

TED Fund

Newsletter

TED FUND
Technology and Innovation-Based
Enterprise Development Fund
กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม

No. **19**

April-June 2024



ZERO TO HERO

ก้าวแรกเพราะ “ชอบ” ก้าวต่อไปเพราะ “เชื่อ”

เปิดเส้นทางธุรกิจของ SASOM



Google Map สำหรับมือใหม่

“Startup ประมาณ 90 เปอร์เซ็นต์ล้มเหลว” และ “10 เปอร์เซ็นต์ของ Startup จะล้มเหลวภายในปีแรก”

เมื่อความล้มเหลวกลายเป็นเรื่องปกติสำหรับคนทำธุรกิจ Startup ไปแล้ว เพราะการทำ Startup ก็เหมือนกับการที่คุณตัดสินใจกระโดดขึ้นบนรถไฟเหาะ ที่บางครั้งอาจจะพาคุณขึ้นไปสู่จุดที่สูงที่สุด และเพียงไม่นานคุณอาจจะตกลงมาในจุดที่ต่ำสุดได้เช่นกัน ดังนั้น เส้นทางของ Startup ที่ทุกคนต้องเจอ จึงมีทั้งทางตรง ทางคดเคี้ยว มีขึ้น มีลงแตกต่างกันไป

แต่จะดีกว่าไหม? ถ้าคุณสามารถมองเห็นเส้นทางล่วงหน้าได้เหมือนมี Google Map คอยนำทาง โดยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของ Startup ที่เขาผ่านร้อนผ่านหนาว ผ่านความยากลำบากนี้มาก่อน TED Fund Newsletter ฉบับเดือนเมษายน-มิถุนายน จึงได้ไปรวบรวมเรื่องราวที่น่าสนใจมาให้ไม่ว่าจะเป็น

- การเริ่มต้นธุรกิจของ SASOM ที่ออกสตาร์ทที่ก้าวแรกจากความชอบ แต่พอก้าวต่อไปต้องอาศัยความเชื่อเป็นพลังเดินหน้า
- หรือเรื่องราวของ PetPaw แพลตฟอร์มที่เปรียบเสมือนกูรูของกลุ่ม Pet Lover ที่แจ้งเกิดได้ เพราะแก้ปัญหาให้กับกลุ่มคนรักสัตว์ได้อย่างตรงจุด
- รวมถึงใครที่กำลังลังเล ตัดสินใจไม่ได้ว่า สิ่งที่ทำอยู่มันถึงทางตันจนต้องปล่อยมือแล้วหรือยัง? เรื่องนี้ TED Fund ก็มีคำตอบให้เช่นกัน

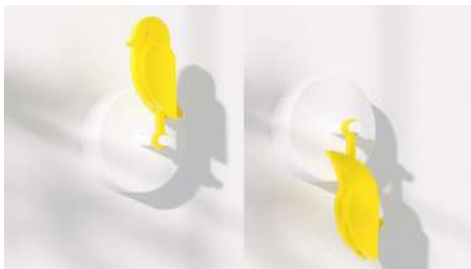
นี่เป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ยังมีอีกหลายเรื่องน่าสนใจ เพราะ TED Fund ตั้งใจแล้วว่าจะทำหน้าที่เป็น Google Map ให้มือใหม่ได้เตรียมพร้อมที่จะเดินบนเส้นทางสายใหม่ที่อาจจะยังไม่คุ้นเคยได้ง่ายขึ้น ▶



บอกความคิดเห็นของคุณ
ให้เราว่าอยากให้
ปรับปรุงส่วนไหนในวารสารนี้
เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด
สำหรับท่าน ที่นี่

Birdie เครื่องวัดสภาพอากาศสุดล้ำ!

สภาพอากาศในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ไม่เพียงส่งผลต่อการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไป แต่ยังรวมไปถึงเรื่องสุขภาพที่ได้รับผลกระทบไม่น้อย “เครื่องตรวจสอบสภาพอากาศ” กลายเป็นไอเทมต้องมี แต่ที่ผ่านมามีคนยังติดปัญหาเรื่องของดีไซน์และฟังก์ชันการใช้งานที่ยุ่งยาก ทำให้ Birdie ซึ่งเป็น Startup สัญชาติเดนมาร์ก ลูกขึ้นมา ออกแบบเครื่องวัดสภาพอากาศที่ตอบโจทย์ทั้งเรื่องฟังก์ชันและดีไซน์



ที่มา • <https://www.birdie.design>

Birdie ถูกออกแบบมาด้วยดีไซน์รูปนกสีเหลือง ขนาดพอดีเหมาะสำหรับติดผนัง ให้ความรู้สึกเหมือนของตกแต่งบ้าน ใช้การตรวจสอบสภาพอากาศด้วยเทคโนโลยี CO₂ Sensor ตรวจวัดค่าคาร์บอนไดออกไซด์ในอากาศและแสดงผลผ่านตำแหน่งของตัวนก เมื่อคุณภาพอากาศดี หัวของนกก็จะชี้ขึ้นข้างบน แต่เมื่อคุณภาพอากาศไม่ดีหรือมีมลพิษ หัวนกก็จะตกลงมาข้างล่างโดยอัตโนมัติ ง่ายต่อการใช้งานทั้งเด็กและผู้ใหญ่ ไม่มีแสง และเสียงแจ้งเตือนที่รบกวนการใช้ชีวิต

นอกจากนี้ Birdie ยังมาพร้อมกับแบตเตอรี่ที่มีอายุการใช้งานนาน 6 เดือน น้ำหนักเบาเพียง 211 กรัม เคลื่อนย้ายได้ง่าย ใช้ได้ทั้งที่บ้าน สำนักงาน และห้องเรียน และผลิตมาจากพลาสติกรีไซเคิล ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

บ้านเราเองก็มีปัญหาหมอกควัน PM 2.5 ถ้ามีตัวช่วยแบบนี้ก็คงดีไม่น้อยเลย ▶

Smartooth กันตแพทย์จิ๋วประจำบ้าน

ในเวลาทีทุกอย่างเร่งรัด ทำให้หลายคนละเลยการพบทันตแพทย์เพื่อตรวจสุขภาพของฟัน จนก่อให้เกิดปัญหาตามมามากมาย Smartooth ซึ่งเป็น Startup สัญชาติเกาหลี ไม่ยอมปล่อยให้ผ่านไปกับปัญหานี้ จึงเดินทางพัฒนาอุปกรณ์ดูแลฟันอัจฉริยะที่ทำหน้าที่เสมือนทันตแพทย์ตัวจิ๋วประจำบ้าน ช่วยให้การดูแลฟันเป็นเรื่องง่ายไม่ยุ่งยาก

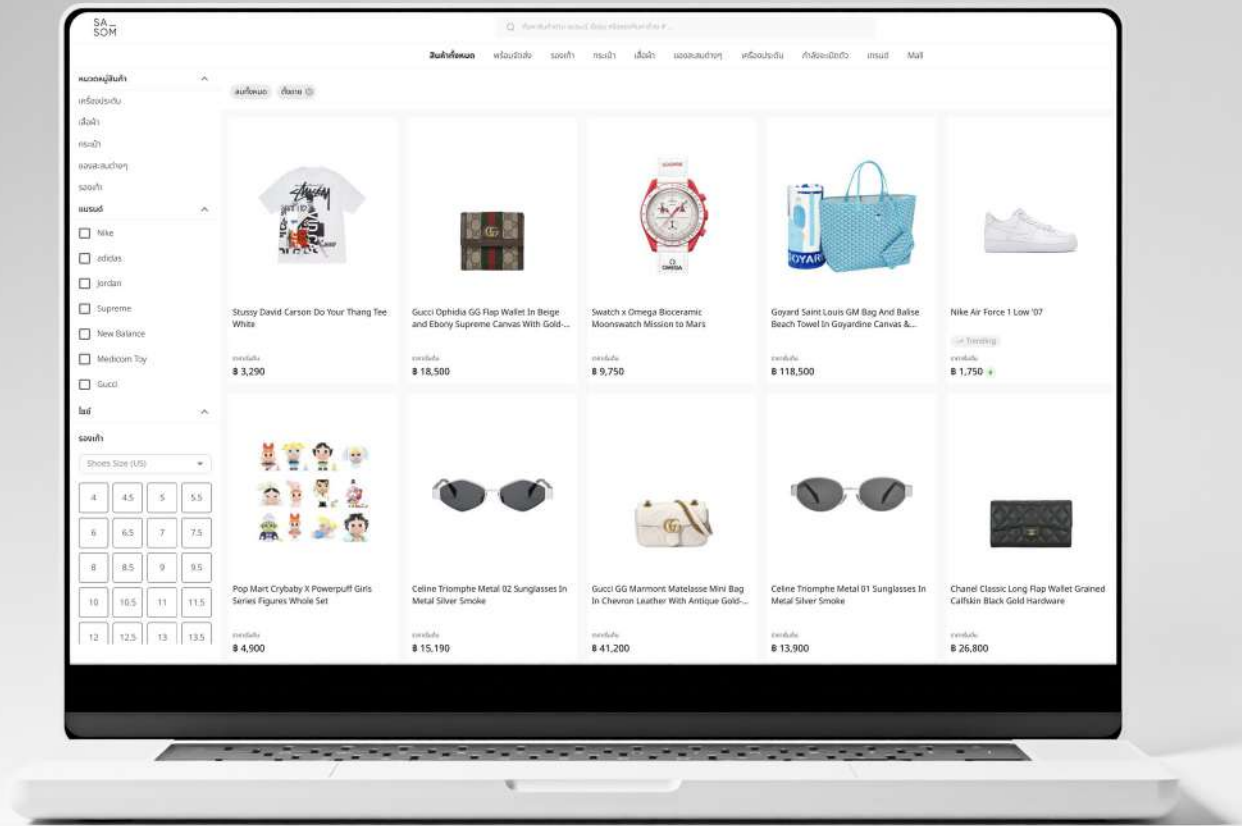
อุปกรณ์ดูแลฟันอัจฉริยะนี้มีรูปร่างเดียวกับแปรงสีฟัน มีด้ามจับถนัดมือ มาพร้อมระบบ Optical Sensor ขนาดเล็กสอดซอนเข้าถึงทุกซี่ฟัน สามารถตรวจจับชนิดของฟันได้อย่างแม่นยำ พร้อมด้วยระบบ Light Notifications 3 สี 3 Stage ที่แสดงผลผ่านไฟ LED บริเวณด้ามจับ หากแสดงไฟสีแดง (Stage 3) หมายถึง สุขภาพฟันมีปัญหาควรพบทันตแพทย์โดยด่วน เช่น ฟันผุ อากาโรคอักเสบ หรือติดเชื้อ สีเหลือง (Stage 2) หมายถึง สุขภาพฟันเริ่มมีปัญหาควรทำความสะอาดให้ดียิ่งขึ้น และสีเขียว (Stage 1) หมายถึง สุขภาพฟันปกติ



แต่นั้นยังไม่พอ Smartooth มาพร้อมแอปพลิเคชันที่ช่วยเก็บข้อมูลการตรวจสุขภาพฟันและบันทึกเป็นรูปแบบกราฟ เพื่อเปรียบเทียบสุขภาพฟันในแต่ละช่วง สามารถนำข้อมูลเพื่อประกอบการรักษาร่วมกับทันตแพทย์ พร้อมค้นหาคลินิกทันตกรรมที่ใกล้ที่สุดได้ด้วย

เป็นอีกทางเลือกของการดูแลสุขภาพฟันที่เหมาะสมสำหรับไลฟ์สไตล์ของคนในปัจจุบันที่กิจกรรมรัดตัว ให้เทคโนโลยีช่วยจัดการปัญหาต่างๆ ได้ที่บ้าน ▶

ที่มา • <https://www.smartooth.co/>



Zero to Hero

ก้าวแรกเพราะ “ชอบ” ก้าวต่อไปเพราะ “เชื่อ”
เปิดเส้นทางธุรกิจของ SASOM

รู้ไหมว่า Startup ที่ดูเป็นฮีโร่ เป็นต้นแบบที่ทำให้หลายคนอยากจะเดินตามรอย แต่ละก้าวของพวกเขา ไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ ทุกคนล้วนต้องผ่านความยากลำบากมากมาย เช่นเดียวกับ Startup ดาวรุ่งอนาคตไกลอย่าง SASOM (สะสม) แพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลสซื้อ-ขายของสะสม ของหายาก ที่หลังจากเปิดตัวไม่นานก็ได้รับการระดมทุนก้อนโต และวันนี้ยังมียอดซื้อ-ขายบนแพลตฟอร์มมากกว่า 15,000 ชิ้นต่อเดือน แต่ใครจะรู้ว่า กว่าจะมาถึงจุดนี้ได้ SASOM ก็เริ่มต้นออกสตาร์ทจาก “วันละออเดอร์” หรือหนักหน่อยก็ 3 วันได้มาเพียงออเดอร์เดียวเช่นกัน

บทเรียนก่อนนับ 1

กษิต งานทวี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และผู้ร่วมก่อตั้ง บริษัท สะสม จำกัด (SASOM)

ย้อนเล่าให้ฟังว่า ก่อนที่ตัวเขาจะเริ่มต้นธุรกิจ SASOM เคยมีประสบการณ์ล้มเหลวกับการทำธุรกิจโปรตีนเชคมาก่อน ด้วยความชอบในการทำธุรกิจมาตั้งแต่เด็ก จึงอยากจะมีธุรกิจของตัวเอง ตอนนั้นยังเรียนอยู่มหาวิทยาลัย ปี 2 ตัดสินใจควักเงินเก็บมาลงทุนทำธุรกิจเพื่อมาสานฝันของตัวเอง แต่ท้ายที่สุดอาจเป็นเพราะความที่ยังเด็ก ประสบการณ์น้อย ทำให้ไม่สามารถควบคุมต้นทุนได้จึงต้องล้มเลิกธุรกิจไป

แม้ธุรกิจแรกจะจบลงแต่ความชอบยังพาให้ไปต่อ เพราะนอกจากมี Passion ในการทำธุรกิจแล้ว อีกความชื่นชอบหนึ่งของกษิต คือ “รองเท้า” ช่วงที่เรียนอยู่ที่สหรัฐอเมริกา ได้เห็นว่าตลาดรองเท้าบูทอย่างมาก โดยเฉพาะรองเท้าลิเมเต็ด มีคนมากมายรอต่อแถวเพื่อไปซื้อมาขาย เพราะยิ่ง Supply มีน้อย ก็ยิ่งมีมูลค่าสูงขึ้นในตลาดมือสอง ซึ่งกษิตเองก็เป็นคนหนึ่งที่เริ่มซื้อ-ขายรองเท้าในเว็บไซต์ StockX ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมสินค้าแบรนด์เนมและของสะสมของสหรัฐอเมริกา

“พอเราเรียนรู้ตลาดนี้ไปเรื่อยๆ จะพบว่า มีปัญหาการโกง หรือของปลอมเยอะมาก แต่การซื้อ-ขายบนแพลตฟอร์ม เป็นโซลูชันที่มาช่วยแก้ปัญหานี้ได้ จึงมองว่าเป็นโมเดลที่น่าจะเอามาใช้ในเมืองไทยได้ เพราะยังไม่มีแพลตฟอร์มรูปแบบนี้เลย”

ออกสตาร์ท SASOM

เมื่อมีเพียงแค่อิเดีย กษิตจึงต้องหาทีมที่จะช่วยทำให้อิเดียเป็นจริง โดยได้ 2 เพื่อนเก่าอย่าง “หฤษฎ์ อัจชนะพรกุล” และ “กันต์พจน์ เลิศโกมลสุข” ซึ่งคนหนึ่งถนัดด้านการเงิน กับอีกคนที่เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ซึ่งเป็นสิ่งที่กษิตบอกว่า ในตัวเขาไม่มี จึงกลายเป็นการรวมทีมเพื่อก่อร่างสร้าง SASOM (สะสม) ขึ้นมา ในฐานะแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลสทั้งรูปแบบเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เพื่อเป็นตัวกลางในการซื้อ-ขายของสะสมแบรนด์เนมและสินค้าหายาก

“ตอนแรกไม่รู้จะอะไรเลย ไม่รู้ว่าตลาดใหญ่แค่ไหน รู้แค่เราใช้ เพื่อนเราใช้ เหมือนเป็นการสร้างขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาให้ตัวเองกับคนรอบข้าง วันหนึ่งได้ออเดอร์หนึ่ง หรือ 3 วัน ได้ออเดอร์หนึ่ง ถือว่าเยอะแล้ว นึกกลับไปตอนนั้นก็คิดเหมือนกันนะว่าทำอะไรกันอยู่ แต่เพราะเรา “เชื่อ” อย่างเดียวเลยว่า สักวันมันต้องดีขึ้น ก็เลยปรับกันมาเรื่อยๆ”

ถึงตรงนี้ซีอีโอแห่ง SASOM ได้บอกถึง 4 องค์ประกอบสำคัญของ SASOM ที่ใช้เป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจ นั่นคือ 1.Operation ต้องทำให้พร้อม โดยเฉพาะด้านโลจิสติกส์ที่จะต้องจัดส่งให้ลูกค้าได้ตามกำหนด 2.Supply ต้องหาพาร์ทเนอร์ที่เป็นทั้งคนขายและแบรนด์

เพื่อให้มีสินค้ามากที่สุด 3.Marketing ต้องทำให้ลูกค้ารู้ว่า แพลตฟอร์ม SASOM คืออย่างไร และ 4.Technology ต้องทำให้ลูกค้าใช้งานง่าย ช่วยให้คนขายขายได้มากขึ้น และคนซื้อก็สามารถเจอของที่ต้องการได้ในราคาที่ดี และเป็นของแท้ ดังนั้น ไม่ว่าจะเกิดปัญหาหรือจะตั้งเป้าหมายการเติบโต ทั้งหมดจะถูกทำและพัฒนาบน 4 แกนหลักที่กล่าวมานี้

กษิต
งานทวี





จุดตัดเพราะรู้จักกลุ่มเป้าหมาย

จุดสำคัญที่ทำให้ SASOM แฉงเกิดได้ กษิตบอกว่า เป็นเพราะหากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเจอ ด้วยการเริ่มต้นจากกลุ่มคนรักรองเท้าผ้าใบ (Sneaker) ก่อน แม้จะดูเป็นตลาดไม่ใหญ่ แต่เพราะเชื่อว่า ถ้าสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้ากลุ่มเล็กได้ก่อน ทำให้มี 100 คนที่รัก SASOM จริง ถึงจะน้อยแต่ถ้าเข้ามาใช้งานทุกวัน นั่นคือความต้องการที่แท้จริง อาจดีกว่ามีคนเป็นพัน แต่เขาไม่ได้ใช้งานจริง ดังนั้นการที่มีกลุ่มเป้าหมายแรกชัดเจน แล้วค่อยสะสมเพิ่มขึ้นไปเรื่อยๆ ทำให้ SASOM สามารถคุยกับแบรนด์ได้ว่า จะเอาอะไรมาขายเพราะเรามีความต้องการของกลุ่มนี้รองรับอยู่แล้ว

“ลูกค้าเราเป็นเด็กกลุ่ม Gen Z และ Millennials เป็นกลุ่มที่ยูนิต โตมากับมือถือ ชอบซื้อของออนไลน์ เป็นทั้งคนขายและคนซื้อ ซึ่งโมเดลเดิมเราตั้งใจทำเป็น C2C แต่พอถึงจุดจุดหนึ่งต้องมาคิดว่า ธุรกิจจะไปต่อได้อย่างไร ก็มีการปรับเป็น B2B และตอนนี้พยายามจะติดตัวไปเป็น B2C เพื่อสร้างกำไรให้ได้มากขึ้น”

เบื้องหลังที่ทำให้ SASOM รู้จักกลุ่มเป้าหมายของตัวเองเป็นอย่างดี ก็คือ Data โดย SASOM จะให้ความสำคัญในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเป็นอย่างมาก แม้ช่วงแรกอาจจะยาก เพราะยังมีข้อมูลไม่มาก แต่เมื่อธุรกิจโตขึ้นระดับหนึ่งก็จะทำให้มีข้อมูลในการวิเคราะห์มากขึ้น และจาก 4 แกนหลักที่กล่าวไว้ข้างต้น จะมีคำว่า Data ซ่อนอยู่ใต้นั้นทั้งหมด ฉะนั้นทุกอย่างจึงถูกคิด วิเคราะห์ และตัดสินใจ ด้วยการมีข้อมูลรองรับ ไม่ใช่การคิดเอาเอง

เพราะ “เชื่อ” ทำให้เดินไปต่อ

แต่กว่าจะเดินมาถึงจุดนี้ได้ ไม่ใช่เรื่องง่าย กษิตพูดติดตลกให้ฟังว่า...

“ถ้าจะให้ผมกลับมาเริ่มทำใหม่อีกรอบหนึ่งก็คิดหนักเหมือนกัน ตอนนั้นมันใสๆ ไม่ได้รู้ว่าต้องผ่านอะไรขนาดนี้ บางทีการไม่รู้อะไรมันก็มีพลังมากกว่า มีช่วงหนึ่งที่ Funding กำลังจะหมดก่อนจะได้ นักลงทุนคนแรกเข้ามา เคยนั่งมองหน้ากัน 3 คน แล้วพูดว่า ทำอะไรกันอยู่ หรือเราจะไปทำอย่างอื่นดี เคยมีโมเมนต์แบบนี้เหมือนกัน”

กษิตยอมรับว่า การทำ Startup มีความเสี่ยงมาก แต่สิ่งที่ยังทำให้เขามาถึงจุดนี้ได้คือ “การเชื่อในสิ่งที่ทำ” ด้วยความเชื่อที่ว่าในทุกประเทศเขาก็มีแพลตฟอร์มเหมือนที่ SASOM ทำ ประเทศไทยก็ต้องมีได้ เพราะตลาดก็ไม่ได้เล็ก ดังนั้น SASOM ก็ต้องมีโอกาสโตได้อีก ซึ่งความเชื่อที่ว่านี้ ไม่ใช่แค่ตัวกษิตเท่านั้นที่เชื่อ ทีมก็ต้องเชื่อด้วย เพื่อที่จะผ่านเรื่องที่ยากไปด้วยกันได้

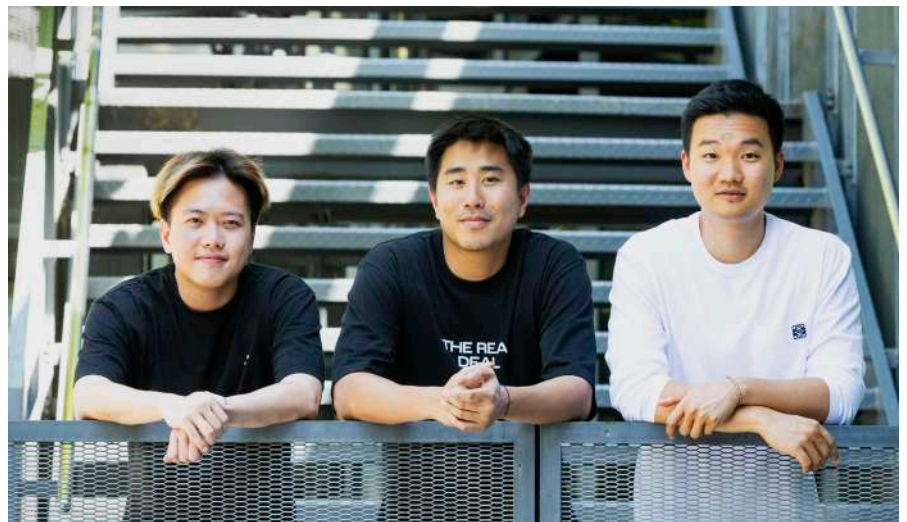


เปลี่ยนแปลงไปสู่เป้าหมาย

มาถึงวันนี้ SASOM เดินหน้าเข้าสู่ปีที่ 5 แล้ว เรียกว่าผ่านการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพราะด้วยตัวธุรกิจที่ต้องตามเทรนด์ให้ทัน หรือแม้แต่ภาพรวมเศรษฐกิจล้วนส่งผลกระทบต่อทั้งสิ้น ดังนั้น การศึกษาและเรียนรู้จากแพลตฟอร์มของต่างประเทศที่มีโมเดลคล้ายกัน เพื่อดูแนวโน้มการปรับตัว สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ อย่างปัจจุบันทั่วโลกมีสถานการณ์คล้ายๆ กัน คือ นักลงทุนเริ่มมองถึงเรื่องการเติบโตแบบยั่งยืน ทำให้ต้องกลับมาปรับพื้นฐานให้ธุรกิจมีความแข็งแรงขึ้น

“ปีนี้ตั้งเป้าโต 2 เท่า เป็นโจทย์ที่ท้าทายเหมือนกัน เราโฟกัสการทำให้รายได้สูงขึ้นพร้อมๆ กับการทำให้ต้นทุนลดลง แม้วันนี้ยอดซื้อ-ขาย 70-80 เปอร์เซ็นต์จะเป็นรองเท้า แต่เราก็ไม่ได้คิดจะเป็นแค่ตลาดรองเท้าอย่างเดียว อะไรที่เป็นทรัพย์สิน High Demand Low Supply ไปได้หมด โดยปีนี้เราจะเริ่มหันมาเน้นที่กระเป๋าและเสื้อผ้ามากขึ้น และมองว่ายังมีโอกาสทำตลาดในประเทศได้อีกมาก อย่างตลาดท่องเที่ยว หรือกลุ่มคนต่างชาติที่เข้ามาอยู่ในประเทศ นั่นคือโอกาสที่ SASOM กำลังจะก้าวไป”

หวังว่าเรื่องราวของ SASOM จะเป็นอีกหนึ่งแรงบันดาลใจให้กับ Startup ถ้าวินนี้ “ความเชื่อ” ยังอยู่ ก็ยังมีหนทางไปต่อ ▶





มีครบ...จบที่ PetPaw

ยื่นหนึ่ง Community เพื่อชาว Pet Lover



จากแนวคิดการเปลี่ยนความชอบพัฒนาเป็นโอกาสทางธุรกิจของ “ตฤณสิษฐ์ จารุรังสีวัฒน์” หนึ่งใน Pet Lover ที่คลุกคลีอยู่ในแวดวงของตลาดสัตว์เลี้ยง ทำให้เห็นถึงปัญหาที่กลุ่มคนรักสัตว์เลี้ยงต้องเจอ รวมถึงช่องว่างทางธุรกิจ จึงเป็นเหตุพลเริ่มต้นในการนำประสบการณ์ของตัวเองร่วมกับ Passion พัฒนาออกมาเป็นแพลตฟอร์มที่สามารถตอบโจทย์ครบทุกความต้องการของกลุ่มคนรักสัตว์

เมื่อความชอบ... กลายเป็นธุรกิจ

PetLover คำนี้บ่งบอกความเป็น “ตฤณสิษฐ์” ได้อย่างดี เพราะความชอบและหลงใหลเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง กลายเป็นจุดเริ่มต้นเส้นทางให้ก้าวเข้าสู่วงการธุรกิจตั้งแต่สมัยเรียนมหาวิทยาลัย

“ทุกอย่างเกิดจากเราเป็นคนรักสัตว์ เคยเลี้ยงสัตว์มาหลายชนิด จนช่วงมหาวิทยาลัยเป็นครั้งแรกที่เริ่มนำความชอบมาทำเป็นธุรกิจ ด้วยการซื้อ-ขายปลาสวยงาม และอุปกรณ์สำหรับอควาเรียม ในตอนนั้นเสี่ยงตอบรับค่อนข้างไปได้ดี แต่ไม่ได้ต่อยอดทำเป็นธุรกิจที่จริงจัง เพราะยังอยู่ในช่วงมหาวิทยาลัย และด้วยความที่เราเรียนเศรษฐศาสตร์การขนส่งระหว่างประเทศ จึงแทบจะไม่มีเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ทำเลย เรียกว่าเราใช้ Passion และความชอบล้วนๆ”

จากนั้นหลังเรียนจบ ตฤณสิษฐ์ยังคงมีไอเดียที่จะทำธุรกิจด้านสัตว์เลี้ยง จึงเริ่มมองหาช่องว่างและความต้องการของอุตสาหกรรมนี้

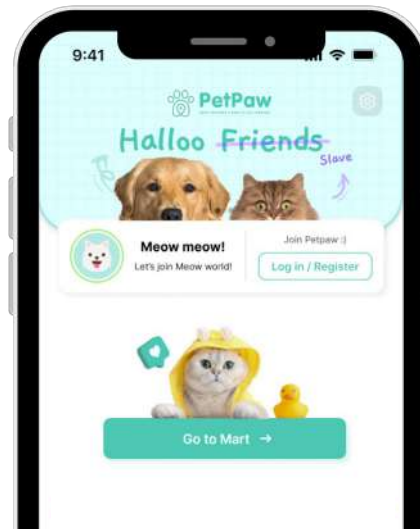
จนพบว่า Pain Point ที่กลุ่มคนเลี้ยงสัตว์ต้องเจอ คือ การหาข้อมูลทั้งการซื้อ-ขาย วิธีการเลี้ยง หรือข้อมูลด้านบริการ ที่กระจัดกระจายอยู่คนละเว็บไซต์ ทำให้ยากต่อการค้นหา จึงเกิดไอเดียสร้างดิจิทัลแพลตฟอร์มที่รวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงไว้ในที่เดียว จนเกิดเป็น PetPaw แพลตฟอร์มที่เปรียบเสมือนกูรูของกลุ่มคนรักสัตว์

การเดินทางอีกก้าวสำคัญของ PetPaw ที่ตฤณสิษฐ์กล่าวถึง คือ การนำไอเดียเข้าเสนอขอรับทุนจาก TED Fund ในโครงการ TED Fund Public Batch 3 เพื่อเป็นทุนเริ่มต้นการพัฒนาเทคโนโลยี ที่สำคัญคือยังได้รับคำปรึกษาในการทำ Business Model และการทำ SWOT Analysis ที่เปรียบเสมือนการทบทวนธุรกิจก่อนเริ่มขยายตัวสู่ตลาดที่ใหญ่ขึ้น

นำประสบการณ์ตรง... เช็กलिस्टแก๊วทุก Pain Point

จากประสบการณ์ที่ประสบกับทุกปัญหาที่คนเลี้ยงสัตว์ต้องเจอ ทำให้เป็นแรงผลักดันสำคัญในการพัฒนาแพลตฟอร์มให้ครอบคลุมทุกด้าน และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับกลุ่มคนรักสัตว์

“ในการพัฒนาแพลตฟอร์มเราอยากเป็น One Stop Service ที่มีบริการครบทุกด้านในที่เดียว เริ่มจากฟีดเจอร์กระดานซื้อ-ขายสัตว์





ตฤณสิษฐ์ จารุรงค์สิวัตน์

เรามีทั้งสัตว์เลี้ยงทั่วไปและ Exotic มากถึง 8 หมวดหมู่ รวมกว่า 200 สายพันธุ์ บริการร้านค้าออนไลน์สินค้าและอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงที่มีมาตรฐาน จากผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าโดยตรง ซึ่งความต้องการในด้านนี้มีมากที่สุดเราจึงต่อยอดการเปิด Physical Store ไว้บริการลูกค้าอีก 11 สาขา เราก็แบ่งพาร์ทเป็น Omni Channel มีการขายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ โดยใช้เทคโนโลยีเชื่อมทั้ง 2 ช่องทางเข้าด้วยกัน

“นอกจากนี้ เรายังมีบริการ Telemedicine สำหรับเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่ต้องการปรึกษาแพทย์ผ่านช่องทางออนไลน์ อีกทั้งยังเป็นตัวกลางรวบรวมข้อมูลประกันสัตว์เลี้ยงมากกว่า 10 แผน ที่ลูกค้าสามารถเลือกได้ตามความต้องการ รวมถึงการจัดเตรียมข้อมูล

วิธีการเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสมกับสัตว์แต่ละชนิด เพื่อให้สัตว์เลี้ยงได้รับการดูแลที่ถูกต้อง และมีสุขภาพที่ดี ลดปัญหาการถูกทอดทิ้ง”

ตฤณสิษฐ์กล่าวเพิ่มเติมว่า การที่ได้เจอปัญหาด้วยตัวเองในช่วงของการเลี้ยงสัตว์ ทำให้เห็นภาพความต้องการของกลุ่ม Pet Lover ได้ชัดเจนขึ้น เป็นข้อดีที่ช่วยในการพัฒนาแพลตฟอร์มเป็นไปในทิศทางที่ครอบคลุมทุกความต้องการของกลุ่มลูกค้า แก้ไขทุก Pain Point ได้ตรงจุด และเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ทั้งในส่วนของความสะดวกในการหาข้อมูลของคนเลี้ยง และความเป็นอยู่ที่ดีของสัตว์เลี้ยง

เดินหน้าพัฒนาเต็มกำลัง... เพื่อเท่าทันการเติบโต ของ Pet Industry

จากข้อมูลปี 2023 ตลาดสัตว์เลี้ยงของไทย มีมูลค่าอยู่ที่ 50,000 ล้านบาท และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องอยู่ที่ 8-10 เปอร์เซ็นต์ต่อปี โดยมีปัจจัยมาจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งการเลือกใช้ชีวิตสไตล์, ความต้องการมีบุตรลดลง รวมถึงการใช้ชีวิตคู่ของเพศทางเลือก ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ตลาดสัตว์เลี้ยงมีมูลค่าสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว

“จะเห็นว่า Pet Industry เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่แข็งแรง แต่ผู้เล่นในอุตสาหกรรมนี้ยังมีไม่มาก เราจึงเร่งเดินหน้าพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มคนรักสัตว์ทั่วประเทศ ด้วยการเข้าถึงสื่อที่สอดคล้อง



กับกลุ่มลูกค้า หรือการเข้าร่วมงานอีเวนต์เพื่อพบปะพูดคุย สอบถามความต้องการเพิ่มเติม และนำมาพัฒนาแพลตฟอร์มให้ดียิ่งขึ้น”

อีกจุดสำคัญที่จะทำให้ PetPaw เติบโตได้นั้นคือการร่วมมือกับกลุ่มพาร์ทเนอร์ทั้งในด้านของสินค้าและบริการที่ได้มาตรฐานสำหรับสัตว์เลี้ยง ด้านสุขภาพที่ได้มีความร่วมมือกับโรงพยาบาลสัตว์กว่า 2,000 แห่ง เพื่อพัฒนาบริการด้านการแพทย์ให้ง่ายต่อการเข้าถึง ตลอดจนการขยาย Physical Store สู่อีก 20 สาขาภายในปี 2024 พร้อมปรับโฉมรูปแบบใหม่ให้เป็นมากกว่าร้านขายสินค้า ด้วยบริการดูแลความสะอาดของสัตว์เลี้ยง

สุดท้ายนี้ ตฤณสิษฐ์กล่าวว่า นอกจากการพัฒนาระบบในประเทศแล้ว อีกแผนสำคัญในอนาคต คือ การพา PetPaw ออกสู่ตลาดต่างประเทศ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นประเทศใน South East Asia ที่มีพฤติกรรมเลี้ยงสัตว์และสภาพแวดล้อมที่ใกล้เคียงกับประเทศไทย ซึ่งเริ่มดำเนินการพูดคุยกับพาร์ทเนอร์ใน 4 ประเทศ เวียดนาม, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย พร้อมผลักดัน PetPaw ให้เป็น Community ที่ 1 ในใจกลุ่มคนรักสัตว์ ▶

ข้อมูลธุรกิจ

Facebook : PetPaw
Website : www.petpaw.com

สนับสนุน
ความสำเร็จโดย

TEDFund
Public Batch 311

โลกร้อน พื้นที่ปลูกลด เพิ่มโอกาสใหม่ให้ Startup

ใครเป็นแฟนด้อมใจฟูของ 2 หนุ่ยยูทูปเบอร์เกาหลี “คัลแลน พ็อง” ต้องคุ้นหูมาก ๆ กับประโยคที่ว่านี่ “อเมริกาโน่เย็น แก้วใหญ่ ไม่หวาน 2 แก้ว” จนำเอาหลายคนอยากหันมาลองดื่มตามกันเลย TED Opportunity ฉบับนี้เลยเกาะกระแสคนคลั่งรักกาแฟ พาไปส่องโอกาสธุรกิจกาแฟในยุคโลกเดือด! และเกริ่นดินวัตกรรมใหม่ “พืชทดแทนพืช”

โลกเดือด จุดเริ่มต้น Beanless Coffee

ทำไมตอนนี้หลายคนกำลังพูดถึง Beanless Coffee หรือ “กาแฟที่ไม่ได้มาจากเมล็ดกาแฟ” นั่นก็เพราะจำนวนคนที่ดื่มกาแฟทุกวันทั่วโลกพุ่งทะลุไปแล้วกว่า 1 พันล้านคน หรือดื่มกันที่ 2.25 พันล้านแก้วต่อวันเลยทีเดียว และดูท่าว่า จะไม่หยุดอยู่เพียงแค่นี้ ซึ่งสวนทางกับวิกฤตกาแฟในปัจจุบัน ที่มีแนวโน้มจะได้ผลผลิตลดลง อันเนื่องมาจากสภาพอากาศแปรปรวน และปัญหาการตัดไม้ทำลายป่า เพื่อค้นหาดินแดนที่ยั่งยืนกว่าสำหรับปลูกต้นกาแฟ

โดยงานวิจัยของธนาคารเพื่อการพัฒนาอินเตอร์-อเมริกา (IDB : Inter-American Development Bank) ได้ส่งสัญญาณเตือนว่า ภายในปี 2050 อุณหภูมิที่เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศโลก จะส่งผลให้พื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการปลูกกาแฟลดลงถึง 50 เปอร์เซ็นต์

เรียกได้ว่า Beanless Coffee กลายมาเป็นสิ่งทดแทนที่เกิดขึ้นจากไอเดียสุดล้ำของเหล่า Startup หนึ่งในนั้นก็คือ Atomo Coffee จากสหรัฐอเมริกา ที่ทำให้เห็นเป็นตัวอย่าง และเรียกเสียงฮือฮาแล้ว ด้วยการเปิดตัว “เอสเปรสโซเทียม” กาแฟจำแลงที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ รวมถึงส่วนผสมที่ได้จากการนำกลับมาใช้ใหม่ (Upcycle) และ Superfood ที่เติมไปด้วยคุณค่าทางโภชนาการ เช่น เมล็ดอินทผลัม, เมล็ดรามอน, สารสกัดจากเมล็ดทานตะวัน, โปรตีนถั่ว, ข้าวฟ่าง, มะนาว,

ฝรั่ง ฯลฯ นำมาผ่านกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อเลียนแบบโครงสร้างโมเลกุลของกาแฟจนได้เป็นกาแฟที่ไม่ได้ทำมาจากเมล็ดกาแฟ สามารถนำไปชงและได้รสชาติเหมือนกาแฟแบบดั้งเดิม ที่สำคัญช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของธุรกิจกาแฟถึง 93 เปอร์เซ็นต์ และลดการใช้น้ำได้ราว 94 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับการผลิตกาแฟแบบปกติ

“พืชทดแทนพืช” ตลาดใหม่ดีต่อใจ ดีต่อโลก

จากประเด็นโลกร้อน กระเทบพื้นที่ปลูกลดนี้เอง ทำให้เกิดแนวคิดในการพัฒนานวัตกรรมทดแทนตามมาอีกไม่น้อย อย่างเช่นแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “พืชทดแทนพืช” ของ Voyage Foods ที่มองว่า ทั้งพื้นที่ปลูกกาแฟก็ดี หรือโกโก้ก็ตาม กำลังถูกจำกัดพื้นที่ให้น้อยลง ในขณะที่ความต้องการบริโภคสวนทางเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ หากสามารถเปลี่ยนพืชทั่วๆ ไปที่ปลูกได้ง่ายๆ น่าจะเป็นการแก้ปัญหาได้อย่างดี จึงเป็นที่มาของ Startup รายนี้ที่เริ่มต้นคิดพัฒนาจากเนยถั่วที่ปราศจากถั่ว ช็อกโกแลตที่ไม่ได้มาจากโกโก้ และกาแฟที่ไม่ได้มาจากเมล็ดกาแฟ ซึ่งทั้งหมด



เกิดจากการวิจัยหาโมเลกุลพื้นฐานที่เป็นส่วนประกอบสำคัญมีอะไรบ้าง แล้วจึงค้นหาโมเลกุลที่ต้องการจากพืชชนิดอื่นๆ เพื่อทำการเลียนแบบคุณสมบัติที่ต้องการนั่นเอง

ต้องบอกเลยว่า ไอเดียนี้ไม่ได้มีดีแค่ Save โลก แต่ยัง Save คนที่แพ้อาหารอีกด้วย โดยเฉพาะถั่ว ที่มีคนกินแล้วแพ้เป็นจำนวนมาก หากมีนวัตกรรมทดแทนได้ โดยที่ยังคงเป็นพืชเช่นกัน น่าจะถูกใจผู้บริโภคยุคใหม่ไม่น้อย

ทั้งหมดนี้คือ โอกาสที่อยากจะบอกต่อให้ได้ รู้กัน ยิ่งคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถตอบโจทย์ Pain Point ของคนและโลกได้พร้อมๆ กัน นี่คือนวัตกรรมพยาศตวรรษที่เดียว >



STARTUP จะรู้ได้อย่างไร?

เมื่อไรควรปล่อยมือ!

“**ไปต่อ VS ปล่อยมือ**” ตอนนี้อยู่กำลังเล็งเลหรือสับสนกับ 2 คำนี้บ้าง?

โดยเฉพาะ Startup มือใหม่ ประสบการณ์น้อย เมื่อเดินมาถึงจุดหนึ่งอาจเกิดคำถามนี้กับตัวเองว่า จะพารุรกิจเดินไปต่อ? หรือควรปล่อยมือเพื่อไปหาโอกาสใหม่ดี?

TED Fund จึงไม่รอช้าหยิบเอาประเด็นที่ว่านี้ไปถามกับกูรูในวงการ Startup ผู้ที่ผ่านประสบการณ์ในธุรกิจ Startup และการเป็นเมนเทอร์มาก่อน นั่นคือ **อศพนันท์ เหลืองอ่อน CEO & Co-founder บริษัท เอ็มสโพร จำกัด** กับคำถามจี้หัวใจของใครหลายคนที่ว่า “Startup จะรู้ได้อย่างไร? เมื่อไรควรปล่อยมือ!”

ไปต่อหรือปล่อยมือ ตัดสินกันที่ “ลูกค้า”

อศพนันท์ เริ่มต้นบทบาทสนทนาครั้งนี้ด้วยประโยคที่ว่า “ก่อนจะไปถึงคำว่า ปล่อยมือ Startup ต้องผ่านการปรับเปลี่ยนและเปลี่ยนแปลงเสียก่อน” โดยจุดสำคัญที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงได้ คือ “ลูกค้า” ที่จะเป็นตัวชี้วัดทุกอย่าง Startup จำเป็นต้องใกล้ชิดกับลูกค้าให้มากพอ เพื่อที่จะรู้ว่าทำไมลูกค้าถึงจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าเรา? เหตุผลหลักคืออะไร? แล้วหาจุดนั้นให้พบ ที่ผ่านมามี Startup ใหม่ๆ หลายๆ คนมักทำพลาด

นั่งอยู่แต่ในออฟฟิศ แทบไม่เคยได้คุยกับลูกค้าเลย

“สิ่งที่ต้องทำคือ ลงไปใกล้ชิด เข้าไปพูดคุยกับลูกค้า แต่ที่ต้องระวังคือ ประเทศไทยเราส่วนใหญ่คนจะเกรงใจกัน ไม่ค่อยพูดตรงๆ เวลาลูกค้าไม่ซื้อจะไม่ค่อยบอกว่าทำไมถึงไม่ซื้อ ดังนั้น จุดสำคัญในการคุยกับลูกค้าอยู่ที่ว่า เขาสนใจสินค้าหรือไม่? หรืออยากทดลองใช้ไหม? หรือแค่ทดลองก็ยังไม่อยาก นั่นแสดงว่าสินค้าอาจจะยังไม่ตอบโจทย์ จำเป็นต้องปรับใหม่แล้วกลับไปหาลูกค้า ถ้าปรับแล้วยังไม่สนใจไม่ทดลอง ต้องเริ่มตั้งคำถามกับตัวเองแล้วว่า มีความต้องการอยู่จริงหรือไม่? แต่ถ้า

ปรับแล้ว ลูกค้าอยากใช้ อยากทดลอง อาจจะขออนุญาตให้ลูกค้าเป็นเมนเทอร์ไปเลยก็ได้ การคุยกับลูกค้าเป็นศิลปะที่ Startup ต้องฝึกฝนตัวเองในการที่จะได้ข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย ต้องอาศัยชั่วโมงบิน ยิ่งคุยกับลูกค้าเยอะ ก็ยิ่งรู้ความต้องการที่ชัดเจนขึ้น ซึ่ง Startup ที่จะไปต่อได้คือ คนที่หาเจอว่าลูกค้าต้องการอะไรนั่นเอง”

อย่างไรก็ดี อรพิมพ์ยังคงกล่าวเสริมด้วยว่าบ่อยครั้งที่ Startup ล้มเลิกไป มักจะบอกว่า เป็นเพราะเงินทุนไม่พอ แต่จริงๆ แล้วเรื่องของเงินทุนไม่ใช่สาเหตุหลัก แต่ที่เป็นสาเหตุที่แท้จริง คือ การไม่มีลูกค้านักพอที่จะเลี้ยงบริษัท และเมื่อเป็นเช่นนี้สิ่งที่ Startup ทำกลับกลายเป็นการมองหานักลงทุน ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ผิด เพราะสิ่งที่ Startup ควรมองหาก่อน คือ “ลูกค้า” ไม่ใช่ “นักลงทุน” การที่ไม่มีลูกค้านั้นแสดงว่าคุณยังไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าสินค้าขายได้จริง โอกาสที่นักลงทุนจะลงทุนก็เป็นเรื่องยาก

บทกวนตัวเอง บทกวนเป็นระยะ

นอกจากการรู้ความต้องการลูกค้าแล้ว การรู้จักตัวเองก็สำคัญเช่นกัน โดยเฉพาะการทบทวนตัวเองเป็นระยะๆ คือ สิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับ Startup ที่อรพิมพ์บอกว่าขาดไม่ได้เลย โดยวิธีการหนึ่งที่ Startup ทำกันเพื่อช่วยในการทบทวนตัวเอง นั่นคือการประชุมทุกเช้าสำหรับทีมงาน หรือจะเรียกว่า Coffee Meeting ก็ได้ เพราะหลักของการประชุมรูปแบบนี้คือ เวลาในการประชุมจะต้องไม่เกิน 15 นาทีต่อวัน

“การคุยภายใน 15 นาที คงไม่พอที่จะสรุปอะไรได้ จึงเป็นเพียงแค่การอัปเดตมากกว่า ซึ่งข้อดีคือ ทุกคนในที่ทีมจะรับรู้ข้อมูลหรือรู้ถึงความเคลื่อนไหวในทุกวัน เพื่อให้ทุกคนจะได้เดินไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนที่เป็นการประชุมจริงๆ เพื่อที่จะมาสรุปกันว่าสถานการณ์ในแต่ละช่วงเป็นอย่างไร หรือควรปรับเรื่องอะไร

ในแง่ของความถี่อาจไม่มีหลักอะไรเป็นตัวกำหนดที่แน่นอน ขึ้นอยู่กับธุรกิจนั้นๆ ว่าอยู่ในขั้นไหน ถ้าเพิ่งเริ่มต้นอาจคุยกันบ่อยหน่อย เช่น ทุกสัปดาห์ หรือ 2 สัปดาห์ต่อครั้ง เพราะยังอยู่ในช่วงการปรับตัว หรือถ้าธุรกิจอยู่ตัวแล้ว จะประชุมเดือนละครั้งก็ทำได้”

สรุปได้ว่า...

- การไม่มีลูกค้าหรือยอดขายที่เพียงพอจะเลี้ยงธุรกิจคือ สัญญาณเตือนที่อันตราย
- เมื่อทบทวนตัวเองแล้ว แต่ก็ยังไม่สามารถวิเคราะห์หรือบอกตัวเองได้ว่าเพราะอะไรลูกค้าถึงไม่ซื้อสินค้า
- Startup ที่อยู่ในสถานการณ์เช่นนี้ การยื้อไปต่ออาจไม่เป็นผลดีเท่ากับการปล่อยมือ เพื่อเริ่มต้นใหม่ อาจเป็นทางออกที่ดีกว่า



อรพิมพ์ เลื่องออ่อน



ล้มเหลว คือ สปริงบอร์ดสู่ความสำเร็จ

เมื่อถามว่า การปล่อยมือ คือ ความล้มเหลวของ Startup หรือไม่? สำหรับมุมมองของอรพิมพ์ การปล่อยมือไม่ใช่ความล้มเหลว แต่เป็นคุณสมบัติที่ดีของคนเป็น Startup คือ “การไม่ยึดติด” เพราะธรรมชาติของ Startup ไม่สามารถยึดติดกับอะไรได้ พร้อมทั้งจะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

“ความล้มเหลวจะเป็นสปริงบอร์ดของความสำเร็จในอนาคต แทบไม่มี Startup คนไหนที่จะประสบความสำเร็จตั้งแต่ธุรกิจแรก โดยไม่เปลี่ยนแปลงอะไรเลย สำหรับ Startup บางคนอาจจะรู้สึกว่ามันคือ ความล้มเหลว ไม่ใช่เรื่องแปลก เพราะเขาเป็นคนทำ เป็นเรื่องของความรู้สึก เพียงแต่อย่าท้อถอย อย่าคิดว่าความล้มเหลวคือทุกอย่าง จริงๆ แล้วมันคือประสบการณ์แค่นั้นเอง เพียงแต่ประสบการณ์นี้จะมีค่ามากสำหรับการเดินต่อไปข้างหน้า ทุกคนจะเก่งขึ้นเมื่อผ่านความล้มเหลว เพราะเขาจะรู้แล้วว่าที่ล้มเหลวเกิดจากอะไร แล้วเอาความผิดพลาดมาต่อยอดให้การเริ่มต้นครั้งใหม่ไม่ได้เป็นการเริ่มจากศูนย์ อาจจะมีเริ่มต้นจาก 50 หรือ 60 หรือ 80 เลยด้วยซ้ำ” อรพิมพ์กล่าวทิ้งท้าย ▶

รวมเทคนิค “จับหลับ” ปลุกพลังสมองให้พร้อมลุยงาน

ถ้ากีฬาได้ชื่อว่าเป็นยาวิเศษของร่างกาย...“การนอน” ก็นับเป็นยาวิเศษของสมองเช่นกัน แต่จะเป็นอย่างไรนั้น TED Fund จะมาไขข้อสงสัยให้เหล่า Startup ได้รู้ไปพร้อมๆ กับ

สังเกตไหมว่า...วันทำงานที่ต้องใช้พลังสมองอย่างหนัก ทำให้เกิดการอาการสมองล้าและไม่สดชื่น แต่รู้หรือไม่? การได้นอนพักในช่วงสั้นๆ ระหว่างวัน ช่วยบูสต์ Energy ให้สมอง เรียกคืนความพร้อมในการทำงานได้ หรือเรียกง่าย ๆ ว่า Power of Nap หรือ “พลังแห่งการจับ”

How to Nap ที่ถูกต้อง

2 สิ่งสำคัญที่จะทำให้การจับสร้างพลังงานให้สมอง นั่นก็คือ “ระยะเวลา” และ “ช่วงเวลา” ที่เหมาะสม โดยการศึกษาของ Sleep Foundation แพลตฟอร์มที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการนอนของสหรัฐอเมริกา กล่าวว่า

- ✓ ระยะเวลาการจับที่เหมาะสมที่สุดคือ 10-20 นาที จะช่วยให้ตื่นมาพร้อมกับความสดชื่น แต่ไม่ควรเกิน 30 นาที เพราะอาจทำให้สมองหลับลึกและเกิดการปวดหัวหลังตื่น
- ✓ ช่วงเวลาที่ดีที่สุดที่สุดคือ ช่วงบ่าย หลังรับประทานอาหารกลางวัน ตั้งแต่ 13.00-15.00 น. จะช่วยให้จับหลับสบายขึ้น แต่ไม่ควรเกินเวลา 16.00 น. เพราะอาจส่งผลกระทบต่อการนอนในช่วงเวลากลางคืน

Benefits of Nap ประโยชน์สุดว้าว! ของการจับ

การจับระหว่างวัน นอกจากจะช่วยบูสต์พลังสมองให้กลับมาสดชื่นแล้ว ยังเพิ่มสมาธิในการทำงาน ลดความผิดพลาด ช่วยให้ความจำดีขึ้น โภกกิจงานได้ตรงจุด เพิ่มความไหลลื่นในการคิดไอเดีย ลดความวิตกกังวล และความเครียดระหว่างวัน

นอกจากประโยชน์ในด้านการทำงาน การจับยังช่วยกระตุ้นให้อารมณ์ดียิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลดีกับสุขภาพกายและใจ อีกทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงจากโรคต่างๆ ที่เกิดจากความเครียดสะสม เช่น โรคหัวใจ, ไมเกรน, ความดันโลหิตสูง และโรคยอดฮิตของวัยทำงานอย่างออฟฟิศซินโดรม

Nap Trick ทริคง่ายๆ ของสาย Nap

เลือกสถานที่ที่ใช่ กับไอเทมช่วยลดสิ่งรบกวน ทริคง่ายๆ ที่ช่วยให้การจับระหว่างวันมีประสิทธิภาพ สำหรับในที่ทำงานบริเวณที่เหมาะสมที่สุดคือ ห้องประชุม, มุมพักผ่อน, รถยนต์ส่วนตัว หรือง่ายที่สุดคือ การพบบกับโต๊ะทำงาน และเพิ่มความสบายยิ่งขึ้นด้วยหมอนรองคอ, ผ้าปิดตา ช่วยลดแสงรบกวน และหูฟัง Noise Cancelling ที่ช่วยตัดเสียงรบกวนรอบข้าง

Power of Nap หรือ การจับหลับระหว่างวันในที่ทำงาน ทฤษฎีนี้อาจจะใช้ไม่ได้กับทุกองค์กร ขึ้นอยู่กับประเภทงาน วัฒนธรรมองค์กร และความเหมาะสมต่างๆ แต่ถ้า Startup ไหน มองว่าน่าสนใจและเหมาะกับองค์กรตัวเอง นี่อาจจะเป็นอีกหนึ่งวิธีที่จะเพิ่มประสิทธิภาพให้กับทีมของคุณก็เป็นได้ >

Did you Know :
รู้หรือไม่?
การดื่มกาแฟก่อนจะจับหลับ หรือ Caffeine Nap เมื่อกาแฟถูกดูดซึมเข้าสู่ร่างกาย กาแฟจะเริ่มทำงาน จึงช่วยทำให้ตื่นขึ้นมาอย่างสดชื่นมากขึ้น



5 FREE

เปลี่ยนความขี้เกรงใจ เป็นยอดขายสุดจ๋า

“ใครทำดีกับเรา เราก็ออยากทำดีตอบแทนกลับไป” นับเป็นพื้นฐานนิสัยมนุษย์ที่เป็นสัตว์สังคมและชอบพึ่งพาอาศัยกัน ซึ่งเข้ากับหลักทางจิตวิทยาที่เรียกว่า Reciprocity หรือ **“การแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน”** โดยมี **“ความเกรงใจ”** เป็นจุดศูนย์กลาง ทำให้ผู้รับอยากจะทำดีตอบแทนกลับผู้ให้ และนี่คือสิ่งที่ SMEs และ Startup สามารถหยิบมาเสริมทัพ เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจได้

ว่าแต่จะมีวิธีไหนบ้างที่จะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ “แบรรนด้เขาให้เรามาแล้ว เราต้องตอบแทนกลับไปบ้าง” มาดูกัน

Free Sample แจกให้ลองฟรี ให้กันก่อนแบบนี้ก็รักเลย

ขึ้นหึ่งเทคนิคกระตุ้นความขี้เกรงใจกับการแจกสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าได้ทดลองใช้แบบฟรีๆ รวมถึงการให้ทดลองบริการบางอย่างแบบฟรีๆ โดยไม่มีเงื่อนไข จะช่วยให้ SMEs และ Startup ได้โชว์ของและทำให้ลูกค้าเปิดใจกล้าลองโปรดักต์ใหม่ๆ ได้ง่ายขึ้น

TIP

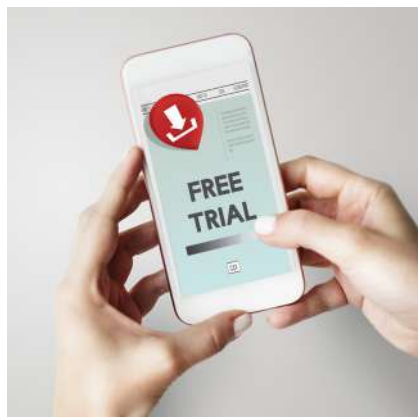
แนะนำการใช้แบบรูัจจริง แบบมีอาชีพ ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและน่าใช้ให้กับโปรดักต์

Free Gift แดมให้กั๊งก็ มีโอกาสดีๆ ต้องกลับมาซ้ำ

นอกจากการให้โปรลับ โปรพิเศษ และส่วนลดวิธีนี้ก็คลาสสิกไม่แพ้กันกับการมอบของแถมเมื่อลูกค้าซื้อสินค้าหรือใช้บริการเป็นครั้งแรก ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและเรียกความเกรงใจที่ว่า “เขาให้มาแล้ว วันหน้าต้องไปอุดหนุน” ถือเป็นกาแลกเปลี่ยนความพึงพอใจทางอารมณ์ ที่สามารถต่อยอดไปสู่การกลับมาซื้อซ้ำได้

TIP

เปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถเลือกสีหรือลายของของแถมได้เองจะยิ่งสร้างความประทับใจมากขึ้น



Free Trial ให้ลองใช้ฟรี ใจดีแบบนี้ต้องใช้ต่อ

พุ่งแรงสุดๆ กับการให้ทดลองใช้ฟรี เทคนิคที่ธุรกิจสตรีมมิงนิยมใช้กันในปัจจุบัน เช่น ให้ลองใช้ฟรี 7 วัน หรือ 30 วัน จากนั้นค่อยเสียเงินถ้าอยากใช้ต่อ ถือเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้ามีความคุ้นชินกับตัวโปรดักต์แบบเนียนๆ พอติดใจแล้วก็อยากใช้ต่อ จึงช่วยเพิ่มยอดการสมัครสมาชิกให้ธุรกิจสูงขึ้น

TIP

เปิดให้ทดลองใช้แบบฟรีเต็มๆ เข้าถึงได้ทุกพีเจอร์ ช่วยดึงคนขี้เกรงใจให้ใช้ต่อได้มากขึ้น

Free Try on ให้ลองขนาดนี้ ซื้อใช้เลยแล้วกัน

ลองให้รู้แค่อู่ที่บ้าน หรือ Try before Buy ที่แบรรนด้จะส่งสินค้าไปให้ลูกค้าลองได้ที่บ้าน

ตามระยะเวลาที่กำหนด เช่น 14 วัน โดยอาจจะเป็นสินค้าเพียง 1 ชิ้นหรือหลายชิ้นก็ได้ ซึ่งหากลูกค้าพอใจชิ้นไหนก็เก็บสินค้าไว้แล้วค่อยจ่ายทีหลัง หรือไม่ชอบชิ้นไหนก็ค่อยส่งคืนโดยไม่มีค่าใช้จ่าย เป็นอีกวิธีช่วยกระตุ้นต่อมความเกรงใจให้ลูกค้าที่ “ลองของเขาไปแล้วก็ซื้อใช้เลยดีกว่า” ได้เป็นอย่างดี

TIP

Virtual Try on หรือให้ลองสินค้าได้แบบเสมือนจริงแบบฟรีๆ ได้ใจลูกค้ายุคใหม่ไม่แพ้กัน

Free to Refer บอกต่อให้ที มีของดีมอบให้

สุดท้ายตั้งใจเรียกความเกรงใจด้วยการให้รางวัลแก่ลูกค้าที่แนะนำสินค้าหรือบริการของแบรรนด้ให้เพื่อน คนในครอบครัวหรือคนอื่นๆ ได้รู้จัก และคนเหล่านั้นก็ได้ด้วย ซึ่งนอกจากจะช่วยให้คนรู้จักโปรดักต์ของ SMEs และ Startup มากขึ้นแล้ว ยังช่วยเพิ่มฐานลูกค้าได้อีกด้วย

TIP

ให้ส่วนลดหรือการใช้งานฟรีทั้งกับลูกค้าปัจจุบันและคนที่ได้รับการบอกต่อช่วยกระตุ้นยอดขายใหม่ได้

ไม่ยากเลยใช่ไหมล่ะที่จะปลุกความขี้เกรงใจของลูกค้า ซึ่งต้องตอกใจกันตัวโตๆ ว่า “SMEs และ Startup ต้องทำทุกอย่างด้วยความจริงจัง” จะได้ไม่ถูกมองว่า “ทำดีเพราะหวังผลตอบแทน” ▶

ความสำเร็จ TED FUND

= โอกาสการเติบโต Startup

เพราะโลกใบนี้ยังต้องการไอเดีย ความคิด หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะมาช่วยแก้ปัญหาที่มีอยู่มากมาย จึงเป็นโอกาสให้ Startup สามารถโดดเด่นอยู่ได้ แต่ต้องยอมรับว่า จะมี Startup เพียง 10 เปอร์เซ็นต์ ที่ประสบความสำเร็จ ขณะที่ 90 เปอร์เซ็นต์ คือ ล้มเหลว

ไม่เพียงแต่ Startup เท่านั้นที่เข้าใจในข้อเท็จจริงที่ว่านี้ หน่วยงานการสนับสนุนทุนภาครัฐอย่าง กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (TED Fund) ที่มีบทบาทและภารกิจสำคัญในการผลักดันผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรมรุ่นใหม่ก็เล็งเห็นถึงจุดนี้เช่นกัน แม้จะไม่สามารถแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงจุดอ่อนของระบบ Startup ได้ทั้งหมด แต่ก็มุ่งมั่นที่จะเป็นส่วนหนึ่งของการช่วยวางรากฐานและผลักดันให้เกิดการต่อยอดทางธุรกิจ ผ่านการสนับสนุนทั้งเงินทุน องค์ความรู้ ตลอดจนการทำงานร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ เพื่อร่วมกันพัฒนา Startup ไทย ผ่าน 4 โครงการสำคัญ ได้แก่

- 1 โครงการยุววิสาหกิจเริ่มต้น (TED Youth Startup) โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ นิสิต นักศึกษา และบัณฑิตจบใหม่
- 2 โครงการส่งเสริมการขายตลาดและธุรกิจของผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (TED Market Scaling Up) สนับสนุนผู้ประกอบการให้สามารถขับเคลื่อนและนำผลงานนวัตกรรมไปสู่การขยายผลได้สำเร็จ
- 3 โครงการพัฒนาภาคเอกชนเพื่อการยกระดับระบบนิเวศการสร้างผู้ประกอบการอย่างยั่งยืน (Startups for Startups) เพื่อการเติบโตอย่างก้าวกระโดด
- 4 โครงการเร่งการเติบโตผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรมผ่านกระบวนการร่วมระดมทุน (TED Matching Fund)

ตอกย้ำความมุ่งมั่น 7 ปี ด้วย 3 รางวัลยืนยันความสำเร็จ

ตลอดระยะเวลา 7 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2559-2566 TED Fund ได้เดินหน้าให้การสนับสนุนผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยสนับสนุนทุนแก่ผู้ประกอบการไปแล้วจำนวน 965 โครงการ รวมมูลค่าการสนับสนุนกว่า 900 ล้านบาท ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมและธุรกิจใหม่ที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศไทยได้กว่า 2,965.43 ล้านบาท (มูลค่ารวมผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2561-2566)

จากผลของความมุ่งมั่นตั้งใจที่กล่าวมานี้ ทำให้ TED Fund ได้รับการยอมรับจากสังคมและผู้ที่อยู่ในแวดวง Startup และผู้ประกอบการ SMEs ผ่านการการันตีด้วยรางวัลและโล่ประกาศเกียรติคุณ โดยในปี 2566 ที่ผ่านมานี้ มีดังนี้

- รางวัล The Active Granter จากสมาคม Thai Startup ตอกย้ำความสำเร็จในฐานะองค์กรสนับสนุน SMEs และ Startup ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง
- โล่ประกาศเกียรติคุณหน่วยงานให้การสนับสนุนระบบนิเวศธุรกิจฐานวิจัยนวัตกรรมของประเทศไทย ในงาน “Chula Deep Tech Demo Day 2023” จัดโดย ศูนย์กลางนวัตกรรมแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (CUIHub)
- โล่ประกาศเกียรติคุณหน่วยงานส่งเสริมและสนับสนุนระบบนิเวศสตาร์ทอัพประเทศไทย ในงาน “DCT Startup Connect ครั้งที่ 3 : Appreciation Night” จัดโดย สมาคมดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ร่วมกับ ทูริ ดิจิทัล พาร์ค

เรียกได้ว่า ความสำเร็จของ TED Fund เป็นตัวสะท้อนกลับไปที่ Startup ในการได้รับการสนับสนุนที่มากขึ้นนั่นเอง และเชื่อว่าปีต่อไปจะยังมี Startup ที่ได้รับทุนสนับสนุนจาก TED Fund มากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อที่จะทำให้ออกัสของความล้มเหลวถูกลดทอนลงไป ▶



ร่วมงานประชุม ณ กรุงจาการ์ตา



ดร.ชาภูมิ ตรีเดช ผู้จัดการ TED Fund ร่วมเป็นวิทยากรงานประชุม Building a Tech Startup Ecosystem in ASEAN : Taking Stock and Looking Ahead แบ่งปันประสบการณ์ และให้ความรู้ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียตะวันออก ณ the ERIA Digital Innovation and Sustainable Economy Centre (E-DISC) กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย ▶



อภิปรายกลุ่ม “การสนับสนุนจากภาครัฐ”

นางสาวศิวันท์ หมุนสิงห์ ผู้อำนวยการฝ่ายติดตามและประเมินผล TED Fund ร่วมเสวนาอภิปรายกลุ่มในหัวข้อ “การสนับสนุนจากภาครัฐ (Government Support)” ในงาน depa Global Launchpad-China Market Opportunities and Insights เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์บทบาทหน้าที่ นโยบาย และโครงการต่างๆ ในส่วนของภาครัฐ ที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุน Startup และ SMEs ▶



เตรียมความพร้อมก่อนยื่นขอรับทุน

TED Fund จัดกิจกรรม TMS 3 Days Preparation Program เตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการ 30 บริษัท ที่ผ่านการคัดเลือก ก่อนยื่นขอเสนอขอรับทุน TED Market Scaling Up รอบที่ 1 ประจำปี 2567 โดยเนื้อหาครอบคลุมทั้งในเรื่องของการพัฒนาคุณภาพ การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในเรื่องธุรกิจ การวางแผนธุรกิจ จากประสบการณ์ นักธุรกิจตัวจริง ▶

ทุนหมุนเวียนดีเด่น ประจำปี 2566



TED Fund ร่วมจัดแสดงนิทรรศการในงานทุนหมุนเวียนดีเด่น ประจำปี 2566 “ทุนหมุนเวียน ขับเคลื่อนเศรษฐกิจพัฒนาประเทศไทยไปด้วยกัน” เพื่อแนะนำบทบาทและภารกิจของกองทุนฯ ในฐานะหน่วยงานส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรมในประเทศไทย ให้นำผลงานวิจัยออกมาต่อยอดและพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ ▶



TED FUND

Technology and Innovation-Based
Enterprise Development Fund
กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม

 TED Fund

 tedfund_

 @tedfund

 TED Fund

 ted_fund

 www.tedfund.mhesi.go.th