

TED Fund

Newsletter

Issue 08
July-September 2021

TED FUND
Technology and Innovation-Based
Enterprise Development Fund
กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม

No.
08

โอกาส
ความท้าทาย และ
การก้าวข้ามวิกฤต
ของ

EVENTPOP

Pattaraporn
Bodhisuwan



ทางออก ทางรอด ทางเดินใหม่

ความสำเร็จในอดีต ไม่ได้เป็นตัวการันตีว่าวันนี้ พรุ่งนี้ หรือ วันข้างหน้า เส้นทางเดินของธุรกิจจะราบรื่น โดยด้วยกลไกหลากหลาย เสมอไป คนที่สำเร็จเมื่อปีที่แล้ว มาปีนี้ล้มเหลวไม่เป็นท่าก็มีให้เห็น อยู่บ่อยครั้ง และยิ่งในสถานการณ์ที่ COVID-19 ยังเป็นตัวแปร สำคัญที่ทำให้คนทั้งโลกเหมือนเดินอยู่บนความไม่แน่นอน ที่ไม่รู้ว่า อนาคตต้องเจอกับการเปลี่ยนแปลงอะไร ยิ่งกลายเป็นโจทย์ยากที่ จะเตรียมพร้อมรับมือ

ดังนั้น เมื่อทุกสิ่งอย่างถูกขับเคลื่อนอยู่บนความไม่แน่นอน “การ ไม่ยึดติด” ดูเหมือนว่าจะเป็นคำสำคัญของคนทำธุรกิจยุคนี้ไปแล้ว อาจ เรียกได้ว่า ทางออก หรือทางรอดของธุรกิจยุคไวรัสครองโลก จำเป็น ต้องสร้าง “เส้นทางเดินใหม่” เพราะถ้าวันนี้สิ่งที่ทำอยู่ถูก COVID-19 ดักหน้าไว้ไม่ให้เดินต่อไปได้ ก็คงมีแค่ 2 ทางเลือก คือ จะหยุด หรือ หาเส้นทางใหม่ที่จะไปต่อ

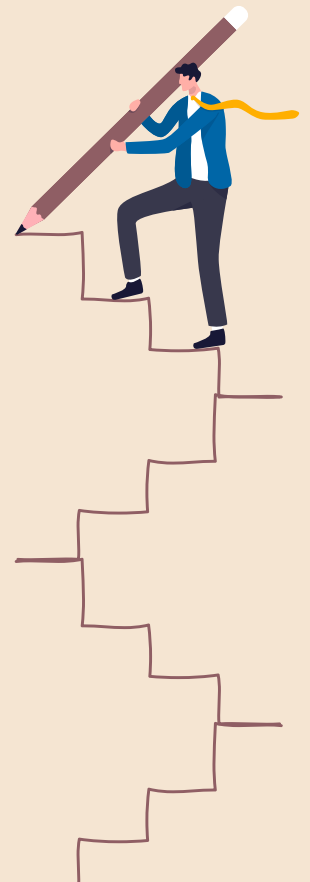
แต่ด้วยหัวใจและเลือดของความเป็น Startup ที่ไม่ยอมแพ้ต่อ อุปสรรคอะไรง่าย ๆ เชื่อว่า การหาทางเดินใหม่ น่าจะเป็นสิ่งที่หลาย คนเลือก แน่นอนว่า การสร้างทางเดินใหม่ให้ธุรกิจ ถ้าเริ่มต้นจากศูนย์ ในสถานการณ์แบบนี้ ความเสี่ยงที่จะล้มเหลวคงมีสูง จะดีกว่าไหม ถ้า ออกสตาร์ทด้วยการหยิบเอาจุดแข็งของธุรกิจเดิมมาต่อยอดเพื่อสร้าง โอกาสใหม่ ย่อมมีแนวโน้มที่จะสำเร็จได้มากกว่า ถ้าวันนี้คุณเริ่มเห็น สัญญาณแล้วว่า ธุรกิจเดิมอาจสู้ต่อไปไหว ให้คิดเดี๋ยวนั้นเลยว่า จุดแข็ง ที่สุดของคุณคืออะไร แล้วจะใช้สิ่งนั้นต่อยอดทำอะไรอื่นได้อีกบ้าง

หรือถ้ายังไม่รู้จะเริ่มต้นสร้างทางเดินใหม่ได้อย่างไรอีกบ้าง ลอง ใช้กลยุทธ์ ANSOFF'S MATRIX มาช่วยเกื้อความคิดให้คุณดูก็ได้ ซึ่ง เป็นแนวทางที่ใช้สำหรับการขยายธุรกิจ มีด้วยกัน 4 แนวทาง คือ 1. Market Penetration สินค้าเดิมทำตลาดเดิม 2. Product Development สินค้าใหม่ทำตลาดเดิม 3. Market Development สินค้าเดิมทำตลาด ใหม่ และ 4. Diversification สินค้าใหม่ทำตลาดใหม่

เรียกว่า มีหลายทางให้เลือก แต่จะเลือกเดินไปทางไหน ตัวคุณเอง เท่านั้นที่รู้ดีที่สุดว่าอะไรคือโอกาสสำหรับคุณจริงๆ ►



บอกความคิดเห็นของคุณ
ให้เราว่าอยากให้เราปรับปรุง
ส่วนไหนในวารสารนี้
เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด
สำหรับท่าน ที่นี้



ชาลอนยุคใหม่ เห็นสีก่อนทำ พร้อมชีวนิ้วสั่งซื้อ สินค้าได้ทันที



แค่สวอยไม่พอ ร้านทำผมยุคนี้ต้องเพิ่มประสบการณ์สุดล้ำให้ลูกค้าได้ด้วยเทคโนโลยี ซึ่งยักษ์ใหญ่อย่าง Amazon เองไม่รอช้า ลูกชิ้นมาเปิด Amazon Salon ร้านทำผมสุดคูล ณ กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ

โดยประสบการณ์ Wow! แรกที่มาร้านนี้คือ ลูกค้าไม่ต้องกลัวว่าสีผมที่อยากทำจะไม่เข้ากับใบหน้า เพราะสามารถทดลองทำสีผมเสมือนจริงได้ก่อนล่วงหน้าและเห็นภาพได้บนหน้าจอแท็บเล็ต โดยผ่านเทคโนโลยี AR แถมยังมีผู้เชี่ยวชาญตัวเป็นๆ อย่าง Elena Lavagni และทีมงาน มาคอยให้คำปรึกษาและให้บริการ



รายละเอียดของสินค้าในเพจ Amazon.co.uk และทำการสั่งซื้อก็เป็นอันเสร็จสิ้น โดยทาง Amazon จะทำการจัดส่งตรงให้ถึงบ้าน

ถือเป็นอีกสีสันที่เข้ามาเขย่าวงการดูแล และจัดแต่งทรงผม ที่วันนี้จะอยู่เฉยๆ แบบเดิมไม่ได้แล้ว เพราะต้องรู้จักมีลูกเล่นและความแปลกใหม่มานำเสนอให้กับผู้ใช้บริการด้วย ▶

ที่มา : <https://blog.aboutamazon.co.uk/shopping-and-entertainment/introducing-amazon-salon>

โคมไฟอัจฉริยะ เพื่อนรักนักอ่านของเด็กน้อย



เพราะเด็กต้องการที่จะได้ยีนการอ่านนิทานให้ฟังอยู่บ่อยๆ หลายครั้งก็เป็นประโยคเดิมที่ชอบแบบซ้ำๆ แต่พ่อแม่บางคนก็ไม่สามารถทำได้เท่าที่ลูกต้องการ Naver Corp บริษัทเทคโนโลยีชั้นนำของเกาหลีใต้ จึงประดิษฐ์ Clova Lamp โคมไฟอัจฉริยะ เพื่อเข้ามาเป็น

ผู้ช่วยแบ่งเบาภาระ สวมบทเป็นนักอ่านให้แก่บรรดาเพื่อนๆ ตัวน้อย

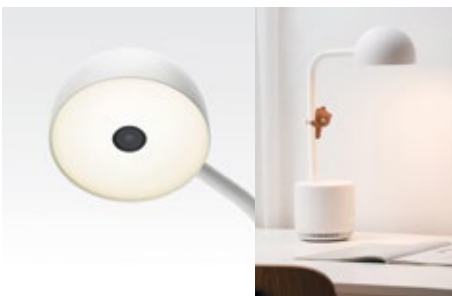
โคมไฟสุดล้ำนี้มาพร้อมกับเทคโนโลยี Computer Vision และ AI ที่สามารถทำการเปลี่ยนข้อความและรูปภาพจากหนังสือให้กลายเป็นเสียงพูดได้ ทั้งยังมีผู้ช่วยเสมือนจริง (Virtual Assistant) มาช่วยอธิบายคำศัพท์ต่างๆ และตอบคำถามที่เด็กๆ สงสัย เพื่อช่วยในการพัฒนาทักษะการเรียนรู้

โดยในส่วนของหลอดไฟ เป็นการใช้หลอดไฟ LED ซึ่งสามารถปรับความสว่างได้ 5 ระดับ และมีกล้องขนาดเล็กสำหรับใช้ตรวจจับรูปภาพด้วยเทคโนโลยี Image Recognition และตัวหนังสือด้วย Optical Character Recognition (OCR) ซึ่งหลังจากวิเคราะห์โดย AI บนคลาวด์ของระบบแล้ว Input จากกล้องที่ได้จะถูกแปลงออกมาเป็นเสียงพูด



ส่วนการใช้งานไม่ได้ยุ่งยากอะไร เพียงแค่วางหนังสือไว้ด้านล่างของโคมไฟ จากนั้นกดปุ่มอ่านหรือสั่งงานด้วยเสียง ตัวโคมไฟก็จะอ่านหนังสือให้ฟังทันที เบื้องต้นรองรับ 3 ภาษาคือ เกาหลี อังกฤษ และญี่ปุ่น นอกจากนี้ ยังมีการให้เหรียญรางวัลในการอ่าน เพื่อกระตุ้นให้เด็กอ่านหนังสือให้มากขึ้นอีกด้วย เรียกว่าเป็นมิติใหม่ของการเรียนรู้เลยก็ว่าได้ ▶

ที่มา : <https://www.dezeen.com/2020/08/10/clova-lamp-naver-corp-design-technology/>





ภัทรพร โพธิ์สุวรรณ

โอกาส ความท้าทายและการก้าวข้ามวิกฤต

ของ **EVENTPOP**

“ในวิกฤตย่อมมีโอกาส คำคำนี้ยังใช้ได้ดีเสมอ”

หากวันหนึ่งงานที่ทำอยู่จนแทบจะทำไม่ทัน กลับเป็นศูนย์ คุณจะทำอย่างไร? นี่คือโจทย์ที่ท้าทายของธุรกิจในช่วงวิกฤต COVID-19 รวมถึง ภัทรพร โพธิ์สุวรรณ ผู้ก่อตั้ง Eventpop ธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีอัตราการเติบโตก้าวกระโดดในทุกๆ ปี แต่ในวันนี้เขาต้องดิ้นรนเพื่อฝ่าวิกฤตนี้ไปให้ได้ ด้วยวิธีคิดในการเดินหน้าสู่โลกใหม่ที่ไม่ยึดติดกับความสำเร็จเดิม

๑ จุดเริ่มต้นของ Eventpop บนโลกของอีเวนต์ออนไลน์

“ตลาดธุรกิจอีเวนต์ไม่ค่อยไฮเทคเท่าไร”

ภัทรพร โพธิ์สุวรรณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท อีเว้นท์ บิโอบ จำกัด เคยถึง Pain Point ของการจัดงานอีเวนต์ที่ขาดเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสนับสนุน ซึ่งจากการที่เขาทำ Makerspace จัดเวิร์กช็อปต่างๆ จึงพบปัญหาว่าไม่มีระบบการลงทะเบียนออนไลน์ เขาซึ่งเป็นโปรแกรมเมอร์อยู่แล้วจึงพัฒนาระบบขึ้นมาเพื่อใช้เอง จนกระทั่งเมื่อได้มาเจอกับอิทธิพลกมลพงษ์พาณิชย์ หรือต๊อบแก้วแก่น้อย ที่มองเห็นว่า Pain Point ของธุรกิจนี้มีความน่าสนใจเลยขอเป็น Angel Investor เพื่อสนับสนุนเงินทุนในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ภัทรพรจึงผันตัวเองมาเป็นสตาร์ทอัพเต็มตัวในชื่อ Eventpop ผู้พัฒนาแพลตฟอร์มจัดการงานอีเวนต์โดยใช้เทคโนโลยีในการจัดการการขายบัตรออนไลน์ การจ่ายเงิน และการลงทะเบียนเข้างาน

“ในช่วงแรกเราเริ่มจากธุรกิจสัมมนาก่อน เพราะสเกลเล็กและเข้าถึงง่าย แต่สิ่งที่ค้นพบคือถ้าเราหาลูกค้าที่แวลูน้อย นั้นหมายความว่าต้องหาลูกค้าจำนวนมาก จึงมองไปที่ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์ ซึ่งแค่จัดงานเดียว วอลุ่มก็เยอะมาก นอกจากนี้ เมื่อก่อนการทำอีเวนต์จะอยู่บนออฟไลน์แทบทั้งหมด จะจัดอีเวนต์แต่ละครั้งต้องจ้างพริอาร์ ซื่อสื้อ ฝรั่ง ที่ทราบแซกชันจริงๆ ของการจัดอีเวนต์เกิดบนออนไลน์ จึงเป็นความตั้งใจว่าจะทำให้ตลาดอีเวนต์มาอยู่บนออนไลน์ให้ได้”

จากวันที่เริ่มต้นเมื่อ 6 ปีก่อน ในตอนนี้ Eventpop มาไกลกว่าจุดหมายที่วางไว้ ภัทรพรบอกว่า ในปีแรก Eventpop มีรายได้ประมาณ 30 ล้านบาท ในช่วง 2-3 ปีแรกมีการเติบโตกว่า 10 เท่า และเติบโตมากขึ้นในทุกๆ ปี ในขณะที่เดียวกันการบริการก็เริ่มมีการขยายโซลูชันมากขึ้น ไม่ใช่แค่ระบบการจองบัตร

การจ่ายเงิน แต่ครอบคลุมเกือบทั้งหมดของกระบวนการจัดงาน ไม่ว่าจะเป็นการทำการตลาด การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ระบบภายในงาน ซึ่งจะมีหลายรูปแบบ และที่สำคัญที่เป็นจุดเด่นของ Eventpop นั่นคือ การชำระเงินภายในงานที่เป็น Cashless

๑ ธุรกิจใหม่ที่ไม่ยึดติดกับความสำเร็จเดิม

เมื่อธุรกิจกำลังไปได้ดี มีการเติบโตสูง กลับต้องมาเจอกับ COVID-19 ทำให้ Eventpop ได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การเดินต่อไปข้างหน้ายากลำบากเพราะไม่มีงานอีเวนต์เกิดขึ้นเลย ภัทรพรจึงต้องสร้างเส้นทางเดินใหม่เพื่อสร้างโอกาสรอดให้ธุรกิจ

ภัทรพรเล่าให้ฟังว่าหลังจากมีประกาศการล็อกดาวน์งานอีเวนต์ทั้งหมดก็ถูกยกเลิกหรือเพอร์เซ็นต์เมื่อเดือนเมษายนปีที่ผ่านมา เขาเลือกที่จะปรับตัวขนานใหญ่แทนการหยุดธุรกิจโดยพลิกเอาจุดแข็งของ Eventpop นั่นคือเทคโนโลยีที่ดีมีความยืดหยุ่นสามารถปรับทำอะไรได้หลากหลาย มาทำระบบอี-คอมเมิร์ซ

บนเว็บไซต์ เปลี่ยนจากการขายตั๋วงานอีเวนต์มาสู่การขายสินค้าอื่น โดยนำเสนอไอเดียนี้กับ Penguin Eat Shabu ที่กำลังมียอดขายถล่มทลายจากการแถมหม้อแต่มีปัญหาระบบการจัดการ ด้วยการเข้าไปสนับสนุนระบบการขายสินค้าที่สามารถรองรับลูกค้าที่เข้ามาสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากและสามารถเห็นจำนวนคนสั่งซื้อได้แบบเรียลไทม์

ความสำเร็จนี้เองที่ทำให้เกิดการต่อยอดตามมา และเขารู้แล้วว่า Eventpop ไม่จำเป็นต้องทำอีเวนต์เพียงอย่างเดียว การทำอี-คอมเมิร์ซอย่างจริงจังจึงเกิดขึ้นด้วยการจับมือกับ Omise ผู้ให้บริการระบบรับชำระเงิน (Payment Gateway) ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศญี่ปุ่น ด้วยการเปิดตัวแพลตฟอร์มอี-คอมเมิร์ซ esimo.co ที่ช่วยผู้ประกอบการทั้งรายใหญ่และรายย่อยสามารถเปิดร้านออนไลน์ของตัวเองได้ง่ายๆ ให้สามารถจัดการทุกส่วนของการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ได้เอง ตั้งแต่สร้างหน้าเว็บไซต์ บริหารการขาย และการโปรโมตธุรกิจ



ถ้าเราหาลูกค้าที่แวลูน้อย
นั้นหมายความว่าต้องหาลูกค้า
จำนวนมาก จึงมองไปที่
ธุรกิจเอนเตอร์เทนเมนต์
ซึ่งแค่จัดงานเดียว
วอลุ่มก็เยอะมาก





COVID-19 รอบแรกทุกคนอยู่ในโหมดตื่นนอนเอาตัวรอด พอมาในตอนนี้ ทุกคนพยายามอยู่ในโหมดที่ไม่ให้ตัวเองเจ็บตัวมาก Eventpop ก็เช่นเดียวกัน



มากกว่านั้น ภัทรพรยังเบนเข็มมาทำ Virtual ซึ่งต้องยอมรับว่าการจัดงานอีเวนต์แบบออนไลน์ ในช่วงเวลาของการแพร่ระบาด COVID-19 นั้น เป็นทางรอดทางหนึ่ง โดย Eventpop จะทำ 2 ลักษณะ คือ Virtual Run และ Virtual Event

“การทำ Virtual Run กำลังได้รับความนิยมในส่วนนี้จึงไปได้ดี แต่ถ้าเป็น Virtual Event อาจจะได้แค่บางกลุ่ม เช่น Virtual Conference ถ้าเป็นรูปแบบอื่นๆ อย่างงานเอกซ์โป เอ็กซิبيชัน ซึ่งมีหลายคนที่พยายามสร้างประสบการณ์การชมงานออนไลน์ให้กับผู้ชมงานอาจจะยาก นอกจากนี้ ต้องดูต้นทุนและผลตอบแทน ด้วยว่าคุ้มที่จะลงทุนหรือไม่ ซึ่งตอนนี้เรามองว่า Virtual Event ที่ตอบโจทย์มากที่สุดคือ งานที่เป็นการประชุม การสื่อสารเรื่องคอนเทนต์ออกไป เลยพยายามโฟกัสเครื่องมือที่ทำงานตรงนี้ง่ายขึ้น คือทำให้ผู้เข้าร่วมงานได้รับประสบการณ์ที่เรียบง่ายเข้าถึงง่ายที่สุด ใครก็ได้ที่ซื้อบัตรหรือลงทะเบียนมาสามารถกดปุ่มเดียวแล้วเข้ามาได้เลย”

ภัทรพรยอมรับว่า เขาโชคดีที่ไม่ยึดติดกับความประสบความสำเร็จแบบเดิมในอดีต และมีการปรับตัวให้เข้าสถานการณ์ มองหาโอกาสใหม่ๆ อย่างรวดเร็วตั้งแต่การระบาด COVID-19 ในครั้งแรก ดังนั้น แม้จะมีการระบาดในระลอกที่ 2 เมื่อปลายปี จนมาถึงระลอกที่ 3 ในเวลานี้ก็ทำให้เขาสามารถประคับประคองธุรกิจผ่านพ้นไป แน่นอนว่า แม้จะไม่ใช้ตัวเลขการเติบโตเช่นเดิม แต่การ

ปรับตัวสู้ไม่ยอมแพ้ในครั้งนี้ก็ทำให้เขาได้มีธุรกิจใหม่เกิดขึ้นมาซึ่งเชื่อว่าทำให้ Eventpop อยู่ในจุดที่ดีกว่าเดิม

๑ ความเปลี่ยนแปลงทำให้เกิดโอกาส

“COVID-19 รอบแรกทุกคนอยู่ในโหมดตื่นนอนเอาตัวรอด พอมาในตอนนี้ทุกคนพยายามอยู่ในโหมดที่ไม่ให้ตัวเองเจ็บตัวมาก Eventpop ก็เช่นเดียวกัน เราพยายามตัดสินใจให้ชัดเจนขึ้นแล้วดูทิศทางตลาดให้ดีขึ้น สิ่งพวกนี้เป็นประสบการณ์ที่สอนให้เราต้องพยายามตอบโจทย์ตลาดด้วยแวลูจริงๆ แทนที่จะมองหาโอกาสไปเรื่อยๆ”

ภัทรพรพูดถึงบทเรียนทางธุรกิจที่ได้จาก COVID-19 ซึ่งในฐานะนายกสมาคมการค้าสตาร์ทอัพไทย (Thai Startup Trade Association) เขาบอกต่อไปด้วยว่าสตาร์ทอัพไทยได้รับผลกระทบอย่างมาก โดยเฉพาะสตาร์ทอัพที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว หลายคนปรับตัวได้ ขณะที่หลายคนหันไปทำอย่างอื่นแทน ซึ่งข้อดีของสตาร์ทอัพคือมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถกับมีทีมที่แข็งแกร่ง จึงทำให้สามารถปรับเปลี่ยนตัวเองได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสถานการณ์ COVID-19 จะเป็นบทเรียนที่ดี และทำให้สตาร์ทอัพไทยแข็งแกร่งขึ้น

ในท้ายนี้ ภัทรพรได้ให้คำแนะนำต่อคนรุ่นใหม่ ที่อยากจะทำธุรกิจสตาร์ทอัพของตัวเองว่า จริงๆ แล้ว COVID-19 ทำให้เห็นโอกาสในการทำ



ธุรกิจมากมาย ทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลเติบโตค่อนข้างมาก พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป เมื่อสังคมเปลี่ยนแปลง ย่อมมีโอกาสมากกว่าเดิมนั้น อยู่ที่ว่าสามารถมองหาโอกาสทางธุรกิจได้หรือไม่ และต้องทำธุรกิจสตาร์ทอัพที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดจริงๆ

สำหรับกองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม หรือ TED Fund ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนให้กับสตาร์ทอัพที่กำลังเริ่มต้น โดยเฉพาะเยาวชนที่มีแนวคิดด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่น่าสนใจแต่ขาดเงินทุนสนับสนุน จึงเป็นแนวคิดที่ดีที่จะทำให้เกิดสตาร์ทอัพ และสามารถเติบโตขึ้นเป็นสตาร์ทอัพที่มีศักยภาพได้ในอนาคต ►

Re-commerce

เทรนด์แรงยุคโควิด
โอกาสทำเงินจาก “สินค้าเก่า”



แม้การเปลี่ยนของที่อยู่ในมือเราให้กลายเป็นเงินหรือเป็นของกลับมา หรือการขายของมือสองนั้นจะไม่ใช่อะไรใหม่ แต่กระแสของ Recommerce หรือการสร้างคุณค่าจากสิ่งที่เคยซื้อมาแล้วให้กลับมามีประโยชน์ได้อีกครั้ง กำลังเป็นที่พูดถึงเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในช่วงเวลาเช่นนี้ที่การควักกระเป๋าจ่ายของลูกค้านั้นมีความรอบคอบมากขึ้นกว่าเดิม

โดยรูปแบบธุรกิจของการทำ Recommerce นั้นสามารถทำได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการซื้อมาขายไประหว่างกันเองแบบดั้งเดิมในลักษณะ

ของออนไลน์ ขยายมาสู่การขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย การรับฝากขายสินค้าผ่านตัวกลาง เช่น เว็บไซต์ต่างๆ พร้อมการคิดค่าธรรมเนียม การปล่อยสินค้าให้เช่า เปิดบริการสมัครสมาชิก (Subscription) ไปจนถึงการที่แบรนด์ทำการรับซื้อสินค้ารุ่นเก่าจากลูกค้าแล้วให้ส่วนลดหรือเครดิตสำหรับการซื้อสินค้ารุ่นใหม่

อะไร? ที่ทำให้ Recommerce มาแรง!

ภาวะเศรษฐกิจ ความไม่แน่นอน และการแพร่ระบาดของ COVID-19 เป็นแรงผลักดันชั้นดีให้นักช้อปปิ้งต้องคิดหนักมากขึ้นในการจับจ่ายแต่ละครั้ง เปิดโอกาสให้สินค้ามือสองหรือการขาย

ต่อกลับมาได้รับความนิยมมากขึ้น โดย thredUP ตลาดมือสองออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในโลกชี้ให้เห็นว่า 70 เปอร์เซ็นต์ของผู้หญิงซื้อหรือเปิดใจให้กับของมือสองมากขึ้น ซึ่งมีสาวถึง 62 ล้านคนที่ซื้อสินค้ามือสองในปี พ.ศ.2562 เพิ่มขึ้นจาก 56 ล้านคนในปี พ.ศ.2561

ยิ่งไปกว่านั้นเทรนด์ของการรักษ์โลก ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และการคำนึงในเรื่องของความยั่งยืนของผู้บริโภคยุคใหม่ บวกกับการแค่อยากใช้แต่ไม่อยากจะขายของ เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้การหมุนเวียนของกันใช้เช่นนี้ กลายเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่พลิกกลับมาแรงในปัจจุบัน

Gen Z กลุ่มขับเคลื่อนแห่ง Recommerce

ถ้าถามว่าแล้วต้องจับคนกลุ่มไหน? ถึงจะตอบโจทย์ คำตอบที่ได้คงหนีไม่พ้นเหล่าคน Gen Z นั่นก็เพราะ 80 เปอร์เซ็นต์ ไม่ได้รู้สึกกระอักกระอ่วนใจหรือรู้สึกเขินอายในการใช้สินค้าแฟชั่นมือสอง อีกทั้ง 90 เปอร์เซ็นต์ยังมีหรือเลือกที่จะซื้อสินค้ามือสองในช่วงที่มีภาวะทางการเงินตกอยู่ในช่วงคับขันอีกด้วย

นอกจากนี้ หากมองในภาพรวม การซื้อของมือสองจะกลายเป็น Top of Mind ของนักช้อปปิ้งทั้งหลายในอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งทาง GlobalData มีการคาดการณ์ว่า ตลาดมือสองจะมีมูลค่าสูงถึง 64 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ.2567 เติบโตจาก 28 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี พ.ศ.2562

จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปิดใจกับการใช้ของไม่ใหม่ ไม่ใช่มีหนึ่งมากขึ้นนั้น เท่ากับเป็นโอกาสให้กับ Startup ที่จะคิดหาโซลูชันใหม่ๆ เพื่อที่จะมาตอบโจทย์เทรนด์ที่เกิดขึ้นนี้ได้ ใครคิดได้ก่อน ย่อมได้เปรียบ เพราะเชื่อว่าโลกของ Recommerce จะใหญ่ขึ้นเรื่อยๆ หากใครพลาดหรือมองข้ามไป อาจเสียโอกาครั้งใหญ่ไปอย่างน่าเสียดาย ▶

AutoPair

ดูแลอะไหล่รถครบจบในที่เดียว

เพราะอุตสาหกรรมอะไหล่ยานยนต์ทั้งหมดมีมูลค่ากว่าแสนล้านบาท นั่นเป็นจุดเริ่มต้นให้ทายาทรุ่นที่ 3 ของร้านค้าส่ง-ค้าปลีกอะไหล่รถยนต์ที่มีอายุกว่า 60 ปีในย่านอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ สันติ วจนพานิช นำเพนพอยต์ (Pain Point) ที่เกิดขึ้นตลอดทั้งซัพพลายเชนมาต่อยอดธุรกิจสตาร์ทอัพที่มีชื่อว่า “อโต้แพร์” (AutoPair) ร้านซื้อ-ขายอะไหล่รถยนต์ในรูปแบบ On Cloud ในปี 2561

สันติเริ่มต้นจากการทำเว็บไซต์ซื้อ-ขายอะไหล่แบบง่ายๆ เพื่อทดสอบตลาดด้วยทุนของตนเอง โดยตั้งใจให้ร้านอะไหล่เข้ามาในระบบเพื่อป้องกันค่าให้กับผู้หรือศูนย์บริการอะไหล่รถยนต์ที่ปัจจุบันไม่นิยมสต็อกสินค้า ต้องการใช้งานเมื่อใดก็สั่ง “อะไหล่ด่วน” ที่จัดส่งมาภายใน 1 ชั่วโมง ปรากฏว่าระยะเวลาเพียง 6 เดือนเขาก็ได้ลูกค้ารายใหญ่คือเครือข่ายศูนย์บริการ FIT Auto ของ PTTOR

“เพื่อที่จะสร้างระบบและสเกลธุรกิจให้เติบโต เราจึงยื่นขอรับการสนับสนุนทุนจาก TED Fund ซึ่งมูลค่าที่ได้รับการสนับสนุนถือว่าค่อนข้างมาก เมื่อเทียบกับหน่วยงานที่ให้ทุนอื่นๆ เราถึงกล้าที่จะลงทุนไปก่อน ช่วงสองปีแรกที่เริ่มต้น “อโต้แพร์” (AutoPair) ถือว่ายากมาก เหนื่อยสุดๆ ต้องงูใจทั้งร้านค้าอะไหล่และอู่ซ่อมรถยนต์ให้เข้ามาใช้บริการพร้อมกัน มันเหมือนไก่กับไข่

ถ้าไปเอาอู่มาแต่ไม่มีร้านอะไหล่ เขาก็ไม่สั่ง ถ้าไปเอาร้านอะไหล่มาแต่ไม่มีอู่ เขาก็ไม่ขาย เรียกว่าทำท่ายิ่งกว่าการพัฒนาระบบเสียอีก”

การที่มองภาพธุรกิจแบบ 360 องศา ทำให้ระบบ B2B Marketplace ที่เขาส่งสร้างขึ้นมาสามารถตอบโจทย์อุตสาหกรรมนี้ได้อย่างลงตัว อู่ซ่อมรถยนต์ไม่จำเป็นต้องสต็อกสินค้า ร้านอะไหล่เองก็ได้ประโยชน์ในแง่ของยอดขายที่เพิ่มขึ้น หากบริการเร็วและดี เครดิตสกอร์ของร้านก็จะสูงตามไปด้วย ส่งผลให้เห็นออเดอร์และกอร์ปงานได้ก่อนใคร นอกจากนี้หาก Basket Size ใหญ่เพียงพอ ร้านอะไหล่ที่อยู่ไกลออกไปก็สามารถได้รับออเดอร์ได้ด้วย หากคำนวณแล้วว่าคุณค่าต่อการจัดส่ง

ปัจจุบันอโต้แพร์มีเครือข่ายของอู่ซ่อมรถยนต์ที่ใช้งานระบบนี้อยู่ประมาณ 130 สาขาทั่วประเทศ ส่วนใหญ่เป็นศูนย์บริการอะไหล่รถยนต์ที่มีหลายสาขา เช่น FIT Auto, Cockpit, Tyreplus, Autobacs ขณะที่เครือข่ายร้านอะไหล่ก็มีอะไหล่ยานยนต์ทุก SKU ไว้รองรับ อย่างไรก็ตามการแข่งขันคือสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่สันติก็มีมุมมองที่น่าสนใจว่า

“ระบบสามารถทำตามกันได้ง่าย แต่ประเด็นสำคัญคือเราสามารถชนะใจลูกค้าได้ก่อนไหม หากอู่ซ่อมรถยนต์เห็นสัญญากับเรา ร้านอะไหล่ก็ต้องใช้ระบบของเรา เพราะว่าอู่ซ่อมรถมันมาจากตรงนั้น หน้าที่ของเราคือต่อสัญญากับลูกค้าให้ได้ทุกปี เซอร์วิสให้ดี ช่วยเหลือลูกค้าให้ได้มากจนเขาไม่อยากเปลี่ยนไปใช้งานรายอื่น ความท้าทายคือเราต้องไม่อยู่กับที่ ตอนนี้เรากำลังพัฒนาโปรเจกต์ใหม่ๆ เพื่อชิงห่างคู่แข่งไปเรื่อยๆ”

ในอุตสาหกรรมนี้คอนเนกชันเป็นสิ่งสำคัญ ในปี 2019 เขาได้ KK Fund ของสิงคโปร์ เข้า



มาสนับสนุนด้านเงินทุน และการระดมทุนรอบล่าสุดได้บริษัทซัมมิตซึ่งใหญ่ที่สุดในวงการรถยนต์มาเป็นผู้ถือหุ้นรายใหม่ ถือว่าช่วยตอบโจทย์ในเรื่องคอนเนกชันได้เป็นอย่างดี”

สันติเผยว่าไม่เคยคิดมาก่อนว่ามูลค่าบริษัทของอโต้แพร์จะเติบโตถึง 500 ล้านบาทภายในเวลา 3 ปี เขาเชื่อว่าสิ่งที่ขับเคลื่อนให้ธุรกิจโตเร็วขนาดนี้ เพราะเขาไม่ได้มองเรื่องเงินเป็นตัวตั้ง แต่มองเรื่องการสร้าง “คุณค่า” เป็นหลัก

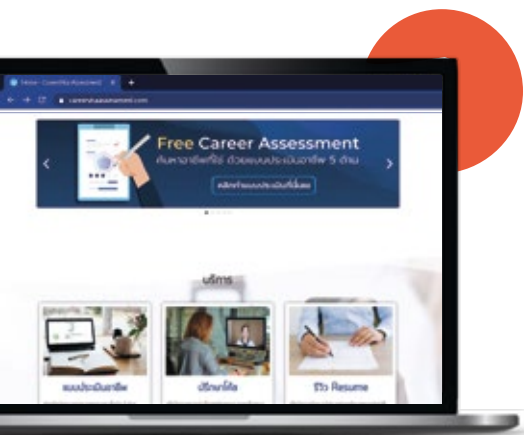
“ความคิดที่ว่าระดมทุนได้เงินเท่านั้นเท่านี้ ผมว่ามันเป็นกับดักของสตาร์ทอัพ และมันจะกลายเป็น Money Game แทนที่จะมองว่าหน้าที่ของเราคือการสร้างคุณค่าใหม่ๆ ให้กับอุตสาหกรรมที่เราทำอยู่ ถ้าเราสามารถสร้างคุณค่าได้จริง เงินก็จะตามมาเอง สำหรับอโต้แพร์เรามีวิชั่นที่ต้องการจะทำ Digitization ตลอดทั้งซัพพลายเชน นอกจากอู่ซ่อมรถยนต์และร้านอะไหล่ สเต็ปต่อไปเราอยากจะทำดิจิทัลไปจนถึงต้นน้ำคือโรงงาน และผู้บริโภคลูกค้าที่อยู่ปลายทางครับ” ▶

📍 บริษัท ออโต้แพร์ จำกัด (สำนักงานใหญ่) เลขที่ 944 บึงกราวน้อย
ออฟฟิศ ทาวเวอร์ ชัน 16 ห้องเลขที่ 1603 ถนนพหลโยธิน 4
แขวงวัดใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
☎ 0-2219-1600
🌐 www.autopair.co
📘 facebook.com/autopair.co



CareerVisa Digital

ผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่องค์กรยุคดิจิทัล



ในวันที่โลกหมุนเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อก้าวตามให้ทัน มีเช่นนั้นอาจถูกดิสรัปต์จนล้มหายตายจากได้ แต่การทำ Business Transformation ก็ไม่ใช่เรื่องง่าย เอ็ม-ธีรยา ธีรนาคนาถ CEO & Co-Founder CareerVisa Digital จึงมีแนวคิดพัฒนาแพลตฟอร์มขึ้นมาเพื่อใช้สรรหาและพัฒนาผู้เชี่ยวชาญที่จะมาช่วยสร้างความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงองค์กรให้ก้าวสู่ยุคดิจิทัลอย่างราบรื่น

“เราได้ยินคำว่า Business Transformation และ Digital Transformation มาได้ประมาณ 5 ปีแล้ว แต่ทุกคนคิดว่ามันเป็นเรื่องของเทคโนโลยี ความจริงมันเป็นเรื่องทัศนคติของคนด้วย ต่อให้ลงทุนซื้อระบบมาหลายสิบล้าน ถ้าคนไม่ยอมเปลี่ยนก็ไม่มีประโยชน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านนี้ เช่น Business Analyst จึงเป็นตำแหน่งที่หลายบริษัทมองหา แต่หาได้ยากมาก”

ธีรยาเข้าใจเพนพอยต์ดังกล่าว ในปี 2562 จึงได้ขอรับทุนสนับสนุนจาก TED Fund เพื่อนำไปพัฒนาแพลตฟอร์มสรรหาและพัฒนาผู้เชี่ยวชาญใน Business Transformation โดยใช้ Machine Learning Algorithm ในการคัดเลือกและประเมินศักยภาพผู้สมัครที่มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการขององค์กร เพื่อเข้าไปเป็น Change Agent ทำหน้าที่ประเมิน วางแผน เป็นตัวกลางในการสื่อสารทำความเข้าใจกับทุกฝ่าย และควบคุมดูแลการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นจริงในองค์กร

“CareerVisa Digital ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลเป็นหลัก เพื่อให้บริการครอบคลุมทั้ง 3 ด้านคือการสร้าง Employer Branding การประเมินความเหมาะสมทางอาชีพผ่านแบบประเมิน 5 Shades Career Assessment สองบริการนี้ทำให้เรามีข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของบริษัท และข้อมูลของคนทำงานหลากหลายสาขาอาชีพอย่างรอบด้านว่าเขามีทักษะ บุคลิกภาพไลฟ์สไตล์และค่านิยมอย่างไร เราจึงสามารถพัฒนาต่อยอดสู่บริการ Job Matching ได้โดยโฟกัสไปที่ตำแหน่ง Business Analyst ก่อนเพื่อสร้างความแตกต่างจากแพลตฟอร์มหางานที่มีจำนวนมากบนโลกออนไลน์”

ปัจจุบันมีกลุ่มผู้เชี่ยวชาญอยู่บนแพลตฟอร์มของ CareerVisa Digital ประมาณ 100 คน ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้เป็นผู้บริหารระดับสูงที่อายุยังน้อย มีความกระตือรือร้นอยากสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดกับสังคม ขณะเดียวกันผู้บริหารรุ่นใหม่กลุ่มนี้ก็ยังเป็น Career Coach สร้างนิสิตนักศึกษาที่เข้ามาในแพลตฟอร์มให้

พร้อมเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงองค์กรในยุคดิจิทัล สำหรับป้อนให้กับลูกค้าเป้าหมายตั้งแต่บริษัทขนาดใหญ่ในทุกอุตสาหกรรมไปจนถึงธุรกิจ SME ของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการทรานสฟอร์มธุรกิจ

ธีรยาเองก็เป็นหนึ่งในผู้ประกอบการขอรับทุนสนับสนุนจาก TED Fund ที่ต้องการจะ Scale ธุรกิจเพื่อสร้างโซเชี่ยลอิมแพกต์ได้มากขึ้น เพราะการเป็นสตาร์ทอัพที่เพิ่งเริ่มต้นจะกู้เงินจากแบงก์ก็ไม่มีหลักประกัน

“TED Fund เป็นโครงการที่เข้ามาช่วยต่อลมหายใจของเรา ทำให้เรามีโอกาสที่จะพิสูจน์ตัวเองว่าแนวคิดของเรามันไปได้จริง ๆ ปัจจุบันธุรกิจเล็ก ๆ เกิดง่าย แต่โอกาสเติบโตมันยากมาก ฉะนั้นเงินทุนในช่วงเริ่มต้นธุรกิจจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ การที่ TED Fund ขยายผลการให้ทุนไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ที่ตั้งอยู่บนฐานของเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้วย เท่ากับเป็นการช่วยเหลือ SME ที่มีส่วนขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากของประเทศให้เติบโตอย่างยั่งยืน” ธีรยากล่าว ▶

ถ้าแบบประเมินอาชีพที่ใช้ พร้อมรับผลประโยชน์เบื้องต้นฟรี

🌐 <https://www.careervisaassessment.com>

สร้าง Resume พร้อมสมัครงาน

🌐 <https://www.myrightcareer.net>

📍 CareerVisa Thailand

🌐 careervisath



รู้จัก

5

แอปพลิเคชัน พบหมอออนไลน์ ที่ทำให้การดูแลสุขภาพง่ายขึ้น

หนึ่งในธุรกิจสตาร์ทอัพที่กำลังเติบโตและได้รับความนิยมอย่างมากในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 คงหนีไม่พ้น HealthTech เทคโนโลยีเกี่ยวกับสุขภาพ ยิ่งกับยุคที่การเว้นระยะห่างคือสิ่งจำเป็น Telemedicine หรือเทคโนโลยีแพทย์ทางไกล ซึ่งเป็นเทคโนโลยีช่วยให้ผู้ป่วยได้ปรึกษาและรับบริการทางการแพทย์ได้ทุกที่ทุกเวลา จึงยังมีบทบาทมากขึ้น วันนี้จึงจะมาแนะนำแพลตฟอร์มด้านสุขภาพในประเทศไทยให้ได้รู้จักกันว่าคืออะไรบ้าง

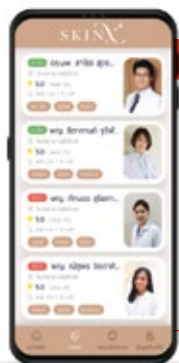


Chiiwii

แอปพลิเคชันปรึกษา

แพทย์เฉพาะทางสำหรับผู้หญิง ทางชีวีจะให้เราเลือกปรึกษากับหมอหรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางได้เลยโดยที่ไม่ต้องรอให้หมอการป่วยหนัก เพื่อให้ได้รับคำแนะนำด้านสุขภาพได้แบบเรียลไทม์อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่าน 3 ช่องทาง คือ การแชต การโทร. และวิดีโอคอลได้ในแอปฯ ให้บริการสำหรับผู้ที่ต้องการความเป็นส่วนตัวในการปรึกษาแพทย์ ผู้ใช้งานจะสามารถเลือกแพทย์ที่อยากขอคำแนะนำข้อมูลสุขภาพได้เอง

<https://www.chiiwii.com/>



SKIN X

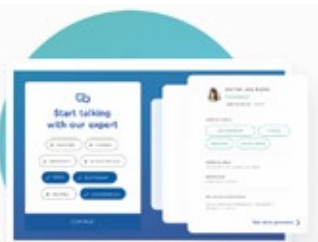
เป็นแพลตฟอร์มที่ Digital Health Venture ได้ร่วมมือกับ SCB 10X เพื่อเปิดแอปพลิเคชันเกี่ยวกับผิวหนังออนไลน์ที่เป็นแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ สามารถปรึกษาทุกปัญหาเกี่ยวกับผิวหนังได้โดยไม่ต้องไปถึงโรงพยาบาลหรือคลินิก ปรึกษาแพทย์ผิวหนังต่างๆ แบบส่วนตัวได้ทุกที่ในเวลาที่เราเลือกเองได้ตลอด 24 ชม. รวดเร็วและรับผลสรุปการรักษาได้ทันที พร้อมนัดติดตามอาการและรักษาอย่างต่อเนื่อง

<https://skinx.app/>

Ooca

แพลตฟอร์มสำหรับปรึกษาจิตแพทย์แบบออนไลน์ ที่จะช่วยให้เราสามารถพูดคุยปัญหาเกี่ยวกับจิตแพทย์และนักจิตวิทยาได้ด้วยการผ่านวิดีโอคอล แน่นอนว่าแพลตฟอร์มนี้มีความเป็นส่วนตัวและปลอดภัย สามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านอุปกรณ์ต่างๆ เช่น มือถือ คอมพิวเตอร์ นอกจากนี้แล้วอ็อก้ายังมีแบบทดสอบให้เราได้ทำเพื่อประเมินสุขภาพจิตของตัวเองเบื้องต้นก่อนปรึกษาแพทย์ด้วย

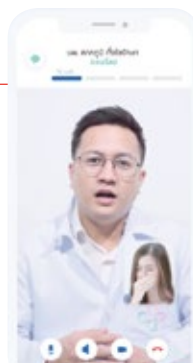
<https://www.ooca.co/>



Raksa

แพลตฟอร์มที่ให้บริการปรึกษากับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญฟรีและสั่งซื้อยาออนไลน์ได้ เป็นการผสมผสานเทคโนโลยีด้านโทรเวชกรรมเข้ากับนวัตกรรมโมเดลธุรกิจเพื่อให้เข้าถึงผู้คนได้ง่ายขึ้น ทำให้บริการทางการแพทย์นั้นกลายเป็นสิ่งที่สะดวกสบายประหยัดค่าใช้จ่าย แอปฯ นี้เหมาะกับคนที่มีความกังวลเกี่ยวกับความผิดปกติของร่างกายตัวเอง ไม่มีเวลาไปหาหมอ โดยจะได้คำแนะนำเบื้องต้น ส่วนการจัดส่งยาจะจัดส่งภายใน 1 ชั่วโมงในกรุงเทพฯ ส่วนต่างจังหวัดจะได้รับในวันถัดไป

<https://www.doctorraksa.com/th-TH/>



ZeekDoc

ค้นหาแพทย์เฉพาะทางที่ตรงกับโรคที่ต้องการจะรักษาและอยู่ใกล้บ้านที่สุดได้บนแอปพลิเคชันนี้ ได้คิวตรวจที่รวดเร็วไม่ต้องรอเป็นเวลหลายชั่วโมง สะดวกในการนัดแพทย์เฉพาะทางทุกท่านที่ให้พบมาจากโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลที่มีชื่อเสียง ซึ่งสามารถออกตรวจตามโรงพยาบาลเอกชน คนที่มีประกันสุขภาพของบริษัทหรือส่วนตัวก็สามารถใช้สิทธิเบิกกับโรงพยาบาลได้โดยตรง

<https://zeekdoc.com/>



TED Fund ลุยเฟ้นหาผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้าร่วมโครงการ Youth Startup Fund

กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (TED Fund) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จัดกิจกรรม “TED New Gen Talent Roadshow 2021” ครั้งที่ 3 จัดขึ้นที่ กรุงเทพมหานคร ครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตพัทลุง จังหวัดพัทลุง ครั้งที่ 5 มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ครั้งที่ 6 อาคารศูนย์เครื่องมือวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี และ ครั้งที่ 7 อุทยานวิทยาศาสตร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เพื่อให้ความรู้ และเฟ้นหาผู้ประกอบการเข้าร่วมโครงการสนับสนุนทุนของ TED Fund ในงานประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ เช่น บูธนิทรรศการจากเครือข่ายร่วมพัฒนาผู้ประกอบการ (TED Fellow) การบรรยาย เสวนา และให้คำปรึกษาในการยื่นข้อเสนอโครงการโดยเจ้าหน้าที่กองทุนฯ ซึ่งได้รับเกียรติจาก ดร.ชาณวิทย์ ตรีเดช ผู้จัดการกองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นประธานเปิดงาน ▶



TED Fund ลงพื้นที่ตามความคืบหน้า 2 โปรเจกต์ใหญ่

กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (TED Fund) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ลงพื้นที่จังหวัดขอนแก่นเพื่อติดตามความคืบหน้าโครงการพัฒนาระบบการควบคุมประมวลผลภาพดิจิทัลทุกรูปแบบร่วมกับอากาศยานไร้คนขับ (โดรน) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของการใช้อากาศยานไร้คนขับร่วมกับระบบประมวลผลภาพดิจิทัลในการเพาะปลูกเปรียบเทียบกับเพาะปลูกแบบปกติ เพื่อนำไปใช้ในงานด้านการเกษตร เป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และคุณค่าทางเศรษฐกิจให้กับเกษตรกรไทย ลดการใช้แรงงานในการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของประเทศไทยสู่การแข่งขันในตลาดโลก และอีกหนึ่งโครงการ คือ โครงการโปรตีนทางเลือกใหม่จิ้งหรีด โดยการพัฒนากระบวนการผลิตโปรตีนเข้มข้นผงจากจิ้งหรีดด้วยเทคโนโลยีการสกัดด้วยน้ำร้อนภายใต้ความดันและการทำแห้งแบบโพรแมท เพื่อสร้างมาตรฐานสินค้า และสามารถขอใบรับรองมาตรฐานทางห้องปฏิบัติการ เพื่อการส่งสินค้าไปยังต่างประเทศและเพื่อพัฒนาต่อยอดสินค้าเดิม โดยมีงานวิจัยรองรับ เพิ่มคุณสมบัติให้ผงจิ้งหรีดมากขึ้น นำโดย ศ.ดร.ศุภชัย ปทุมนากุล รองปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ในฐานะประธานกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (TED Fund) พร้อมด้วย ดร.ชาณวิทย์ ตรีเดช ผู้จัดการกองทุนฯ ช่วงเดือนเมษายนที่ผ่านมา ▶





Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation.

75/47 Rama VI Road, Khwaeng Thung Phaya Thai, Khet Ratchathewi, Bangkok 10400