industry Head ในปี 2014 จากนั้นย้ายไปเป็นผู้จัดการแบรนด์ผลิตภัณฑ์ที่ Google ประเทศสหรัฐอเมริกา กระทั่งในปี 2020 เธอกลับมารับบทบาทสำคัญในตำแหน่ง Country Director ของ Google ประเทศไทย

แจ๊คกี้เล่าให้ The Story Thailand ฟังว่า ตอนที่เข้ามารับตำแหน่งเป็นช่วงเวลาที่ไทยกำลังเผชิญกับการแพร่ระบาดของโควิด-19 เหตุการณ์ครั้งนี้เป็นตัวเร่งให้เกิดดิจิทัลทรานส์ฟอร์มเมชันในประเทศไทยอย่างที่สัมผัสได้ด้วยตัวเอง



เดือนพฤศจิกายนปี 2021 Google ได้เผยแพร่รายงานที่ทำร่วมกับ Temasek และ Bain & Company ซึ่งทำต่อเนื่องมา 6 ปี ข้อมูลในรายงานทำให้เห็นว่า ปี 2020 ซึ่งเป็นปีแรกของการระบาดโควิด-19 มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นใหม่ 40 ล้านคน ขณะที่ปี 2021 ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่า 440 ล้านคน ในจำนวนนี้ราว 350 ล้านคน หรือประมาณ 80 เปอร์เซ็นต์ เป็นผู้บริโภคบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งถือว่าเยอะมาก

รายงานยังบอกอีกว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้เป็นเครื่องมือติดต่อสื่อสาร ท่องเว็บ หรือดูคอนเทนต์เพียงเท่านั้น ยังเริ่มเป็นผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ ติดตามคอนเทนต์เพื่อความบันเทิง ชำระเงินเพื่อซื้อเกม ดูวิดีโอ ฟังเพลง มีการซื้อขายเกิดขึ้น จนเกิดเป็นเศรษฐกิจดิจิทัล

นอกจากนี้ โควิดยังทำให้ครึ่งปีแรกของปี 2021 ประเทศไทยมีผู้บริโภคดิจิทัลเพิ่มขึ้นใหม่ถึง 9 ล้านราย ซึ่งปกติแล้วผู้ใช้งานกลุ่มนี้จะเกิดขึ้นตามหัวเมืองใหญ่ แต่ในปี 2021 จำนวน 67 เปอร์เซ็นต์ ของผู้บริโภคดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นมาจากพื้นที่นอกเขตปริมณฑล (Non-metropolitan area) เกิดขึ้นจากทุกที่ไม่ได้กระจุกอยู่แค่หัวเมือง

กศอสมแห่งดิจิทัล

ในมุมมองของ Google ตั้งแต่ปี 2020 จะเป็นทศวรรษของดิจิทัลอย่างเห็นได้ชัด ด้วยยอดการเติบโตต่าง ๆ ที่เกิดเร็วมาก รายงานของ Temasek และ Bain คาดว่าในปี 2030 เศรษฐกิจดิจิทัลในภูมิภาคจะมีมูลค่าพุ่งสูงถึง 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ องค์ประกอบสำคัญที่ขับเคลื่อนตัวเลขดังกล่าวคือ อีคอมเมิร์ซ บริการจัดส่งอาหาร บริการทางการเงิน และสื่อออนไลน์

“สำหรับประเทศไทยปี 2021 มีการเติบโตของเศรษฐกิจดิจิทัลเฉลี่ยอยู่ที่ 51 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งถือเป็นตัวเลขการเติบโตที่น่าประทับใจมาก มูลค่าอยู่ที่ประมาณ 30,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะมีการเติบโตเป็น 57,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2025 ถ้ามองลึกลงไปอีก จะเห็นว่าอีคอมเมิร์ซเป็นตัวขับเคลื่อนตัวเลขดังกล่าวให้เติบโตได้มาก และเติบโตที่สุดในตอนนี้ โดยในปี 2021 อีคอมเมิร์ซเติบโตขึ้นถึง 68 เปอร์เซ็นต์”

แฉีกขยายความต่อว่า ตัวเลขที่เกิดขึ้นไม่ได้มาจากการใช้บริการซื้อของออนไลน์มากขึ้นเพียงอย่างเดียว แต่ผู้ค้าบนโลกออนไลน์ก็มีความขึ้นด้วย โดย 1 ใน 3 ของผู้ค้าออนไลน์เชื่อว่าถ้าไม่มีเครื่องมือดิจิทัลมาใช้ในช่วงโควิด ธุรกิจของพวกเขาอาจไปไม่รอด นอกจากนี้ผู้ค้ายังมองว่าบริการการเงินบนโลกดิจิทัล อย่างการจ่ายเงินออนไลน์ ยังเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้การติดต่อซื้อขายของเขาคล่องตัวขึ้น

สำหรับโอกาสเศรษฐกิจดิจิทัลในอุตสาหกรรมอื่น ๆ แฉีกก็กล่าวว่า เห็นการเติบโตของเกมออนไลน์ สื่อออนไลน์ เกมมิ่ง โฆษณาวีดิโอ มิวสิกออนไลน์ มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 29 เปอร์เซ็นต์ ธุรกิจขนส่งอย่างบริการส่งอาหาร ถือเป็นตัวขับเคลื่อนที่ดีด้วย



“ช่วงรัฐบาลประกาศล็อกดาวน์ปี 2020-2021 คนหันมาใช้บริการส่งอาหารออนไลน์กันมากขึ้น ภาคการขนส่งมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตอนนี้ผู้บริโภคในไทย 76 เปอร์เซ็นต์ อย่างน้อยจำนวน 1 เปอร์เซ็นต์เคยลองใช้ตรงนี้แล้ว อีกหนึ่งภาคอุตสาหกรรมที่ช่วง 2 ปีนี้หดตัว แต่อาจจะกลับมาแรงหน่อยคือ ท่องเที่ยวออนไลน์ เราเห็นเทรนด์ในประเทศอื่นตอนเปิดประเทศ ถ้าเปิดประเทศ เราจะเห็นอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพุ่งขึ้นสูงมาก เราเชื่อว่าตรงนี้จะกลับมา แต่คาดการณ์ได้ยากว่าจะกลับมาเมื่อไร”

เทคโนโลยีที่มีบทบาทหลังโควิด-19

2-3 ปีที่ผ่านมาจะเห็นได้ชัดว่าอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหนึ่งที่จะช่วยให้คนเข้าถึงโอกาสทางการศึกษา ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาในระบบอย่างโรงเรียน มหาวิทยาลัย ที่ใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ หรือการศึกษานอกระบบ ไม่ว่าจะเป็นการเรียนภาษาอังกฤษ เรียนโยคะ ทำอาหาร ผ่าน YouTube อีกมุมหนึ่งคือเรื่องของเศรษฐกิจ บริษัทเล็กใหญ่ต่างหันมาใช้เครื่องมือออนไลน์ในทางธุรกิจมากขึ้น

Google เห็นว่าในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตใหม่ ๆ ที่เข้ามา ส่วนใหญ่ผ่านโลกมือถือ ไทยเป็นประเทศที่มีผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือเป็นอันดับหนึ่งในภูมิภาค

นอกจากนี้ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศไทย ยังมียอดการใช้งานเสียง ภาพ และวิดีโอ มากกว่าข้อความ โดยในปี 2021 รว



50 เปอร์เซ็นต์ ของผู้ใช้งานในภูมิภาคหันมาใช้บริการค้นหาข้อมูลออนไลน์ ด้วยคำสั่งเสียงบนโทรศัพท์มือถือ

บทบาท Google ประเทศไทย

แจ๊คก็เล่าว่า 4 ปีที่แล้ว Google เปิดตัว Google for Thailand ประกาศความมุ่งมั่นที่จะ Leave No Thai Behind ลดช่องว่างดิจิทัล และช่วยให้คนไทยทุกคนมีโอกาสเท่าเทียมกันในโลกดิจิทัล ซึ่งปัจจุบันก็ยังทำตามเป้าหมายนั้น

คำว่า “ลดช่องว่าง” หมายถึงช่องว่างในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต จากคนที่ไม่มียินเทอร์เน็ตมียินเทอร์เน็ตได้ แต่วันนี้การที่มีคนใช้ออนไลน์มากขึ้น การเข้าถึงตรงนี้อาจจะหมายถึง “การเข้าถึงข้อมูลที่ต้อง” เรื่องของความปลอดภัยบนโลกออนไลน์ก็ยังคงสำคัญอยู่ เพราะทุกคนต้องพึ่งพาอินเทอร์เน็ตกัน

ในมุมมองของ Leave No Thai Behind เรื่องของโอกาส หมายถึงโอกาสของเศรษฐกิจดิจิทัล มี 2 ประเด็นสำคัญ อันดับแรกจากรายงานที่ทำมาหลาย ๆ ปี ปีแรกจะพูดถึง 6 กฎเกณฑ์สำคัญที่จะทำให้เศรษฐกิจดิจิทัลในประเทศไทยเติบโตขึ้นได้ หนึ่งในนั้นคือ ระบบโครงสร้างพื้นฐาน โลจิสติกส์ และพันธมิตรในการขับเคลื่อนดิจิทัล ผ่านมา 6 ปี หลายปัจจัยดีขึ้น เงินทุนก็มีต่อเนื่อง แต่พันธมิตรดิจิทัลยังพัฒนาได้น้อย ซึ่งถือเป็นช่องว่างสำคัญ

จากการพูดคุยกับบริษัททั้งเล็กและใหญ่ พวกเขาจะมองว่าคนขาดทักษะดิจิทัลที่จะเติมเต็มศักยภาพของธุรกิจเขาได้ แต่แจ๊คก็เห็นว่าทางออกที่ดีบริษัทจะต้อง upskill และ reskill คือ เพิ่มทักษะความสามารถ และเรียนรู้ทักษะใหม่ที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับสายงานให้แก่พนักงานโดยเฉพาะ



ดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชัน

ควรเป็น must do

ไม่ใช่ must have

เพราะพฤติกรรม

ผู้บริโภคบนโลกออนไลน์

เปลี่ยนไป

เทคโนโลยีเป็นตัว

ขับเคลื่อนธุรกิจ

ช่วยให้ธุรกิจ

อยู่รอด

แจ๊คกี้ หวาง

อย่างยิ่งในกลุ่มเอสเอ็มอีในเมืองไทย ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของเศรษฐกิจไทย โดย 43 เปอร์เซ็นต์ ของ GDP ไทยมาจากเอสเอ็มอี 85 เปอร์เซ็นต์ ของการทำงานในเมืองไทยอยู่ในภาคส่วนของเอสเอ็มอี ฉะนั้นในการช่วยผู้ประกอบการเอสเอ็มอีให้มีทักษะดิจิทัลจึงเป็นเรื่องสำคัญมาก

สำหรับเครื่องมือที่ Google นำเสนอให้แก่เอสเอ็มอีได้แก่ Google Search, Google Map รวมถึง Google Shopping ที่เปิดให้ผู้ประกอบการแสดงรายการสินค้าบนหน้า Google ได้ฟรี ใน Google Map ที่มีการเพิ่มฟีเจอร์ให้ผู้ประกอบการสามารถระบุสถานะการเปิด-ปิดร้าน ถ้าเปิดเป็นเปิดแบบไหน นั่งทานที่ร้าน ส่งกลับบ้าน หรือจัดส่งโดยไม่สัมผัส ซึ่งจะช่วยให้อธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ในช่วงโควิดนี้ ตรงนี้ถือเป็นเครื่องมือในการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลด้วยเช่นกัน



Privacy และ Security คือ หัวใจ

แจ๊คก็บอกว่า การที่คนหันมาใช้อินเทอร์เน็ตกันมากขึ้นเป็นสิ่งที่ดีที่จะช่วยให้ชีวิตเขาดีขึ้น แต่ในอีกมุมหนึ่งที่ต้องระวัง คือเรื่องของความเป็นส่วนตัว (privacy) และความปลอดภัย (security) โดยเฉพาะเรื่องของเด็กที่เข้ามาใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้น ในช่วงที่ต้องเรียนออนไลน์ Google ประเทศไทยให้ความสำคัญตรงนี้มาก เพราะรู้ว่าคนไทยกังวลเรื่องความปลอดภัยบนโลกออนไลน์มาก อาทิ การโจมตีบนโลกออนไลน์ ความปลอดภัยของข้อมูลตัวเองบนโลกออนไลน์ รวมถึงการแพร่กระจายของข่าวลวง และความปลอดภัยบนโลกออนไลน์ของเด็ก

จากจุดนี้ แจ๊คก็บอกว่าเขามีความภูมิใจที่ได้เป็นพันธมิตรกับกระทรวงศึกษาธิการ ในการเปิดตัวโครงการ Be Internet Awesome ที่ Google สอนให้นักเรียนและคุณครูกว่า 1 ล้าน 5 แสนคน รู้จักทักษะที่จะเป็นพลเมืองที่ดีในโลกดิจิทัล ในรูปแบบแพลตฟอร์มเพื่อการศึกษา คล้ายเกมไฟ สอนการตั้งค่าพาสเวิร์ด สอนเก็บข้อมูลความลับต่าง ๆ ให้พวกเขามีทักษะความรู้ด้านนี้ตามความเหมาะสมของช่วงวัย

“นอกจากนี้ เรายังจัดทำโครงการ *Internet awesome parents* เพื่อให้ข้อมูลเรื่องของการใช้งานอินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัยแก่พ่อแม่ผู้ปกครอง เพื่อจะได้นำไปให้คำแนะนำกับเด็ก ๆ ต่อ”

Bring the best of Google to Thailand

ในฐานะที่ Google เป็นบริษัทเทคโนโลยีระดับโลก เขาพยายามดึงสิ่งที่ดีที่สุดมาให้กับเมืองไทย เพื่อทำให้ชีวิตคนไทยดีขึ้น และช่วยเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย

“เมื่อเห็นเทรนด์การเติบโตของการใช้งานเสียง ภาพ วิดีโอในเมืองไทย เรามีหน้าที่ไปบอก Google ว่าผลิตภัณฑ์นี้สำคัญกับเมืองไทย ควรเอามาให้คนไทยใช้งาน”

พันธกิจของแจ็คกี้ใน Google ประเทศไทย

แจ็คกี้บอกว่ายังต้องทำตามคำมั่นสัญญา Leave No Thai Behind พยายามผลักดันตรงนี้ สิ่งที่ทำคือ ทำให้คนมีทักษะความรู้ที่ดี เพื่อจะได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลนี้ไปใช้ในมุมมองให้มากที่สุด ต้องให้ข้อมูลว่าเขาควรระวังตรงไหนบ้าง อย่างไรก็ตาม ดาบมี 2 คม ในมุมมองถ้าให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ผู้ใช้งานจะรู้จักระวัง ปกป้องตัวเอง ความปลอดภัยต่าง ๆ จะช่วยลดคมดาบตรงนี้ได้มาก

สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องรวมถึงลูกค้า การที่ Google จับมือกับองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน เพื่อทำความเข้าใจปัญหาร่วมกัน ฝ่าย Google เองมีความรับผิดชอบที่จะมาแบ่งปันข้อมูลนี้ให้แก่ผู้บริโภคให้เข้าใจว่า บนผลิตภัณฑ์ของ Google มีฟีเจอร์อะไรบ้างที่จะช่วยเรื่องความปลอดภัยของข้อมูล ให้ทุกคนรับรู้ว่าต้องคอยระวังตรงไหน เขาสามารถตั้งค่าและควบคุมตรงไหนได้บ้าง

อีกพันธกิจหนึ่งที่สำคัญมากคือการสร้างทีม Google ประเทศไทย ให้แข็งแกร่ง เป็นองค์กรที่คนอยากเข้ามาทำงาน ให้พนักงานที่ทำอยู่ได้แสดงความสามารถในจุดที่ดีที่สุดของเขาออกมา ในสภาพแวดล้อมที่ดี และเหมาะสมที่สุด

“หน้าที่ของเราคือการสัมภาษณ์คน เลือกคนเข้ามาทำงาน ช่วยเติมเต็มศักยภาพเขา และช่วยลดอุปสรรคในตัวเขา เพื่อที่จะช่วยกันขับเคลื่อนองค์กร”

เขาเห็นว่าการสร้างวัฒนธรรมองค์กรมีส่วนสำคัญ ไม่ใช่ทุกคนใน Google ต้องเหมือนกัน ทุกคนมีความคิด ความหลากหลายต่างกัน แต่ความหลากหลายนี้เขาต้องรู้สึกว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งของกันและกันได้ เชื่อในการเปิดใจรับฟัง ยอมรับข้อเสนอแนะ

ปี 2021 การเติบโตเศรษฐกิจดิจิทัลของไทยเฉลี่ย 51 เปอร์เซ็นต์

มีมูลค่าประมาณ 30,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ถือเป็นตัวเลขการเติบโตที่น่าประทับใจมาก

ปัจจุบันทีมงานของ Google ประเทศไทยมากกว่า 90 เปอร์เซ็นต์เป็นคนไทย อีกส่วนหนึ่งคือทีมงานต่างชาติ ซึ่งแจ็คกี้มองว่าเป็นเรื่องดีที่จะเอาคนที่มีทัศนคติต่างกันในประเทศเข้ามาทำงานให้กับประเทศไทย

เมื่อถามถึงหลักการทำงาน แจ็คกี้บอก The Story Thailand ว่าข้อแรกคือ Be Human เวลาทำงาน ต้องจำว่าทุกคนเป็นคน และต้องมีความเป็นมนุษย์มากที่สุด ไม่ใช่แค่การบอกว่าจริงใจกับเพื่อนร่วมทีม แต่การแสดงออกต้องทำให้เขารู้สึกแบบนั้นด้วย

ข้อที่สองคือ มุมของการซัพพอร์ตและมอบอำนาจให้แก่ทีม Google มีโอกาสให้เขาทำงานเยอะมาก มีหลายอย่างที่แจ็คกี้ต้องช่วยผู้ใช้งานและพันธมิตรของ Google แต่ทำเองทั้งหมดไม่ได้ เธอจะมอบอำนาจนั้นให้กับทีม ถ้าทำได้ Google ก็จะสามารถสร้างอิมแพคได้มาก



● ●

ในแผนที่ Google
มีฟีเจอร์ที่ทำให้เดินในแผนที่ได้
มีลูกศรชี้ได้ว่า
จะเดินไปทางไหน
นั่นคือหนึ่งใน
เทคโนโลยี VR/AR
ที่เกิดขึ้น

● ●

พันธกิจเร่งด่วนหลังโควิด-19

ปีนี้ Google ให้ความสำคัญกับดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชัน แม้อาจไม่ใช่หัวข้อใหม่ แต่สำหรับคนที่ยังไม่แน่ใจหรือลงมือทำ ควรเป็น must do ไม่ใช่ must have เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคบนโลกออนไลน์ที่เปลี่ยนไป ทำให้เราเห็นว่าเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจได้ ช่วยให้ธุรกิจอยู่รอด

โควิดทำให้ครึ่งปีแรกของปี 2021 ไทย

มีผู้ประกอบการดิจิทัลรายใหม่เพิ่มขึ้นถึง 9 ล้านราย จำนวน 67 เปอร์เซ็นต์

มาจากพื้นที่นอกเขตปริมณฑล กระจายไปทุกที่

ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดเล็กหรือใหญ่ก็ควรคิดถึงกลยุทธ์ดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันนี้ ต้องรีบศึกษาและหาประโยชน์จากตรงนี้ให้ได้มากที่สุด

“เรามองว่าการขับเคลื่อนองค์กรโดยการช่วยให้ลูกค้าและพันธมิตรของเราทำดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชัน เราจะทำได้อย่างไร สอดคล้องกับความมุ่งมั่น Leave No Thai Behind ของเรา ที่นำมาประยุกต์ใช้ในเชิงธุรกิจ เพราะว่าธุรกิจในเส้นทางของดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชัน ก็ไม่ได้ไปในความเร็วระดับเดียวกัน ขึ้นกับขนาดขององค์กร”

มอง Metaverse อย่างไร

ในมุมมองของเทคโนโลยีเสมือนจริง VR/AR (Virtual Reality/Augmented Reality) มีเทคโนโลยีและผู้ใช้งานเกิดขึ้นแล้วในปัจจุบัน ยกตัวอย่าง

ถ้าเข้าไปในแผนที่ Google จะมีฟีเจอร์หนึ่งที่ทำให้เดินในแผนที่ได้คล้ายประสบการณ์ AR มีลูกศรวิดีโอชี้ได้ว่าเดินไปทางไหน นั่นคือหนึ่งตัวอย่างในเทคโนโลยี VR/AR ที่เกิดขึ้น

กลับมาที่ความมุ่งมั่นของ Google ที่มองที่ “คน” ก่อน Google จะช่วยเขาอย่างไรจับคู่เทคโนโลยีที่จะช่วยตอบโจทย์และเพิ่มประสบการณ์ในการนำเสนอภาพหรือวิดีโอให้ออกมาเป็น AR ตรงนี้จะช่วยทำให้ชีวิตเขาดีขึ้นได้อย่างไร บางทีเทคโนโลยีเจ๋ง ๆ ก็ได้แค่ความสนุก แต่ถ้ายังไม่ได้ช่วยอะไร เทคโนโลยีนั้นก็เป็นแค่ new technology แต่ถ้าเทคโนโลยีนั้นคนนำมาใช้พัฒนาได้ แจ็คก็รู้สึกว่ามันให้ผลกระทบใหญ่มาก

แจ็คก็มองว่าผู้ใช้ชาวไทยและเอเชียแปซิฟิกเป็นผู้นำโลกว่าเทรนด์ในอนาคตจะเป็นอย่างไร เทรนด์การใช้เสียง รูป วิดีโอ ภูมิภาคเรานำเทรนด์ตรงนี้ได้ ส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตต่าง ๆ การใช้ VR/AR Google ประเทศไทยมีหน้าที่จับตามอง และดูว่าเทรนด์นี้จะพัฒนาขึ้นอย่างไร หากคนไทยนำไปใช้แล้วช่วยให้ชีวิตเขาดีขึ้น จะเป็นเทรนด์ที่เราอยากนำโลกด้วยซ้ำ

คนไทยเรามีความกระหาย (appetite) ที่จะกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ดูได้จากอัตราการเติบโตหลังจากที่เราเปิดตัว YouTube ประเทศไทยเมื่อ 7-8 ปีก่อน ซึ่งตอนนี้ YouTube เป็นออนไลน์แพลตฟอร์มที่มีผู้ใช้งานอันดับหนึ่งในเมืองไทย สำหรับตัวแจ็คก็เองเป็นสิ่งที่น่าตื่นเต้นมากที่ได้อยู่ในเมืองไทยที่มีโอกาสมหาศาล และเป็นภูมิภาคที่จะนำเทรนด์ในอนาคตด้วย

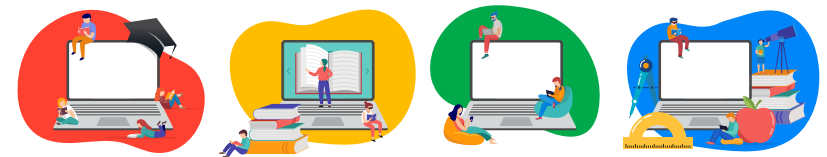
องค์กรที่ขับเคลื่อน Carbon-Free Energy

Google เป็นบริษัทอันดับต้น ๆ ที่มุ่งมั่นในมุมของความยั่งยืน เมื่อเดือนกันยายน 2020 ซุนดาร์ พิชัย ซีอีโอ Google ออกมาประกาศว่า Google ต้องการให้ดาต้าเซ็นเตอร์ในแคมปัสเป็น Carbon-Free Energy คือ ไม่มีการปล่อยก๊าซคาร์บอนเลยตลอด 24 ชั่วโมง ให้ได้ภายในปี 2030 ซึ่งเหลือเวลาอีก 8 ปีที่จะขับเคลื่อนตรงนั้น

ระหว่างนี้ Google ประเทศไทยได้รับการชี้แนะจากสำนักงานใหญ่ ว่าทุกอย่างที่ทำได้ต้องค่อย ๆ ลดปริมาณคาร์บอน เพื่อจะช่วยผลักดันบริษัทให้ไปถึงเป้าหมายที่ตั้งใจไว้ พนักงานในประเทศไทยต้องเริ่มปรับตัว และคิดว่าจะช่วยลดคาร์บอนได้อย่างไร ไม่ว่าจะเป็นการใช้พลาสติก หรือรีไซเคิลขยะในออฟฟิศ ซึ่งเราทำมาต่อเนื่องหลายปีแล้ว

“สำหรับ Google Cloud ดาต้าเซ็นเตอร์เป็นหน่วยที่ค่อนข้างใช้พลังงานหนักมาก เราใช้เทคโนโลยีแมชชีนเลิร์นนิง เพื่อรักษาสมดุลของพลังงานที่ต้องใช้ และนำดาต้าเซ็นเตอร์นั้นมาแบ่งปันให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการคลาวด์ ทำให้องค์กรของลูกค้าเป็นหนึ่งในองค์กรที่ใช้พลังงานน้อยที่สุด ตามแนวทางความยั่งยืนที่ดีที่สุดด้วย”

นอกจากนี้ Google ยังมุ่งมั่นในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่จะช่วยให้ผู้ใช้งานนำไปแก้เรื่องของความยั่งยืนเหมือนกัน เพราะเราเชื่อว่าเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาความยั่งยืนนี้ ยกตัวอย่าง การใช้เทคโนโลยี AI ในการดูข้อมูลต่าง ๆ โปรเจกต์ที่เราทำร่วมกับสหประชาชาติ เพื่อเข้าใจว่าพลาสติกในแม่น้ำไหลมาจากตรงไหนบ้าง ถ้าเรามีเครื่องมือ AI มาช่วยมอง จะช่วยให้หน่วยงานภาครัฐ หรือองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรต่าง ๆ นำข้อมูลตรงนี้ไปทำนโยบายที่ดีขึ้น เพื่อที่จะขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนได้



“ความล้มเหลวเป็นเส้นทางที่ต้องเดินผ่าน
เป็นแค่จุดแวะระหว่างทางให้เรียนรู้”

เรืองโรจน์ พูนผล
ประธานบริษัท กลีกร บิซิเนส-เทคโนโลยี กรุ๊ป (KBTG)



“ทักษะที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ‘learn how to learn’
เป็นทักษะที่จำเป็นมากในโลกยุคใหม่”

พรทิพย์ กองชุน
ร่วมก่อตั้งและ CGO ของ Jitta Wealth



“ประเทศไทยจะเดินต่อไปได้
ปัจจัยแรกที่ต้องทำคือการพัฒนานวัตกรรม
เพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้าใหม่ ๆ”

ดร.ณรงค์ ศิริเลิศวรกุล
ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)



“การที่เราเชื่อมั่นกับอะไรบางอย่าง และทำสิ่งนั้นทุกวัน
จะสามารถเปลี่ยนแปลงสังคมได้”

จิรายุส ทรัพย์ศรีโสภา
ผู้ร่วมก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Bitkub

