

# CHANGE

โลกเปิด เราปรับ เป้าต้องเปลี่ยน

Data Thinking  
ทักษะคนทำงาน  
ในศตวรรษที่ 21

เอแคลร์ “จ๊อปปาก”  
เทคโนโลยีเปลี่ยนชีวิต  
สู่ YouTuber  
เงินล้าน

ส่งต่อหัวใจ  
ให้เด่นต่อ

ขับเคลื่อน AI  
ไปข้างหน้า  
โดยไม่ทิ้งผู้พิการ  
ไว้ข้างหลัง

HALL OF FAME



# depa Journal Issue 2

## CONTENTS

### Digital Sentiment Index

ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรม  
ดิจิทัลไทยไตรมาส 2 ยังทรงตัว  
แม้เจอพิษโควิด-19

3

### จ๊อปากแบบดิจิทัล

เอแคลร์ - ซาติศักดิ์ มหาทา

4

### Data Thinking

ทักษะของคนทำงานในศตวรรษที่ 21

6

### Vulcan Coalition

องค์กรที่พร้อมขับเคลื่อน AI ไปข้างหน้า  
โดยไม่ทิ้งผู้พิการไว้ข้างหลัง

8

### Beating Heart in The Box

ส่งต่อหัวใจให้เด่นต่อ  
โดย ผศ.ดร.พรภาพ นัยเนตร

10

### อยู่อย่างไรให้รอด

มุมมองและความคิด  
แบบพี่สอนน้องสโตนี่จิตตะ

12

### Automatic Company

ตัวอย่างของเครื่องมือในการสร้าง  
'บริษัทอัตโนมัติ'

14

## Executive Guest



ประชาชนเกิดความคึกคักขึ้นในการใช้งาน โดยเฉพาะการใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นแอปซื้อขายสินค้า สั่งอาหาร ทำธุรกรรม รวมถึงติดต่อสื่อสารในโลกดิจิทัล

ปัจจัยดังกล่าวยังช่วยส่งเสริมให้ประชาชนมองเห็นสู่ทางในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเหล่านี้ เพื่อเพิ่มพูนทักษะและความรู้ใหม่ ต่อยอดอาชีพ สร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรม นำไปสู่การสร้างรายได้ และชื่อเสียงแก่ตนเอง และประเทศชาติต่อไป นอกจากนี้ประเทศไทยยังถือเป็นประเทศแรก ๆ ในภูมิภาคที่นำเทคโนโลยี 5G มาใช้ ซึ่งภาครัฐจะต้องส่งเสริมให้โรงงานอุตสาหกรรม และภาคธุรกิจในประเทศนำเทคโนโลยีดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ และสมบูรณ์

นายชัยวุฒิ ธนาคมานุสรณ์  
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัล  
เพื่อเศรษฐกิจและสังคม

## Editor Note



สวัสดีครับ คราวนี้เรากำลังพาผู้อ่านทุกท่านเข้าสู่เนื้อหาสาระดิจิทัลในวารสาร **depa for CHANGE** ฉบับที่ 2 โดยฉบับนี้จะเล่าแนวคิดผ่านตัวอักษร **H** ที่มีความหมายแฝงผ่านบริบทอย่าง **Hall of Fame** แต่ละบทความจะถ่ายทอดเรื่องราวที่น่าสนใจจากบุคคลที่ให้คุณประโยชน์ให้กับสังคม ชุมชน และประเทศชาติ เพื่อเชิดชูบุคคลเหล่านั้นให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อ่านทุกท่านลุกขึ้นมาสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ ให้กับสังคม

มาติดตามกันว่าเทคโนโลยีดิจิทัลจะเข้ามามีบทบาทในการส่งต่อความรู้ ความเข้าใจผ่านแนวความคิดนี้อย่างไร เพราะเราเชื่อว่า การหยิบยกบุคคลตัวอย่างให้เห็นภาพชัดเจนขึ้นจะเป็นแนวทางและประโยชน์ในการขับเคลื่อนการใช้ชีวิตอยู่ในสังคมให้เข้ากับยุคดิจิทัล และเพื่อความรู้เท่าทันสถานการณ์จากการเปลี่ยนแปลงของโลกในทุก ๆ วัน ให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีสูงสุดในการเจริญเติบโตทางคุณภาพชีวิต พร้อมทั้งนำเสนอเนื้อหาสาระความรู้อันเกี่ยวเนื่องกับ

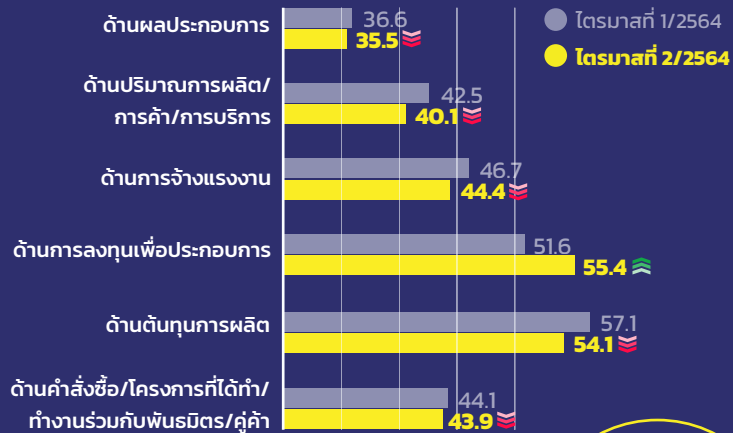
**Hall of Fame** จากหน้าสารบัญที่ทางผู้จัดทำมีความตั้งใจถ่ายทอดออกมาให้ผู้อ่านเลือกอ่านอย่างเข้าใจง่าย

**depa** พร้อมเป็นตัวกลางการสื่อสารการพัฒนาประเทศตามแนวทางเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศไปพร้อม ๆ กับการสร้างความเท่าเทียมทางสังคม ลดความเหลื่อมล้ำ และกระจายความเจริญ โดยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงเทคโนโลยีและความรู้พื้นฐานต่าง ๆ ทางด้านดิจิทัล เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นเมืองอัจฉริยะ สามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยได้อย่างชาญฉลาด และมุ่งหวังว่าการจัดทำวารสาร **depa for CHANGE** ฉบับนี้จะช่วยให้ผู้อ่านสามารถนำมาวิเคราะห์สังเคราะห์ ประยุกต์ใช้ได้จริง กระทั่งตกผลึกเป็นประโยชน์สูงสุดแก่ผู้อ่านทุกท่านอีกเช่นเคย

ดร.ณัฐพล นิมมานพัชรินทร์  
ผู้อำนวยการใหญ่  
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa)

# “ความเชื่อมั่น อุตสาหกรรม ดิจิทัลไทย ไตรมาส 2 ยังทรงตัว แม้เจอพิษ วิกฤตโควิด-19”

## ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมดิจิทัล



ดัชนีรวม  
ไตรมาสที่ 1/2564  
**46.4**

ดัชนีรวม  
ไตรมาสที่ 2/2564  
**45.6**

คาดการณ์  
ดัชนีรวม  
ไตรมาสที่ 3/2564  
**54.2**

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกที่ 3 ยังคงพบพิษอย่างหนัก ส่งผลให้ภาคธุรกิจและประชาชนชะลอคำสั่งซื้อและลดปริมาณการซื้อสินค้าและบริการดิจิทัล รวมถึงมาตรการภาครัฐที่ยังไม่มีความชัดเจน โดยเฉพาะการบริหารจัดการวัคซีนและมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและยังผลให้เศรษฐกิจโดยภาพรวมเกิดการชะลอตัว

depa for CHANGE ฉบับนี้ได้ นำข้อมูลผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital Sentiment Index) ไตรมาส 2/2564 โดย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa) แสดงให้เห็นว่า ใน 5 กลุ่มอุตสาหกรรมย่อย ประกอบด้วย กลุ่มอุตสาหกรรมฮาร์ดแวร์และอุปกรณ์อัจฉริยะ กลุ่มอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ กลุ่มอุตสาหกรรมบริการด้านดิจิทัล กลุ่มอุตสาหกรรมดิจิทัล

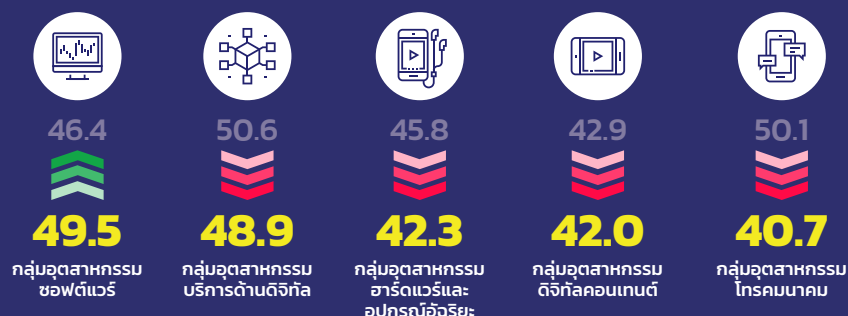
คอนเทนต์ และกลุ่มอุตสาหกรรมโทรคมนาคม มีค่าดัชนีความเชื่อมั่นฯ อยู่ที่ระดับ 45.6 ทรงตัวจากระดับ 46.4 ของไตรมาส 1/2564 ในเกือบทุกองค์ประกอบ ทั้งด้านผลประโยชน์ ด้านปริมาณการผลิต การค้า การบริการ ด้านคำสั่งซื้อ ด้านการลงทุน และด้านต้นทุนประกอบการ

ส่วนการคาดการณ์ในอีก 3 เดือนข้างหน้า ดัชนีความเชื่อมั่นฯ มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอยู่ที่ระดับ 54.2 โดยผู้ประกอบการดิจิทัลมองว่าแนวโน้มเศรษฐกิจจะกลับมาฟื้นตัวดีขึ้นในไตรมาส 3/2564 เนื่องจาก สถานการณ์เศรษฐกิจโลกในหลายประเทศเริ่มฟื้นตัว และหากภาครัฐมีการบริหารจัดการการฉีดวัคซีนและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านโครงการต่าง ๆ รวมทั้ง มีการผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมดิจิทัลฟื้นตัวและทิศทางของเศรษฐกิจมีแนวโน้มที่ดีขึ้น

หากแยกตามกลุ่มอุตสาหกรรมจะเห็นว่า ดัชนีความเชื่อมั่นฯ ส่วนใหญ่ปรับตัวลดลง ทั้งในแง่ผลประโยชน์ คำสั่งซื้อ และการลงทุน มีเพียงกลุ่มอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ (Software) ที่ปรับตัวสูงขึ้นอยู่ที่ระดับ 49.5

อย่างไรก็ตาม เสียงของผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมดิจิทัลไทยส่วนคาดหวังให้ภาครัฐเร่งดำเนินนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลให้ชัดเจน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการลงทุน ทั้งเรื่องอัตราดอกเบี้ยและแหล่งเงินทุน ครอบคลุมทั้งประชาชนและผู้ประกอบการดิจิทัล รวมถึงการบริหารจัดการวัคซีน ควบคู่ไปกับการส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขันผ่านมาตรการสิทธิประโยชน์ด้านภาษี และการสนับสนุนโอกาสเข้าสู่ตลาดภาครัฐ เพื่อขยายตลาดให้กับธุรกิจดิจิทัล ขณะที่ภาครัฐควรมีบริการดิจิทัลสำหรับการติดต่อสื่อสารในช่วงที่บุคลากรภาครัฐ Work from Home เพื่อให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการและประชาชน

## ดัชนีความเชื่อมั่น อุตสาหกรรมดิจิทัล (แยกรายอุตสาหกรรม)



ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์  
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa)

ติดตามรายละเอียด  
ข้อมูลดัชนีอุตสาหกรรม  
ดิจิทัลไทย ได้ทาง





# จ๊อปปาก

## แบบดิจิทัล

ช่วงเทศกาลสงกรานต์เมื่อ 5 ปีที่แล้ว ถ้าคุณเป็นคนหนึ่งที่ไม่ว่าจะแต่งหน้าแบบไหนไปเที่ยวสงกรานต์ดี และเปิดดูยูทูบเพื่อหาคลิป How to ก็คงต้องเห็นเธอคนนี้ผ่านสายตาแน่นอน เรากำลังพูดถึง **“เอแคลร์”** เจ้าของเพจจ๊อปปาก บิวตี้บล็อกเกอร์ชื่อดังที่มีคนติดตามเกือบ 1 ล้านราย ไม่ได้มีดีแค่ความสวยและฮา เพราะความสำเร็จที่เธอได้มาพิสูจน์ให้เราเห็นแล้วว่า เธอไม่ใช่ Content Creator มือสมัครเล่นอีกต่อไป **depa for CHANGE** ฉบับนี้จึงชวนคุณเอแคลร์มาพูดถึง “เทคโนโลยีดิจิทัล” เครื่องมือหลักที่เธอเลือกใช้ในการสร้าง Content ว่ามีส่วนช่วยพลิกชีวิตจากเด็กธรรมดา ๆ ในชุมชนคลองเตย สู่การเป็น Content Creator เงินล้าน

### จุดเริ่มต้นของ เอแคลร์ จ๊อปปาก

“ในช่วงที่เรียนชั้น ม.3 ที่บ้านเอแคลร์ไม่มีฐานะ เราไม่ได้มีคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟนเป็นของตัวเอง และยุคนั้นยูทูบ ก็เพิ่งเริ่มเข้ามา เราจะได้ดูคลิปก็ต่อเมื่อเรียนวิชาคอมพิวเตอร์ที่โรงเรียน ซึ่งคือเวิร์ดแรกที่ค้นหาคือ คลิปสอนแต่งหน้า เพราะตอนนั้นอยากรู้ว่าคนอื่นแต่งหน้ากันอย่างไร และคอยติดตามพี่โมเมพาเพลินมาเรื่อย ๆ พอขึ้นชั้น ม.6 ช่วงกิจกรรมกีฬาของโรงเรียน เอแคลร์และเพื่อน ๆ ต้องรับผิดชอบเป็นลีดโต๊ะ ก็คือเชียร์ลีดเดอร์ที่เน้นแสดงตลก จึงทำให้มีเครื่องสำอางเซตแรกที่ซื้อมาในราคา

หลักร้อยแถวประตูน้ำ เพื่อเอาไว้แต่งหน้าตอนแสดง หลังจากนั้นก็เริ่มนำมาอัดคลิปสอนแต่งหน้า ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นการทำคลิปแรกของตัวเองเป็นคลิปแรก ถ้านับจากวันแรกจนถึงวันนี้ก็มีประมาณ 500 กว่าคลิปแล้ว”

“ตอนเด็ก เอแคลร์เป็นคนชอบดูคลิปวิดีโอ จะคอยสังเกตจังหวะการตัดคลิปในงานของคนอื่นที่ดูเป็นมืออาชีพ และเมื่อเริ่มเรียนต่อมหาวิทยาลัยได้เลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยรังสิต เพราะอยากได้ไอแพดฟรีที่แจกให้นักศึกษาที่เข้ามาใหม่ พอมีไอแพดก็เริ่มศึกษาการใช้งานและพบว่า มีแอปพลิเคชันที่ใช้สำหรับตัดต่อที่มาพร้อมกับตัวเครื่อง คือ iMovie จึงลองถ่ายคลิปและตัดต่อเล่น ๆ ทำให้เราใช้เป็น และค่อย ๆ เรียนรู้ว่าจะเปิดคลิปแบบไหนจบคลิปแบบไหน หรือวิธีการเชื่อมระหว่างคลิป (Transition) แบบไหนให้น่าสนใจ”

“ความจริงแล้วเอแคลร์เป็นคนบ้าเทคโนโลยี เราทำงานเก็บเงินเพื่อดูแลครอบครัว อีกส่วนหนึ่งก็เอาไปลงทุนกับการอัปเดตอุปกรณ์ดิจิทัลใหม่ ๆ เพื่อมาต่อยอดการทำคลิปและสร้างผลงาน สร้างเสียงหัวเราะให้ทุกคนได้ขมก้น ทุกวันนี้เอแคลร์ถ่ายคลิปเสร็จก็สามารถส่งเข้าสมาร์ทโฟนเพื่อเลือกดูไฟล์ ฟุตเทจ จากนั้นอัปโหลดและส่งไปให้ทีมตัดต่อได้ทันที หรือบางครั้งเอแคลร์ก็สามารถตัด Teaser ของคลิปด้วยตนเองบนรถ ซึ่งเอแคลร์คิดว่าทุกวันนี้สะดวกขึ้นมาก เพราะมีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่พร้อม”



“

สิ่งหนึ่งของการเป็น  
Content Creator คือต้องไว  
ไม่ใช่ไวแค่เรื่องของ Content  
อย่างเดียว เราจำเป็นต้องตาม  
ให้ทันสถานการณ์โลก และ  
สร้าง Content ให้ทัน

”

ไม่ใช่แค่เก่งเทคโนโลยี สิ่งสำคัญของ  
Content Creator คือต้องไว

“แต่อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญกว่าคือ อินเทอร์เน็ตต้องไว หากเราทำ Content ที่เป็นเนื้อหาที่ต้องไวทันสถานการณ์โลก แต่อินเทอร์เน็ตล่ม อาจคิดว่าอัปโหลดช้าไปสัก 1 ชั่วโมงไม่เห็นจะเป็นอะไรเลย แต่สำหรับการเป็น Content Creator แค่ 1 นาทีถือว่าช้าไปแล้ว ยกตัวอย่างเช่น สมมติมีเหตุการณ์ตำรวจจับโจรได้ มี 3 คนที่สามารถบันทึกเหตุการณ์ได้ มีเอแคลร์ และเพื่อนอีก 2 คน ถ้าเพื่อนทั้ง 2 คนลงรูปไปแล้ว ในขณะที่เอแคลร์ลงช้าไปแค่ 1 นาที ก็คือจบ”

“ส่วนวิธีการคิด Content สำหรับเอแคลร์อย่างง่าย ๆ เลยนะคะ คือ เอแคลร์ตั้งต้นมาจากการเอาเรื่องที่เรชอบ อยากรู้และสนใจ เพราะเราคิดวาก็ต้องมีคนอยากรู้เหมือนกัน แต่สุดท้ายพอเราทำคลิปไปเรื่อย ๆ ก็พอรู้ได้ว่าคนไทยสนใจเสพอยู่ไม่กี่เรื่อง ชอบเรื่องความรัก เรื่องผี และคนตีกัน (ชอบดราม่านั่นเอง) แต่เราก็พยายามสอดแทรกสาระความรู้ไปกับเรื่องเหล่านั้นตลอด”

“ถ้าใครเป็นเพื่อนสนิทเอแคลร์จะรู้ว่า ความจริงแล้วเอแคลร์ไม่ชอบเสพสื่อดราม่า แต่ Content ดราม่าต่าง ๆ ที่เผยแพร่อยู่ทุกวันนี้ก็ต้องยอมรับว่าเราต้องเอ็นเตอร์เทนคนดูและลั่นไหลไปตามกระแสสังคม เอแคลร์มักใช้เวลากับการศึกษาดูคลิปทั้งของไทยและต่างประเทศที่สอนเทคนิคการถ่ายทำ ตัดต่อ การทำสีกภาพ เพื่อให้เราสามารถนำไปปรับใช้ทันต่อได้ และทำให้งานวิดีโอของเราดูน่าสนใจและสดใหม่ตลอดเวลา”

### เอแคลร์ จี้อปากในอนาคต

“จริง ๆ วางแผนไว้หมดแล้ว เอแคลร์เปิดบริษัทตั้งแต่วันแรกที่เปิดเพจ ในอนาคตอยากให้เป็นระบบบริษัทแบบจริงจัง และมีพนักงานที่พร้อมในทุกแผนก ส่วนเรื่อง Content ของเพจก็จะโตขึ้น ดูภายนอกอาจเหมือนเดิมก็จริง แต่เนื้อหาภายในคลิปเราได้นำเสนอวิธีการพูด การเล่าเรื่องแบบใหม่ และถ่ายทอดไปยังคนดูกลุ่มใหม่ที่โตขึ้น เรานำเสนอการเติบโตขึ้นของเรา การมีบ้าน มีรถ มีครอบครัว เอแคลร์เชื่อว่าคนที่ติดตามเรามาตั้งแต่เด็ก เขาก็ยังคงติดตามเราอย่างต่อเนื่องและโตไปพร้อม ๆ กับเรา”

### เอแคลร์เป็นไอดอลของเด็กยุคใหม่แล้วนะ

“ทุกวันนี้มีน้อง ๆ ทักเข้ามาปรึกษาเยอะมาก เอแคลร์ก็จะตอบกลับไปว่า

“

สิ่งหนึ่งที่ทุกคนสามารถทำได้และลงทุนน้อยที่สุดคือการตั้งใจเรียน ไม่ได้หมายความว่า การตั้งใจเรียนเพื่อให้ได้เกรดหรือคะแนนสูง ๆ แต่อย่างน้อยมันช่วยเปลี่ยนความคิดหรือ Mindset ของเรา

”



การศึกษาจะช่วยให้เราได้เจอเพื่อนใหม่ หน้าที่การงานใหม่ สิ่งใหม่ในชีวิตจริงการทำงานมันเหนื่อยกว่าการเรียนหลายร้อยเท่า ฉะนั้นหากรู้สึกเหนื่อยหรือท้อ ง่ายที่สุดคือการให้กำลังใจตัวเอง และตั้งใจเรียน อันนี้คือสิ่งสำคัญที่เอแคลร์บอกกับน้อง ๆ ทุกคนตลอดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา”

“ตั้งแต่มี เพจจี้อปาก เรียกได้ว่าเปลี่ยนชีวิตเอแคลร์ไปมาก ๆ เลยค่ะ จากเด็กชุมชนคลองเตยธรรมดา ๆ คนหนึ่ง มีชีวิตก้าวกระโดดจากความฝันสูงสุดในวัยเด็กคือการเป็นพนักงานห้างสรรพสินค้า พนักงานออฟฟิศ เพราะสมัยก่อนทำงานเป็นเด็กพาร์ทไทม์ และทุกวันนี้เวลาเราเดินทางไปไหนมาไหนไม่ว่าจะเป็นแฟนเพจ ดารา นักแสดงคุณมีชื่อเสียง ทุกคนเข้ามาทักทาย ยิ้มแย้มแจ่มใส ทำให้เรารู้สึกดีใจมาก ๆ ที่พาตัวเองก้าวเข้ามาสู่จุดนี้ได้”



# DATA THINKING

## ทักษะของคนทำงาน ในศตวรรษที่ 21

เรากำลังอยู่ในยุคที่เต็มไปด้วย Data หรือข้อมูลมากมายที่เกิดขึ้น และไหลเวียนผ่านไปในระดับที่ยากจะจินตนาการได้ ถ้าไม่เชื่อดูภาพนี้ที่บอกให้รู้ว่าใน 1 นาทีบนโลกมี Data เกิดขึ้นมากมาย



ที่มา: <https://www.hebergementwebs.com/internet-figures/infographic-1-minute-on-the-internet-in-2020>

ภาพนี้เป็นข้อมูลเมื่อปี 2020 (ต้องขอภัยด้วยที่ผมหาภาพของปี 2021 ไม่เจอ ซึ่งเดาว่าคงยังไม่มีใครทำขึ้นมา) คุณจะเห็นว่า แค่เวลา 60 วินาทีสั้น ๆ นั้นมี Data เกิดขึ้นมากมายขนาดไหน

- YouTube** มีการอัปโหลดวิดีโอขึ้นไปเป็นความยาวกว่า 500 ชั่วโมง
- TikTok** มีคนติดตั้งเพิ่มขึ้น 2,704 ครั้ง
- Facebook** มีการแชร์มากกว่า 150,000 ครั้ง
- Instagram** มีโฆษณาโพสต์มาให้คนกดไปแล้วกว่า 138,889 ครั้ง
- Netflix** มีคนดูรวมกันมากถึง 404,444 ชั่วโมง
- Zoom** มีคนเข้าร่วมมีตติ้งมากถึง 208,333 คน

เอาเป็นว่าที่เหลื้ของคุณดูจากรูปภาพต่อแล้วกัน ทีนี้เข้าใจหรือยังครับว่าเราก้าวเข้าสู่ยุค Data 5.0 อย่างเต็มตัวแล้วจริง ๆ และเมื่อมี Data เกิดขึ้นมากมายมหาศาลขนาดนี้ ส่งผลให้บริษัทยุคใหม่ต่างพยายามใช้ประโยชน์จาก Data เหล่านั้นให้เกิดมูลค่าทางธุรกิจสูงที่สุด



ก็เหมือนกับที่ Netflix สร้างซีรีส์สุดฮิต House of Cards เวอร์ชัน US จาก Data ขึ้นมาจนดังเปรี้ยงปร้างกลายเป็นไวรัล แล้วนั้นก็ทำให้หลายคนแห่กันเข้ามาสมัครสมาชิกเพราะอยากจะดูซีรีส์ที่กำลังเป็นกระแสในช่วงแรกเสียเหลือเกิน (ไวตอนหน้าจะมาเล่าลงรายละเอียดให้ฟังครับว่าเขาทำอย่างไร) ส่วนเว็บไซต์ช้อปปิ้งออนไลน์ระดับโลกอย่าง Amazon.com ก็กำลังจะพลิกโฉมหน้าธุรกิจ E-Commerce ใหม่ เพราะตอนนี้พวกเขาไม่ได้แค่มีของที่ถูกต้องและมากที่สุดเท่านั้น แต่พวกเขากำลังจะสามารถทำนายได้อย่างแม่นยำว่าคุณกำลังจะซื้ออะไรในอีกไม่กี่วันข้างหน้า

จากนั้นสินค้าที่คุณคิดว่าคุณกำลังจะอยากได้ก็จะมาปรากฏที่หน้าประตูบ้านอย่างแม่นยำ ประหนึ่งว่าพวกเขาแอบฟังความคิดคุณอยู่ แต่เปล่าหรอกครับ พวกเขาแค่เอา Data ของคุณจากทุกสิ่งที่คุณทำมารวบรวมประมวลผลออกมาเป็นบริการใหม่ที่มีชื่อว่า Anticipatory Shipping หรือผมแปลเป็นไทยง่าย ๆ ว่า “ส่งก่อนสั่ง” นั่นเองครับ

แล้วที่เจ๋งไปกว่านั้นคือถ้าสินค้าไหนที่คุณไม่อย่างได้ก็แค่เอวาทิ้งไว้ที่หน้าประตูบ้าน จากนั้นพนักงานจะแวะมาเก็บสินค้าชิ้นนั้นกลับไปโดยที่คุณไม่ต้องเสียเงินสักบาท หรือให้ถูกคือ โดยที่คุณไม่ต้องเสียเงินสัก “ดอลลาร์” มากกว่าครับ

กลับมาที่เนื้อหาตั้งต้นของบทความนี้คือ **Data Thinking ทักษะของคนทำงานในศตวรรษที่ 21** ที่คุณอาจจะพอเห็นภาพแล้วว่ามันเกี่ยวกันอย่างไร เพราะในเมื่อมี Data มากมาย แต่ถ้าไม่มีคนที่มีความสามารถนำ Data เหล่านั้นไปใช้ ก็จะทำให้มันไร้ประโยชน์โดยสิ้นเชิง

**ดังนั้นทักษะในการทำงานกับ Data ของทุกสายงานจะต้องเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้** เหมือนกับเมื่อ 15-20 ปีก่อนที่การทำงานกับคอมพิวเตอร์หรือโปรแกรมต่าง ๆ นั้นเป็นทักษะพิเศษสำหรับบางคนที่ได้

รู้เรียนมา แต่ทุกวันนี้ไม่มีใครมาถามแล้วว่าคุณใช้คอมพิวเตอร์เป็นหรือเปล่า คุณสามารถใช้โปรแกรมต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตเป็นหรือไม่ เพราะทุกคนต่างคาดหวังว่าคุณจะต้องทำเรื่องพวกนี้เป็นโดยไม่ต้องให้ใครมานั่งสอน และเรื่องความรู้ความเข้าใจด้าน Data ก็เช่นกัน แม้วันนี้จะยังเป็นทักษะพิเศษสำหรับบางคนที่เป็นคอร์สต่าง ๆ

“

**แต่ผมเห็นภาพในอนาคตอันใกล้ อีกไม่กี่ปีข้างหน้าว่าทักษะในการทำงานกับ Data จะกลายเป็นอะไรที่เหมือนกับการใช้คอมพิวเตอร์เป็นในวันนี้**

”

แม้สายงานการทำงานกับ Data ในวันนี้อาจจะยังไม่มีที่ตำแหน่ง เช่น Data Engineer, Data Scientist และ Data Analytics แต่ ณ วันที่ผมกำลังเขียนบทความนี้อยู่ ผมก็พบว่าผมกำลังต้องการตำแหน่งงานใหม่ ๆ 3 ตำแหน่งเพื่อมาทำงานให้ลูกค้าดังนี้

## 1. Data Manager

ตำแหน่งนี้คล้าย ๆ Project Manager แต่เป็นคนทีบริหารจัดการ Data ในองค์กรที่เคยกระจัดกระจายให้รวมไว้ในที่เดียว เพื่อง่ายต่อการส่งต่อให้คนอื่นใช้งาน คนนี้ไม่ต้องเก่งมากระดับ Data Engineer เพราะวันนี้มีเครื่องมือประเภท MarTech\* มากมายที่เข้ามาช่วยงานให้การบริหารจัดการ Data สำหรับองค์กรระดับเล็กและกลางเป็นเรื่องง่ายขึ้นมากครับ

## 2. Marketing Analytics

นักการตลาดสาย Data แต่เดิมนักการตลาดไม่ค่อยมี Data ให้ใช้งาน จึงต้องตัดสินใจจากข้อมูลการ Research หรือทำ Focus Group อันน้อยนิด แต่วันนี้เรามี Data มากมายให้ใช้งาน จึงต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลก่อนจะเริ่มทำงาน ต้องสามารถทำ Data Visualization ได้ เพื่อจะได้ค้นหา Insight ที่ซ่อนอยู่ใน Data ด้วยตัวเองอย่างรวดเร็วและตัดสินใจได้ทันที

## 3. Customer Journey Optimizer

ตำแหน่งนี้ผมเพิ่งพบว่าต้องการอย่างเร่งด่วน เพราะเมื่อเครื่องมือทางการตลาดและธุรกิจพัฒนาไปไวมาก การจะทำ CRM หรือ Personalized Marketing (การตลาดแบบรู้ใจ) ให้ดีจะต้องเริ่มจากเครื่องมือที่สามารถติดตามและวัดผลการทำการตลาดของเราได้ในทุกครั้ง เราต้องรู้ว่า ถ้าเราส่งโฆษณาแบบนี้ไปจะมีคนกดเข้ามาเท่าไร แล้วจากคนที่กดเข้ามานั้น ซื้อเท่าไร ส่วนคนที่ยังไม่ยอมซื้อ เราจะต้องทำการตลาดกลับไปหาเขาอย่างไร ทั้งหมดนี้ทำผ่านเครื่องมือประเภท CDP หรือ CRM (ไว้จะมาเล่าเพิ่มเติมให้ฟัง) และนั่นก็หมายความว่า นักการตลาดจะมีเครื่องมือใหม่ ๆ ในการทำงาน ซึ่งก็ต้องการทักษะใหม่ ๆ ที่จะสามารถใช้เครื่องมือดังกล่าวได้เช่นกัน

ทักษะ **Data Thinking** ยังมีอีกมากซึ่งคงต้องขอละไว้เล่าต่อในครั้งหน้า แต่ถ้าให้สรุปสั้น ๆ ก่อนในตอนนี้เป็นคือให้คุณไม่มีความสามารถในการเขียนโปรแกรม ไม่มีทักษะด้านสถิติขั้นสูงแบบ Data Science คุณก็ต้องสามารถวิเคราะห์ Data ให้เป็น ต้องรู้จักมอง Data ให้ออก **เพราะวันนี้มีเครื่องมือมากมายทำให้เราเข้าถึง Data ได้ง่ายขึ้น และสามารถนำมาใช้งานได้ง่ายกว่าเดิมมาก ที่เหลือคือการเข้าใจว่า Data ทำงานอย่างไร ถ้าเราอยากรู้เรื่องไหนจะต้องหา Data แบบไหนเข้ามาตอบ ไปจนถึงเราจะเข้าถึง Data ที่ต้องการได้อย่างไร**

และทั้งหมดนี้ก็คือทักษะ **Data Thinking** การคิดอย่างเข้าใจ Data คือทักษะสำคัญของคนทำงานในศตวรรษที่ 21 ถ้าไม่อยากตกงานในวันข้างหน้า หายากเหลือเกินครับ

ผู้เขียน  
นัฐพล ม่วงท่า

เจ้าของเพจการตลาดวันละตอน ผู้เขียนหนังสือ Personalized Marketing, Data-Driven Marketing และ Data Thinking อาจารย์พิเศษวิชา Data-Driven Marketing ชั้นปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่งที่ปรึกษาด้านการตลาดสำหรับบริษัท เป็นที่ปรึกษาด้านการตลาดสำหรับบริษัทด้านค้าและสตาร์ทอัพ ชอบดื่มกาแฟ กินข้าวหมูกรอบ อ่านหนังสือสะสมความรู้ไปเรื่อย

\* MarTech หรือ Marketing Technology เป็นเครื่องมือระบบซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการวางแผนเพื่อดำเนินการและวัดผลทางการตลาดแบบอัตโนมัติ ช่วยปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน และประสิทธิภาพ การจัดการ วิเคราะห์ข้อมูล และการเข้าถึงและมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย



จูน-เมราวี กัทสนาสกัยกรกิจ  
ผู้ร่วมก่อตั้ง Vulcan Coalition

Vulcan Coalition คือ Social Startup ที่สร้างอาชีพให้คนพิการในด้านของการพัฒนาปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI โดยดึงศักยภาพของคนพิการขึ้นมาใช้ โดยจุดเริ่มต้นในการริเริ่มองค์กรนี้ของคุณจูนมาจากตัวเธอเองที่มีเพื่อนสนิทเป็นคนพิการทางสายตา ในช่วงที่เรียนอยู่คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งเมื่อเธอได้ใช้ชีวิตกับเขา ทำให้เธอได้รู้จริงแล้วว่าจริงแล้วกลุ่มคนพิการนั้นมีศักยภาพหลาย ๆ ด้าน ทำให้เธออยากจะดึงสิ่งที่พวกเขามีนั้นมาสร้างโอกาสให้กับพวกเขาเอง

“จูนอยากสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) ให้พวกเขาเรียนรู้ได้ หรือว่าทำงานได้ ซึ่งในจุดของ Vulcan เกิดจากผู้ก่อตั้งอีกคนคือ

“ตั้งแต่วันแรกที่ทำ มาจนถึงวันนี้เป็นเวลาเกือบสองปี อย่างแรกเลยต้องขอขอบคุณ depa (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล) มาก ๆ ค่ะที่เป็นแรงสนับสนุนการเพิ่มศักยภาพกลุ่มคนพิการร่วมกับเรา ผ่านการอบรม โดยปีที่แล้วเราอบรมคนพิการทั้งหมด 400 คน และผ่าน 200 คน ได้เข้าทำงานกับ 13 บริษัทที่เป็นพาร์ทเนอร์ของเรา ซึ่งเท่ากับว่าเราได้ช่วยให้พวกเขามีงานทำ”

“ในอนาคตเราตั้งใจว่าเราอยากเป็นบริษัท AI ที่แข่งขันบนเวทีโลกได้ สามารถรับงานต่างประเทศได้ และเราอยากบอกให้คนทั่วไปเปลี่ยน Mindset ใหม่เกี่ยวกับคนพิการ เพราะพวกเขามีศักยภาพมากในการทำงาน วันนี้ที่บริษัทเราแข่งขันได้ เพราะว่าเราใช้

# ขับเคลื่อน AI ไปข้างหน้า

“Vulcan (วัลแคน) เป็นชื่อเทพเจ้าที่ตกสวรรค์แล้วพิการ และเขาสรางอุปกรณ์ให้คนบกพร่องได้ใช้ ซึ่งมีความคล้ายกับองค์กรเรา เพราะเราเปิดโอกาสให้คนพิการมาทำ AI (Artificial Intelligence) หรือปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งประโยชน์ของเครื่องมือนี้ช่วยให้คนที่พิการ หรือไม่พิการเองสามารถใช้ชีวิตได้ดีขึ้น”

คุณจูน-เมราวี กัทสนาสกัยกรกิจ  
ผู้ร่วมก่อตั้ง Vulcan Coalition  
บอกถึงที่มาของชื่อองค์กรของเธอ

พีรันดร (คุณนิรันดร์ ประวิทย์ธนา) ซึ่งเขาทำงานอยู่ในอุตสาหกรรม AI มากกว่า 10 ปี ครั้งหนึ่งเรามีโอกาสคุยกันพีรันดรบอกว่า อุตสาหกรรม AI ไทยขาดแรงงานในการที่จะมาจัดเตรียมข้อมูล ซึ่งจะทำให้ AI เรา ยังไม่สามารถสู้กับต่างชาติได้ ในตอนนั้นจูนคิดได้ว่าเรามีโอกาสในการทำงานกับน้องกลุ่มคนพิการ โดยเราทำในเรื่องการศึกษา แต่เราไม่สามารถต่อจิกซอร์ให้เขามาสู่การทำงานได้ เราจึงคิดได้ว่านี่มันคือ โอกาส ที่เราน่าจะใช้ศักยภาพของคนพิการมาเติมเต็ม หรือขับเคลื่อนอุตสาหกรรม AI ได้ค่ะ Vulcan Coalition จึงได้เกิดขึ้น”

ศักยภาพของคนพิการ ในปีนี้เราได้พัฒนาโมเดล Text-to-Speech ของเราเอง ซึ่งตัวนี้จะมีของ Google ที่หลายคนรู้จัก แต่ถ้าเราทำของเราสำเร็จในปีนี้ และเทียบเท่าของ Google ก็สามารรถพิสูจน์ได้ว่านี่เราใช้ศักยภาพของคนพิการมาทำนะ และถ้าบริษัทต่าง ๆ ต้องการนำ Text-to-Speech นี้ไปใช้ก็สามารถบอกได้ว่านี่คือ AI ที่ทำโดยคนไทย และได้ให้โอกาสคนพิการไทยได้มีที่ยืนในโลกของ AI ที่กำลังมาในอนาคต”





ณัช-ณัชพา การวิวัฒน์  
Software Developers,  
Vulcan Coalition

เมื่อได้พูดคุยกับผู้ร่วมก่อตั้งองค์กรแล้ว เรายังมีโอกาสได้พูดคุยกับคุณณัช-ณัชพา การวิวัฒน์ ผู้พิการทางสายตาที่รับหน้าที่เป็น Software Developers ของ Vulcan Coalition อีกด้วย

“ผมเริ่มต้นจากการเข้าร่วมโครงการ The Guidelight ของพี่จูน ซีอีโอของ Vulcan ที่ทำเพื่อกลุ่มคนพิการที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จากนั้นเมื่อพี่จูนได้ก่อตั้ง Vulcan Coalition และมีไอเดียว่าอยากให้คนพิการที่ต้องการทำงานได้มีโอกาสทำงานที่อยากทำ เพราะว่าทางพี่จูนเห็นว่าคนพิการมีศักยภาพที่จะทำงานได้ถ้าเขาได้รับโอกาสและทำในสิ่งที่เขาถนัด หลังจากนั้นผมก็ได้เข้าร่วมทำงานกับ Vulcan ในฐานะ Vulcan Hero เป็นตำแหน่งที่มีหน้าที่

ถ้าจะบอกถึงคนพิการก็ต้องบอกว่าต้องพยายามหาทางของตัวเอง อาจจะไม่ได้ใช้การเป็น Software Developers แบบผม แต่หมายถึงอาชีพอื่น ๆ ที่เขาสนใจ เขาก็ต้องพยายาม ต้องไขว่คว้าหาในสิ่งที่ตัวเองชอบให้สุดความสามารถครับ ผมเชื่อว่าสิ่งไหนที่เราต้องการ และเราเชื่อมั่นว่าเราทำได้ เราต้องสู้ให้ถึงที่สุด เพื่อให้สิ่งนั้นมันสำเร็จหลาย ๆ ครั้งที่เราเจออุปสรรคแล้วเราถอย เป้าหมายนั้นมันจะไม่สามารถสำเร็จได้เลย แต่ถ้าเราพยายามสู้ต่ออย่างน้อยก็มีโอกาสบ้างที่จะสำเร็จครับ”

และนี่คือกำลังใจดี ๆ จากหนึ่งในผู้พิการที่ไม่เคยย่อท้อต่ออุปสรรคในการพัฒนาศักยภาพของตนเอง

# โดยไม่ทิ้งผู้พิการ ไว้ข้างหลัง

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| 0 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 1 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |



เทรน Data ให้กับ AI จากนั้นผ่านมาประมาณครึ่งปี พี่เต๋า (คุณฉัตรารุณ วิริยะสุธี Chief Research Officer (CRO) ของ Vulcan Coalition) ได้ชวนมาทำงานเป็น Software Developers ครับ”

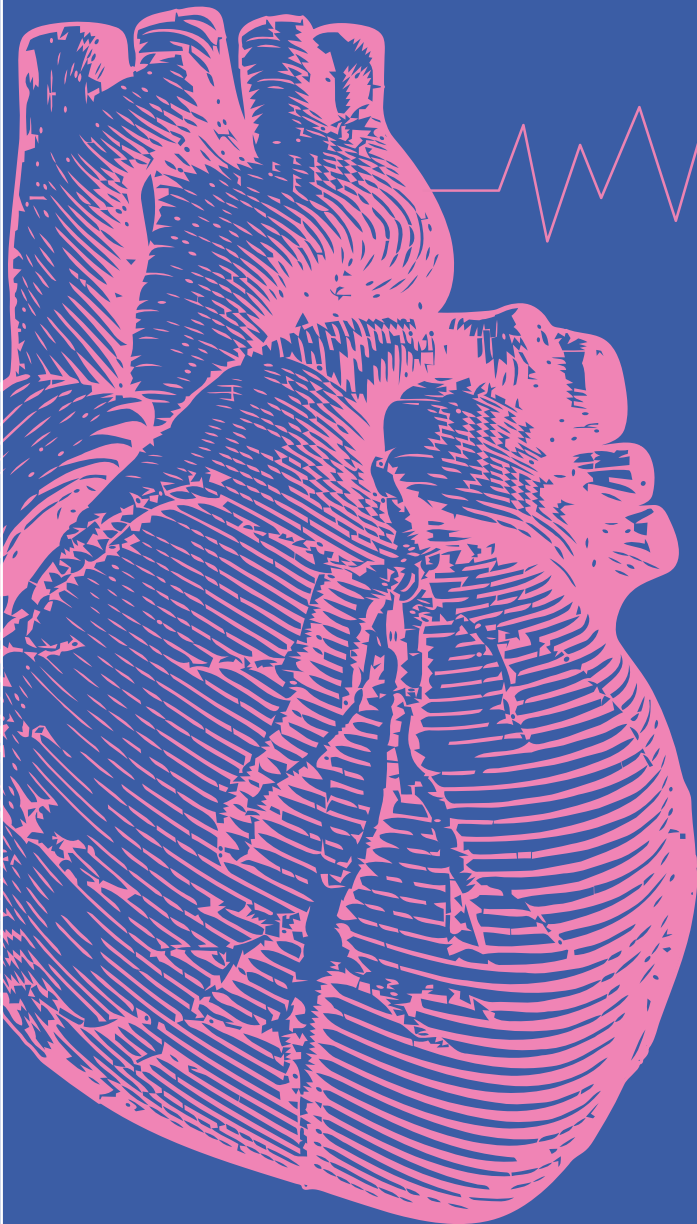
“สำหรับคนพิการทุกคนที่อยากทำงาน ผมว่าเราจะต้องมีความมุ่งมั่นเป็นพิเศษประมาณหนึ่งในการทำอะไรสักอย่าง ต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่า เราอยากจะทำอะไร เราอยากจะเป็นอะไร และส่วนหนึ่ง ต้องยอมรับว่าประเทศไทยมีอีกหลายที่ที่ยังไม่ได้ให้โอกาสกับคนพิการมากเท่าที่ควร ซึ่งนั่นอาจจะเป็นปัจจัยหนึ่งทำให้คนพิการที่เจอแรงกดดันเยอะได้ เพราะฉะนั้น



ผู้สนใจสามารถติดตาม  
รายละเอียดได้ที่

[www.facebook.com  
/vulcancoalition](https://www.facebook.com/vulcancoalition)

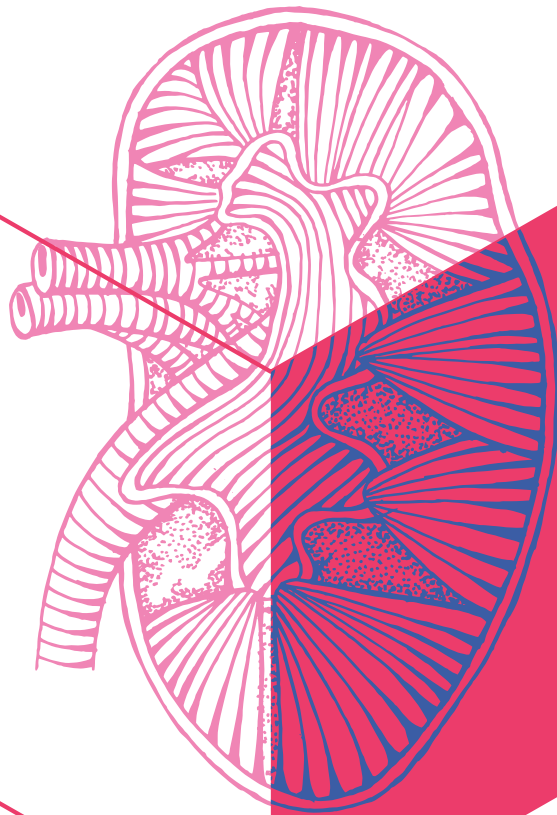
# BEATING HEART INTHE BOX



“สำหรับประเทศไทยนั้นมีคนไข้ผ่าตัดเปลี่ยนหัวใจประมาณ 20 เคสต่อปี ซึ่งความจริงแล้วเรามีหัวใจของคนไข้สมองตายที่จะนำมาเปลี่ยนได้ประมาณ 100 ดวง”

จะดีกว่าไหม หากเราใช้ประโยชน์จากหัวใจที่เหลือให้สามารถเดินต่อ เพื่อช่วยชีวิตคนได้มากกว่าเดิม ด้วยเหตุผลเหล่านี้ จึงเป็นแรงผลักดันสำคัญในการลงมือทำทุกผลงานวิจัยให้สำเร็จ และเกิดเป็นผลงานที่เมดอินไทยแลนด์ในทุกผลงานวิจัยของผศ.ดร.พรภพ นัยเนตร ผู้ดูแลโครงการวิจัย และพัฒนาอุปกรณ์เก็บรักษาหัวใจในสภาวะเต้นอยู่เพื่อการขนส่งสำหรับการปลูกถ่ายอวัยวะ (Heart Perfusion Box)

“สำหรับงานวิจัยเรื่องกล่องใส่หัวใจ เราทำกันมาหลายปีแล้วครับ ก่อนหน้านั้นผมเริ่มต้นจากการทำหัวใจเทียมโดยเป็นโปรเจกต์ที่ร่วมกับทาง ศัลยแพทย์ที่โรงพยาบาลศิริราช จากนั้นได้มาพบกับ อ.ดร.นพ.กรกช เกษประเสริฐ จากโรงพยาบาลรามาริบัติ ซึ่งคุณหมอมมีความเชี่ยวชาญในการผ่าตัดปลูกถ่ายอวัยวะ มาคุยกับผมว่าอยากจะทำเครื่องเก็บอวัยวะ โดยผมเน้นทำเกี่ยวกับหัวใจ และคุณหมอมกรกชทำเกี่ยวกับไตอยู่แล้ว จึงทำให้เกิดงานวิจัยชิ้นนี้ ซึ่งจริง ๆ แล้วเราทำทั้งเครื่องเก็บหัวใจ และเครื่องเก็บไต



ผศ.ดร.พรภพ นัยเนตร

อาจารย์ประจำภาควิชาวิศวกรรมชีวการแพทย์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล  
และผู้ร่วมก่อตั้ง Startup - IQmed Innovation

คือทำทั้งสองเครื่องครับ เพียงแต่คนส่วนใหญ่จะคิดว่ามีเพียงเครื่องเก็บหัวใจ ซึ่งจุดประสงค์ในการทำเครื่องเก็บหัวใจก็เพื่อการเก็บรักษาหัวใจได้นานขึ้น จากเดิมที่เราใช้เวลาในการเคลื่อนย้ายหัวใจจากผู้ให้ไปสู่ผู้รับเพียง 4 ชั่วโมง แต่ถ้ากล่องเก็บหัวใจ สำหรับเคลื่อนย้ายนี้สำเร็จเราสามารถเพิ่มเวลาการเคลื่อนย้ายได้ถึง 9 ชั่วโมง โดยที่หัวใจยังเต้นขณะเคลื่อนย้าย ทำให้โอกาสการผ่าตัดปลูกถ่ายหัวใจสำเร็จได้มากกว่าแบบแช่แข็ง (Cold Storage)”

“สำหรับประเทศไทยนั้น มีคนใช้ผ่าตัดเปลี่ยนหัวใจประมาณ 20 เคสต่อปี ซึ่งความจริงแล้ว เรามีหัวใจของคนไข้สมองตายที่จะนำมาเปลี่ยนได้ประมาณ 100 ดวง แต่เนื่องจากว่าเวลาขนส่งหัวใจมีจำกัด ทำให้ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากหัวใจที่ได้รับบริจาคมาได้ทั้งหมด และจากปัญหานี้เรามองว่าโปรเจกต์ที่เราทำน่าจะช่วยชีวิตคนเพิ่มขึ้นมาได้อีกสักประมาณ 5 เท่า และข้อดีอีกอย่างคือ คุณหมอจะลดความกดดันเพราะว่าเห็นหัวใจยังเต้นอยู่ตลอดเวลา และที่สำคัญถ้าเราทำผลิตภัณฑ์นี้ออกมาได้ในราคาที่ไม่แพงมาก ก็น่าจะนำมาปรับใช้ทั่วโลกได้ ยิ่งถ้าเรายืดระยะเวลาเป็น

9 ชั่วโมง หากเรามีหัวใจที่หาคนแมทช์ไม่ได้ในประเทศ เราสามารถส่งไปญี่ปุ่น สิงคโปร์ หรืออินโดนีเซีย หรือประเทศใด ๆ ที่มีระยะเวลาในการเดินทางที่อยู่ในช่วงเวลานี้ได้ ผมมองว่าจากนั้นคนไข้สมองตายหัวใจของเขาจะไม่เปล่าประโยชน์ เพราะเราจะสามารถนำหัวใจเขาไปส่งต่อได้ อย่างน้อยที่สุดให้มีการช่วยชีวิตคนได้เพิ่มอีกสักหนึ่งชีวิตครับ”

“และในฐานะนักวิจัยสิ่งที่ได้หลังจากการทำงานสำเร็จคือ ผลิตภัณฑ์ที่นำไปใช้ต่อให้เกิดประโยชน์ได้ แต่ถ้าในฐานะที่ผมเป็นอาจารย์ ผลิตภัณฑ์ของผมคือนักเรียนที่ผมสอน ซึ่งงานวิจัยอุปกรณ์ทุกอย่างที่ผมได้พูดมาคือเด็กนักศึกษาปริญญาตรี และปริญญาโทช่วยกันทำ เพราะฉะนั้นความภูมิใจของผม คือ เด็ก ๆ ที่ผมสอนเขาแล้วเขาทำได้ และตัวเขาเองก็ภูมิใจในสิ่งที่เขาทำ ซึ่งเราก็ภูมิใจไปกับเขาด้วยครับ”





# “อยู่อย่างไรให้รอด

## มุมมองและความคิดแบบพี่สอนน้อง

# สไตล์ Jitta”

คนที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานมักบอกว่า ความสำเร็จขึ้นอยู่กับจังหวะและโอกาส และโลกดิจิทัลทำให้โอกาสของเราทุกคนเปิดกว้างขึ้น คนรุ่นใหม่ที่มี “มีของ” จึงมีพื้นที่ให้ได้วัดความสามารถและพุ่งทะยานสู่ความสำเร็จในเวลาอันรวดเร็ว

แต่ถึงจะดีตัวแรงอย่างไร นั่นก็เป็นเพียงก้าวแรก เพราะสิ่งที่ต้องพิสูจน์กันยาว ๆ คือ ก้าวที่สองและก้าวต่อไป ซึ่งไม่เพียงต้องรักษาระดับความสำเร็จให้คงที่ แต่ต้องสามารถอยู่รอดและเติบโตได้ในโลกธุรกิจ โดยเฉพาะโลกที่มีความพลิกผันสูงอย่างสตาร์ทอัพ

แม้ความสำเร็จไม่มีสูตรตายตัว แต่การเรียนรู้จากผู้ที่ผ่านมาการล้มและลุกจนสามารถตั้งหลักได้อย่างมั่นคง ย่อมมีข้อคิดหรือแนวปฏิบัติเพื่อให้หน้าใหม่ในวงการได้ใช้เป็นทางลัด และคงน่าสนใจไม่น้อยหากคำแนะนำนั้นมาจากผู้ร่วมก่อตั้งสตาร์ทอัพ WealthTech รายแรกของไทยที่ได้รับอนุญาตบริหารจัดการกองทุนส่วนบุคคลจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.)

ตราวุทธิ์ เหลืองสมบูรณ์ เริ่มเส้นทางนักลงทุนจากความสนใจส่วนตัว เมื่อรวมกับความขวนขวายใฝ่รู้ จึงขยับขึ้นเป็นนักลงทุนที่มีความเชี่ยวชาญในตลาดหุ้นต่างประเทศ

ตั้งแต่ยังเรียนอยู่ในระดับปริญญาโท และความเชี่ยวชาญนี้นำไปสู่การก่อตั้งสตาร์ทอัพ “Jitta” ในเวลาต่อมา

จุดเริ่มต้นของ Jitta ไม่ต่างจากสตาร์ทอัพอื่นที่เกิดขึ้นจาก Pain Point ในชีวิตประจำวันที่เป็นปัญหาร่วมของคนในสังคม ซึ่งในกรณีนี้คือนักลงทุนที่มีความรู้แต่ไม่คล่องด้านปฏิบัติ และจับจังหวะการลงทุนไม่ได้ เพราะใจไม่แข็งช่วงหุ้นตก อย่างไรก็ตาม การให้คำแนะนำคนใกล้ตัวเรื่องลงทุนและเทคนิค รวมถึงการบอกต่อด้วยความเชื่อถือ เชื่อมั่น และเชื่อมือ เกิดเป็นแรงบันดาลใจให้ตราวุทธิ์นำเอาสิ่งที่ตัวเองรู้หลักการวิเคราะห์ ร่วมกับเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนาเป็นแพลตฟอร์ม Jitta.com เพื่อวิเคราะห์หุ้นและต่อยอดมาสู่ Jitta Wealth บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนส่วนบุคคลสำหรับนักลงทุน ที่ตราวุทธิ์เป็นทั้ง CEO และผู้ร่วมก่อตั้ง

Jitta.com เปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2556 โดยมีเป้าหมายหลักคือการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อให้นักลงทุนทั่วโลกสามารถ

สร้างผลตอบแทนที่ดีขึ้น ด้วยวิธีการที่เรียบง่าย และเข้าถึงข้อมูลการลงทุนที่มีคุณภาพได้อย่างทั่วถึง Jitta Wealth คือสตาร์ทอัพ Wealthtech ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Jitta.com ช่วยบริหารจัดการเงินลงทุนในรูปแบบกองทุนส่วนบุคคล ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2562

การ “อยู่ให้รอด” ในช่วงขวบปีแรก ของสตาร์ทอัพเป็นความจริงอันโหดร้ายที่ทุกคนต้องเผชิญ จากการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสตาร์ทอัพทั่วโลก โดย Harvard Business Review พบว่า สตาร์ทอัพเกิดใหม่มีอัตราการล้มเหลวถึง 90% มีเพียง 10% เท่านั้นที่ประสบความสำเร็จ ขณะที่ CB Insight ได้เปิดเผยผลการวิเคราะห์หาสาเหตุ 20 อันดับของความล้มเหลว พบว่า สาเหตุอันดับหนึ่งที่ทำให้สตาร์ทอัพส่วนมากไม่ได้ไปต่อ คือ สินค้าหรือบริการไม่เป็นที่ต้องการของตลาด 34% ตามมาด้วยภาวะขาดแคลนเงินสดหมุนเวียนและปัญหาทีมงาน ที่ 29% และ 23% ตามลำดับ

# แล้ว Jitta ทำอย่างไร จึง “รอด” และ “รุ่ง” ?

ในฐานะรุ่นพี่ที่ผ่านสมรภูมิเดือดมาก่อน ตราวุทธิ์ถอดบทเรียน  
จากประสบการณ์มาเป็น 3 ข้อคิดเพื่อ “อยู่ให้รอด” ดังนี้

## 1. รอดได้ด้วย การฟัง

Jitta Wealth วางตัวเองให้แตกต่าง  
จากบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.)  
อื่น ด้วยการทำธุรกิจแบบ User-Centric ที่รับ  
ฟังเสียงของลูกค้า ความพยายามหาตัวเลือก  
ที่หลากหลาย การคิดค่าธรรมเนียมต่ำ การนำ  
เทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาช่วย  
ในการคัดสรร “หุ้นดีราคาถูก” ส่วนแต่เป็นการ  
ดำเนินการที่มุ่งหวังให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อ  
ลูกค้า ตราบใดที่ความต้องการของลูกค้า  
ไม่หยุดนิ่ง Jitta ก็มีโจทย์เป็นจุดเริ่มต้นของ  
การสร้างสรรคต่อไป

จากมุมมองของตราวุทธิ์ จุดแข็งของ  
ฟินเทคที่สถาบันการเงินไม่มี คือความกล้า  
เสี่ยงและสามารถลองผิดลองถูกได้ สถาบัน  
การเงินขนาดใหญ่ส่วนมากมีข้อจำกัดที่  
ไม่สามารถแบกรับความเสี่ยงได้เท่ากับสตาร์ท  
อัพ ผู้บริหารมักต้องคำนึงถึงหลายปัจจัยและ  
อยากรักษาสถานะของบริษัทให้อยู่ในระดับ  
ที่มั่นคงเสมอต้นเสมอปลาย เพราะหากพลาด  
หรือล้มเหลวอาจเกิดผลกระทบเป็นวงกว้าง ใน  
ขณะที่สตาร์ทอัพไม่กลัวความล้มเหลวและ  
กล้าที่จะเสี่ยง ซึ่งความกล้านั้นอาจนำไปสู่  
นวัตกรรม ที่หมายถึงโอกาสในการ “ไขว่ของ”  
และกลายเป็นช่องทางในการอยู่รอดต่อไป

## 2. รอดได้เพราะ ความปัง

ตลาดฟินเทคในประเทศไทยไม่ได้หนา  
แน่นหรือมีการแข่งขันที่สูงนัก เมื่อเปรียบเทียบกับ  
สตาร์ทอัพในอุตสาหกรรมอื่น ๆ เนื่องด้วย  
ข้อจำกัดและความเข้มงวดทางกฎหมายและ  
กฎระเบียบข้อบังคับที่ค่อนข้างเข้มงวดมาก  
(เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น) อีกทั้งหากไม่มี  
ความรู้ความเข้าใจในสิ่งที่ทำ การเข้ามาใน  
ตลาดนั้นนับว่าทำได้ยากมาก ทั้งนี้ ผู้เล่นใน  
ปัจจุบันที่สามารถอยู่รอดได้ก็อยู่ในสถานะ  
ที่มั่นคงแล้ว ในส่วนของบริการของฟินเทค  
ไม่ว่าจะเป็นด้านการชำระเงิน (Payment) สิน  
เชื่อ (Lending) หรือ บริหารความมั่งคั่ง

(Wealth) ล้วนแต่มีโมเดลคล้ายกัน หากจุดต่าง  
ที่จะ Differentiate ตัวเองได้ยาก ยิ่งการ  
เติบโตของธุรกิจนี้ต้องใช้เวลาในการสร้าง  
ความน่าเชื่อถือ และเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มี  
พื้นที่ให้ความผิดพลาด จึงเป็นเรื่องที่ท้าทาย  
สำหรับผู้เล่นหน้าใหม่ที่จะเข้ามาโดยที่ยังมี  
เป้าหมายไม่ชัดเจนในอนาคต

ความท้าทายลำดับถัดไปคือ เมื่อ  
แทรกตัวเข้าตลาดมาได้แล้วต้องสามารถเรียก  
ความสนใจ และเปลี่ยนความสนใจนั้นไปเป็น  
ลูกค้าให้ได้ สินค้าที่ขายได้หรือขายดีจึงมัก  
ต้องมีความต่างและมีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์  
ความต่างของ Jitta.com คือ การเป็น  
แพลตฟอร์มที่ใช้ AI ในการวิเคราะห์หุ้น  
ส่วน Jitta Wealth ก็เลือกลงทุนในหุ้นที่ดี  
ในราคาที่เหมาะสม โดยใช้ระบบบริหารจัดการ  
อัตโนมัติ ที่ช่วยปันเงินลงทุนของทุกคนให้  
เติบโต ผ่านการลงทุนในหุ้น และ ETF ชันนำ  
ที่สำคัญ ข้อดีของการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับ  
ใช้คือ ช่วยลดทอนอารมณ์และความว้าวุ่นใจ  
รวมถึงการเลือกหุ้นอย่างมีอคติ ที่มักเป็น  
ปัจจัยให้รับปรับพอร์ตท่ามกลางความผันผวน  
จนเกิดเป็นความเสี่ยง เพื่อให้สามารถรักษา  
แนวทางการลงทุนให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้  
และสร้างผลตอบแทนที่ดีในระยะยาว

## 3. รอดได้เพราะ ไม่เปลี่ยน

สตาร์ทอัพเป็นธุรกิจที่พึ่งพาเทคโนโลยี  
ในการให้บริการเป็นอย่างมาก ทำให้ Digital  
Disruption เป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการต่าง  
กังวล แต่ในมุมมองของ Jitta แล้ว ไม่ว่าอะไร  
จะเปลี่ยนแปลงในอนาคต เทคโนโลยีใหม่ ๆ  
สามารถเข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้า  
และบริการ แต่ Jitta มุ่งเน้นในสิ่งที่

ไม่เปลี่ยนแปลง นั่นก็คือความต้องการทำ  
ธุรกิจที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า  
เมื่อผู้ลงทุนเปิดบัญชี ความต้องการที่แน่นอน  
คือ อยากสร้างกำไร ไม่มีใครลงทุนเพราะ  
อยากขาดทุน นั่นคือความต้องการที่ไม่เปลี่ยน  
การรับมือกับพฤติกรรมและนวัตกรรมที่  
เปลี่ยนตามกาลเวลาของ Jitta ก็คือปรับตัวให้  
ทันเทคโนโลยีและเลือกใช้สิ่งที่เหมาะสมและ  
ทำให้เติบโตต่อได้ ความยืดหยุ่นขององค์กร  
จึงมีความสำคัญในการบริหารงานที่ Jitta  
เป็นอย่างมาก

ในยุคที่ฟินเทคดาวรุ่งทั่วโลกที่มีสินค้า  
น่าสนใจต่างก็ถูกรุนาครควบรวมไปในมูลค่า  
มหาศาลหลักพันล้านเหรียญสหรัฐจนยากจะ  
ปฏิเสธ การควบรวมกิจการเป็นเรื่องปกติใน  
วงการการเงินการธนาคาร เพื่อให้ตัวธนาคาร  
เองยังสามารถคง Market Share ของตนเอง  
ได้และอีกทั้งเป็นการตัดคู่แข่ง แต่ก็ยังสามารถ  
นำสินค้าหรือทรัพยากรบุคคลของ Fintech  
Startup นั้นมาใช้ในองค์กรได้ แต่ในมุมมอง  
ของตราวุทธิ์ การควบรวมกิจการไม่น่ากลัว  
ตราบใดที่เป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการ  
ควบรวมคือการเปลี่ยนโฉมเพื่อเดินหน้าต่อ  
เพื่อให้บริษัทประกอบกิจการต่อไปได้ดียิ่งขึ้น  
และส่งผลดีต่อลูกค้า

ผู้เขียน

ปัทมาพร ไวยการ  
กิงเกด นิยมเสน

ฝ่ายนโยบายและยุทธศาสตร์  
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (depa)

ผู้ให้สัมภาษณ์

ตราวุทธิ์ เหลืองสมบูรณ์  
CEO Jitta Wealth

เอกสารอ้างอิง

Harvard Business Review. (2019).

Why Your Startup Won't Last.

(<https://hbr.org/2019/12/why-your-startup-wont-last>)

CB Insight. (2019). The Top 20 Reasons Startups Fail.

(<https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>)

Jitta Wealth. (2021).

เกี่ยวกับเรา ลงทุนอย่างสบายใจ ทำไร้อย่างยั่งยืน  
(<https://jittawealth.com/about>)



# “ ตัวอย่างของเครื่องมือในการสร้าง บริษัทอัตโนมัติ ”

จากเนื้อหาในเล่มแรกของ depa for CHANGE หลังจากที่คุณอ่านทุกท่านเข้าใจคอนเซ็ปต์ของ ‘บริษัทอัตโนมัติ’ และเหตุผลที่เราควรสร้างให้บริษัทของเราเป็นบริษัทอัตโนมัติกันไปคร่าว ๆ แล้ว ขอพาลงลึกไปในรายละเอียดของตัวอย่างเครื่องมืออัตโนมัติแต่ละชนิดที่ใช้กับระบบการทำงานในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นระบบการตลาด ระบบการขาย ระบบการจัดการงาน ไปรู้จักเครื่องมือที่จะช่วยให้งานของเราง่ายขึ้นได้เลย

## “ เปลี่ยนงานซ้ำซาก ให้ระบบอัตโนมัติทำแทน ”

เครื่องมือที่จะมาแนะนำกันมีชื่อว่า Zapier ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ช่วยเรื่องการทำงานแบบอัตโนมัติ และถือเป็นหัวใจที่สำคัญมาก ๆ ในการสร้างระบบอัตโนมัติ โดย Zapier จะช่วยป้อนคำสั่งให้การทำงานเชื่อมต่อกันของแต่ละแอปพลิเคชันเป็นไปอย่างอัตโนมัติ

สมมุติว่าเราเกิดเห็นเกี่ยวกับการที่จะต้องกดเซฟไฟล์แนบทุกไฟล์ที่ส่งมาใน Gmail ให้ไปอยู่ที่ Google Drive ของเรา เจ้า Zapier จะมาแก้ปัญหาดังนี้ด้วยการเปลี่ยนให้คำสั่งนี้เป็นระบบอัตโนมัติซะเลย หลังจากนั้นไม่ว่าจะมีไฟล์อะไรแนบมาใน Gmail มันก็จะไปอยู่ในโฟลเดอร์ที่เราจัดไว้ใน Google Drive โดยอัตโนมัติ

การสร้างคำสั่งอัตโนมัติแบบข้ามตระกูลก็เป็นอีกลูกเล่นเด็ดของ Zapier แพลตฟอร์มนี้สามารถช่วยให้เราสร้างคำสั่งจำพวก เซฟไฟล์ Google Docs ของเราไว้ใน OneDrive และแบ็คอัปไว้ใน Dropbox อีกที่แบบนี้ก็ทำได้ ช่วยประหยัดเวลาสำหรับคนที่มียระบบคลาวด์เก็บไฟล์หลาย ๆ ที่

Zapier สามารถสร้างคำสั่งอัตโนมัติรูปแบบนี้ได้มากมาย เชื่อมต่อกันได้หลากหลายแอปพลิเคชัน ถ้านับถึงตอนนี้ ก็มีกว่า 3,000 แอปแล้ว ที่ Zapier เชื่อมต่อได้

ประโยชน์สูงสุดของการใช้แพลตฟอร์มนี้คือ มันจะช่วยให้เราลดเวลาที่เสียไปกับการที่จุกจิกแต่จำเป็นเหล่านี้ และมีเวลาและแรงในการไปโฟกัสกับงานที่สำคัญกว่า

## “ หาลูกค้าและสร้างยอดขาย ควบคู่กันด้วยระบบการตลาด และการขายแบบอัตโนมัติ ”

หลายคนอาจคิดว่าคำว่าตลาดนั้นเกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ เพราะฉะนั้นระบบอัตโนมัติแทนเราไม่ได้แน่ แต่ความเป็นจริงคือในส่วนของการตลาด มีบางอย่างที่ระบบอัตโนมัติทำแทนเราได้เหมือนกัน เหมือนที่กล่าวไปแล้วว่าปัจจุบันนี้มีการนำการตลาดแบบอัตโนมัติมาประยุกต์ใช้ในงานจำพวกการส่งอีเมล การติดตามผลของคอนเทนต์ต่าง ๆ การทำระบบ CRM (Customer Relationship Management) เป็นต้น

แพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์ที่สุดในเรื่องของการทำการตลาดแบบอัตโนมัตินั้น ขอยกให้ ActiveCampaign แพลตฟอร์มที่รวมเครื่องมือการตลาดผ่านอีเมล และการจัดการระบบ CRM เข้าด้วยกัน ซึ่งจากประสบการณ์ใช้งานแล้วก็ต้องยอมรับว่ามันเข้ากับธุรกิจแทบทุกขนาด จะเล็กจะใหญ่ก็รอดหมด

ActiveCampaign ช่วยจัดการเรื่องการส่งอีเมลติดต่อสื่อสาร และอีเมลด้านการตลาดแบบอัตโนมัติ โดยช่วยเรื่องการสร้างอีเมลแต่ละฉบับให้มีความเฉพาะเจาะจงกับลูกค้าแต่ละคน (Personalized) โดยที่เราไม่ต้องเสียแรงร่างเอง แพลตฟอร์มนี้ยังช่วยเก็บข้อมูลของลูกค้าอย่างเป็นระเบียบ แยกสัดส่วนและกลุ่มเป้าหมายตามที่เราต้องการช่วย



## “โซเชียลมีเดียต้องปัง ด้วยเครื่องมือจัดการ แบบอัตโนมัติ”

การทำการธุรกิจในยุคสมัยนี้ การใช้สื่อโซเชียลในการส่งเสริมการขาย ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Instagram หรือ Twitter เรียกได้ว่าไม่ใช่แค่ควรทำ แต่ต้องทำเลย ซึ่งนี่ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งของการสร้างบริษัทอัตโนมัติที่เราใช้เครื่องมือต่าง ๆ มาทำแทนได้

Buffer และ Hootsuite เป็นสองเครื่องมือที่เราแนะนำเป็นอย่างยิ่งในการจัดการสื่อโซเชียลต่าง ๆ ซึ่งสองเครื่องมือนี้มีหน้าที่ในการบริหารสื่อของเราแทนเรานั่นเอง โดยเราสามารถสร้างคอนเทนต์ตั้งเวลาโพสต์และจัดการการโพสต์คอนเทนต์ในสื่อต่าง ๆ ทั้ง Facebook, Twitter หรือ LinkedIn ได้ครบจบที่เดียว ไม่จำเป็นต้องนั่งโพสต์ทีละแห่งให้เหนื่อยเปล่า และยังสามารถเห็นภาพรวมของการโพสต์ในแต่ละสื่อผ่าน Dashboard ทำให้จัดการโซเชียลของเราได้ดีขึ้น

มีเครื่องมือจัดการสื่อโซเชียลแล้วก็ต้องมีเครื่องมือที่ใช้จัดการกับการสร้างคอนเทนต์เพื่อผลิตคอนเทนต์ที่มีคุณภาพและดูเป็นมืออาชีพที่สุดเราขอแนะนำให้ทุกคนมาต่อกันที่ Grammarly แอปพลิเคชันที่เราสามารถเอาแคปชั่นหรือเนื้อหาภาษาอังกฤษที่เราเขียนไปตรวจเช็คความถูกต้องของไวยากรณ์และตัวสะกดได้แน่นอนว่าเราคงไม่มั่นใจว่าการตรวจด้วยตา เช็คด้วยมือจะถูกต้องแม่นยำน่าเชื่อถือ 100 %

เราขอบอกเลยว่าแอปพลิเคชันนี้สำคัญมากเพราะการทำการตลาดของเรา ไม่ว่าจะเป็นการสร้างโพสต์ในโซเชียลต่าง ๆ การส่งอีเมล การเขียนอธิบายสินค้า ล้วนต้องใช้เนื้อหาแคปชั่นบรรยายทั้งสิ้น ความผิดพลาดทางไวยากรณ์หรือการสะกดผิดอาจทำให้ความน่าเชื่อถือของเราลดลง

## “ระบบการทำงาน อีกส่วนที่ควรทำให้ เป็นอัตโนมัติ”

เราได้พูดถึงเรื่องสร้างระบบอัตโนมัติในการจัดการการทำงานระหว่างแอปพลิเคชัน การทำการตลาด การบริหารการขาย การจัดการสื่อโซเชียล และการโฆษณามาแล้ว มาดูที่การสร้างระบบการทำงานภายในทีมบ้าง การจะจัดการการทำงานให้มีประสิทธิภาพนั้นระบบอัตโนมัติก็จำเป็นไม่แพ้กัน

Calendly เป็นเครื่องมือที่เราอยากแนะนำในวันนี้ และเรามั่นใจว่าเจ้าตัวนี้จะทำให้ระบบการทำงานของเราง่ายและลื่นไหลขึ้นแน่นอน Calendly ช่วยให้เราสามารถจัดการตารางเวลา การนัดประชุม หรือการนัดหมายต่าง ๆ ของคนในทีมได้อย่างลื่นไหล โดยไม่ต้องส่งอีเมลตอบกลับกันไปมาให้ปวดหัว โดยเราแค่เลือกเวลาที่เรารว่งใน Calendly แบนลิงก์ไปในอีเมล และอีกฝ่ายก็สามารถจิ้มเวลาที่เขาสะดวกกลับมา จากนั้นอีเวนต์การประชุมนี้ก็จะถูกเพิ่มไปที่ปฏิทินของเรา แจ้งเตือนได้ตามปกติ เท่านั้นการนัดหมายก็เรียบร้อย

ระบบการทำงานอีกอย่างที่เรามองว่าควรทำเป็นระบบอัตโนมัติมากคือระบบบัญชีแน่นอน เรื่องเงิน ๆ ทอง ๆ ใช้คอมพิวเตอร์ทำมันใจกว่า ยิ่งบริษัทของเราใหญ่ขึ้นเท่าไรระบบบัญชีก็ยิ่งซับซ้อนขึ้นเท่านั้น และหนึ่งในแพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์เรื่องบัญชีที่สุดคือ Xero และ QuickBooks

แพลตฟอร์มนี้มีฟีเจอร์หลายอย่างที่ประโยชน์มากในงานบัญชีเช่น การออกใบแจ้งหนี้แบบอัตโนมัติ การจัดการงบกระแสเงินสด การกำหนดวันชำระหนี้ และอื่น ๆ อีกมากมายซอฟต์แวร์นี้จะช่วยให้เรื่องเงิน ๆ ทอง ๆ ในธุรกิจของเราสะดวก แม่นยำ และโปร่งใสขึ้นแน่นอน

เครื่องมือทั้งหมดที่กล่าวถึงมานี้ต่างมีประโยชน์ในแต่ละด้าน ซึ่งล้วนประกอบสร้างเป็นบริษัทอัตโนมัติที่สมบูรณ์แบบ และจะช่วยลดเวลา ลดภาระงาน ลดค่าใช้จ่ายด้านกำลังคนไปได้อย่างคาดไม่ถึงและที่สำคัญในยุคนี้ความเร็วคือปัจจัยสำคัญ การสร้างระบบอัตโนมัติที่อำนวยความสะดวกในการดำเนินงานต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ไม่ว่าเราจะเป็นธุรกิจใหญ่ กลาง หรือเล็กก็ตาม

ผู้เขียน  
วรวิสุทธิ์ ภิญโญยาง



ผู้ก่อตั้ง SHIFT ACADEMY สถาบันพัฒนาทักษะอนาคต

ปัญหาหลักที่เราเจอในการใช้แพลตฟอร์มการตลาดอัตโนมัติคือ เมื่อบริษัทเราใหญ่ขึ้นฐานลูกค้าขายมากขึ้นแพลตฟอร์มนั้น ๆ มักจะไม่เพียงพอและรองรับข้อมูลจำนวนมากไม่ไหวทำให้เราต้องจ่ายมากขึ้นเพื่อซอฟต์แวร์เวอร์ชันที่ดีขึ้นอย่างไม่จบสิ้น แต่สำหรับ ActiveCampaign นั้นมีราคาที่สมเหตุสมผลในทุกเวอร์ชัน ทำให้การตัดสินใจจ่ายครั้งเดียวแล้วจบได้ ไม่ต้องกังวลว่าต้องมาจ่ายเพิ่มภายหลัง

รู้จักเครื่องมือการตลาดแบบอัตโนมัติไปแล้ว มาต่อที่ระบบการขายแบบอัตโนมัติกันบ้าง การทำระบบการขายให้เป็นอัตโนมัติเป็นสิ่งแรก ๆ ที่ธุรกิจ แม้จะเป็นธุรกิจเล็ก ๆ ก็ตาม ควรที่จะทำตั้งแต่เนิ่น ๆ ระบบบริหารการขายแบบอัตโนมัติจะช่วยให้เราสามารถเปลี่ยน Leads (คนที่สนใจในสินค้าและบริการของเรา) ให้เป็น Sales (ลูกค้าที่ซื้อสินค้าจริง ๆ) ได้อย่างรวดเร็ว และทำให้ยอดขายมากขึ้นตาม มาทำแบบแมนวอลลคงไม่ทันกันแล้วคุณ

และถ้าเราตัดสินใจใช้ ActiveCampaign ในการทำการตลาดแล้ว LeadForms (<https://getleadforms.com>) เป็นอีกแพลตฟอร์มที่เราควรเลือกมาใช้ในการทำระบบบริหารการขายแบบอัตโนมัติที่ออกแบบมาเฉพาะในการที่จะช่วยเพิ่ม Conversion Rate (อัตราของผู้สนใจที่เปลี่ยนไปเป็นลูกค้าจริง) โดย LeadForms จะช่วยให้เราสร้างฟอร์มของเว็บไซต์และเลือกได้ว่าจะแสดงหน้าเว็บแบบไหนให้ลูกค้ากลุ่มไหนเห็น ช่วยในการทำ A/B Testing (ทดสอบว่าหน้าเพจแบบไหนมีประสิทธิภาพกว่า) เพื่อช่วยสร้างหน้าเว็บที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

ที่สำคัญคือ LeadForms จะช่วยแบ่งกลุ่มของ Leads ที่เข้ามาในหน้าเพจเว็บไซต์ของเราอัตโนมัติ และส่งข้อมูลของลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ไปที่ ActiveCampaign เป็นการส่งไม่ต่อให้ ActiveCampaign จัดการเรื่องอีเมลการตลาดต่อไป

การใช้สองแพลตฟอร์มนี้ร่วมกันจะทำให้เราได้ Leads มากขึ้นและทำให้เราสามารถตอบสนอง Leads เหล่านั้นได้ทันทั่วทั้งตัวระบบอัตโนมัติ





กระทรวงดิจิทัล  
เพื่อเศรษฐกิจและสังคม



DIGITALTHAILAND

เตรียมพบความยิ่งใหญ่ของ

## Thailand Pavilion

“

ในงานนิทรรศการสุดยิ่งใหญ่

# World Expo 2020 Dubai

ณ เมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์

”



วันที่ 1 ตุลาคม 2564 - 31 มีนาคม 2565



Expo 2020 Dubai Thailand



expo2020dubaithailand



[www.expo2020dubaithailand.com](http://www.expo2020dubaithailand.com)