

TED Fund

Newsletter

TED FUND
Technology and Innovation-Based
Enterprise Development Fund
กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม

No. **20**

July-September 2024



PURPOSE & PROFIT

สูตรสร้างสตาร์ทอัพ

เพื่อสังคม ฉบับ Noburo

หาไอเดีย เริ่มต้นธุรกิจ อย่างไร?

หลายคนมีความฝันอยากเป็น Startup แต่เริ่มต้นไม่ได้สักที รู้ไหมว่าเป็นเพราะอะไร?
ถ้าพูดว่าเป็นเพราะไม่รู้ตัวตัวเองชอบ รัก สนใจ หรือถนัดเรื่องอะไร?
หลายคนอาจไม่เชื่อ แต่นี่คือเรื่องจริง!

เวลาที่เราจะเริ่มต้นทำอะไรสักอย่าง ง่ายที่สุดคือ ทำในสิ่งที่เราสนใจหรือมีความชอบ เคยมี Startup ท่านหนึ่งเล่าให้ฟังว่า จากประสบการณ์ที่ได้ไปสอนนักศึกษาในมหาวิทยาลัย เมื่อบอกให้ลองคิดหาไอเดีย ด้วยการจับคู่ระหว่างปัญหากับสิ่งที่ตัวเองทำได้ดี กลายเป็นว่าเด็กรุ่นใหม่หลายคนไม่รู้ตัวตัวเองทำอะไรได้ดี

ถามว่า สิ่งที่เราเองทำได้ดี หมายถึงความสามารถพิเศษ หรือพรสวรรค์อะไรแบบนั้น ใช่หรือเปล่า? คำตอบคือ ไม่ใช่ เราไม่จำเป็นต้องมีความสามารถพิเศษที่เก่งกว่าคนอื่น แต่เป็นสิ่งที่เราทำได้ เช่น เราชอบทำอาหาร เราชอบวาดรูป ลองเอาสิ่งเหล่านี้ไปจับคู่กับปัญหาอะไรสักอย่าง ไม่นานอาจจะได้วิธีแก้ปัญหาใหม่ๆ จากสิ่งที่คุณทำอยู่เป็นประจำ และนั่นอาจจะกลายเป็นไอเดียสุดเจ๋งที่จะต่อยอดไปสู่อีกโอกาสธุรกิจก็เป็นไปได้

เห็นไหมว่า ไอเดียเริ่มต้นหาได้ไม่ยาก เพียงแต่ต้องรู้จักตัวเองก่อน อย่ามองข้ามเรื่องเล็กน้อยที่คุณทำได้ เพราะอาจจะเป็นก้าวแรกที่จะพาไปสู่ก้าวที่ยิ่งใหญ่ และ TED Fund ก็พร้อมที่จะช่วยสานฝัน และผลักดันให้ทุกคนไปสู่ความสำเร็จได้เช่นกัน >



บอกความคิดเห็นของคุณ
ให้เราทราบว่าอยากให้
ปรับปรุงส่วนไหนในวารสารนี้
เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด
สำหรับท่าน ที่นี่



เตียงนอนสุดล้ำ! แก้ปัญหานอน



ที่มา • <https://anssil-world.com>

ทุกวันนี้ใครๆ ก็เจอปัญหานอนไม่หลับ หรือถึงหลับก็ไม่สนิท เพราะนอกจากความเครียดที่เป็นตัวการหลักแล้ว การนอนที่ไม่ได้คุณภาพ ทั้งเรื่องแสงสว่าง คุณภาพเตียงนอน ล้วนเป็นปัจจัยเช่นกัน ANSSil ซึ่งเป็น Startup สัญชาติเกาหลี จึงไม่รอช้า ผุดไอเดียสร้าง Sleepinbody เตียงนอนที่จะมาช่วยเพิ่มคุณภาพการนอนที่ดีให้กับทุกคน

เทคโนโลยีของ Sleepinbody จะทำหน้าที่กระจายแรงกดขณะนอนช่วยให้เกิดความสมดุล โดยเลือกระดับความนุ่มของเตียงได้ตามต้องการเพื่อความเหมาะสมตามสรีระ ผ่านระบบ IoT Controller และมาพร้อมกับฟังก์ชันเซ็นเซอร์ตรวจจับการเคลื่อนไหว อัตราการเต้นของหัวใจ ความดันร่างกาย รวมไปถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการนอนและเก็บบันทึกข้อมูลเพื่อออกแบบการนอนที่เหมาะสมในแต่ละบุคคล

นอกจากนี้ Sleepinbody ยังมีระบบเครื่องชั่งอัจฉริยะที่วัดค่าน้ำหนัก BMI มวลกระดูก และอื่นๆ กว่า 28 รายการ สามารถสรุปรายละเอียดการนอนและค่าต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชัน ANSSil Link ที่สำคัญดีไซน์ยังเข้ากับทุก Life Style แถมใช้วัสดุเส้นด้ายโพลีเอสเตอร์ที่สามารถรีไซเคิลได้ 100 เปอร์เซ็นต์และวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงกระบวนการผลิตปราศจากสารเคมี 100 เปอร์เซ็นต์

ทุกปัญหาแก้ได้ด้วยเทคโนโลยี แม้แต่เรื่องการนอนที่อาจจะเรียกได้ว่าเป็นปัญหาของคนทั่วโลกเหมือนกัน ➤

ฝาขวดอัจฉริยะ ตัวช่วยลด FOOD WASTE!

รู้ไหมว่าหนึ่งในสาเหตุหลักของภาวะโลกเดือด (Global Boiling) ที่กำลังเป็นที่พูดถึงอย่างมากเวลานี้ คือ ปริมาณขยะที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปี โดยเฉพาะขยะอาหาร (Food Waste) ที่มีมากกว่า 1 พันล้านตันทั่วโลก ทำให้ Mimica ที่เป็น Startup สัญชาติอังกฤษ ลูกขึ้นมาพัฒนา “ฝาขวดอัจฉริยะ” ที่ช่วยวัดอายุเครื่องดื่มเพื่อลดปริมาณการทิ้งขยะอาหาร



ของฝา หากราบเรียบอยู่ แสดงว่า คุณภาพยังสดใหม่และปลอดภัยรับประทานได้ แต่หากด้านบนมีความนูน เป็นหลุมเป็นบ่อ แสดงว่าผลิตภัณฑ์ภายในบรรจุภัณฑ์เสียแล้ว

Mimica Bump Cap สามารถบอกคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มได้อย่างแม่นยำ และช่วยจัดระเบียบ เรียงลำดับการบริโภคให้ได้ดีด้วย เพื่อจะลดการเกิดขยะอาหารนั่นเอง นอกจากนี้ ยังได้ร่วมมือกับแบรนด์ชั้นนำอีกมากมายเพื่อออกแบบให้มีความหลากหลายและเข้าได้กับทุกบรรจุภัณฑ์

เรียกได้ว่า นี่เป็นหนึ่งในวิธีช่วยลดโลกเดือดผ่านการลดปริมาณขยะอาหารแบบง่ายๆ สไตล์ Startup นั่นเอง ➤



Mimica Bump Cap ออกแบบให้มีลักษณะและขนาดใกล้เคียงกับฝาเครื่องดื่ม โดยมีเทคโนโลยีเซ็นเซอร์ซึ่งไวต่อความเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิในบรรจุภัณฑ์ เมื่อเปิดบรรจุภัณฑ์ระบบก็จะเริ่มทำงาน การวัดความสดใหม่ของเครื่องดื่มและอาหารดูได้จากลักษณะด้านบน

ที่มา • <https://www.mimicalab.com/bump>



PURPOSE & PROFIT

สูตรสร้างสตาร์ทอัพ เพื่อสังคม ฉบับ Noburo

จากแรงบันดาลใจที่อยากเห็นการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคมไทย ที่คนรวยก็รวยมหาศาล ในขณะที่คนจนนั้นไม่ใช่แค่ศูนย์ แต่คือติดลบด้วยหนี้สินมากมาย จึงเป็นที่มาของสตาร์ทอัพเพื่อสังคม (Social Startup) อย่าง Noburo (โนบูโร) แพลตฟอร์มสวัสดิการทางการเงินที่ช่วยวางแผนจัดการหนี้สำหรับพนักงานผู้มีรายได้น้อย

แต่กว่าจะมาถึงวันนี้ **ริชดา รัตติกต์สกุล ซีโอโอและผู้ร่วมก่อตั้ง Noburo (โนบูโร)** บอกว่าต้องผ่านอะไรมามากมาย ตั้งแต่การไม่รู้อะไรเลย ไปจนแม้กระทั่งความไม่เข้าใจของคนภายนอกที่มองกลับมา ไม่รู้ว่าสิ่งที่เธอกำลังทำคืออะไร? จึงทำให้เส้นทางการเป็นสตาร์ทอัพเพื่อสังคมนั้นไม่ง่าย

วันนี้ TED Fund เลยจะพาทุกคนไปดูวิธีคิดในการสร้างธุรกิจเพื่อสังคม ทำอย่างไรให้เกิดขึ้นจริงและเป็นไปได้ทั้งในเชิงธุรกิจและสังคม จาก Startup รุ่นพี่ที่จะมาช่วยไกด์เส้นทางให้น้องๆ ได้เดินตาม

เปิดตัวเครื่องมือปลดหนี้

“ทำอย่างไรที่จะช่วยให้เขามีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ปลดหนี้ได้ มีเงินเก็บ ชีวิตไม่ต้องอยู่ในวังวนของหนี้ไปตลอด?”

คำถามที่ริษณาใช้เป็นโจทย์ให้กับตัวเองและทีมงานของ Noburo เมื่อตั้งใจแล้วว่าจะใช้โมเดลธุรกิจเพื่อสังคมเป็นเครื่องมือที่จะช่วยในการแก้ปัญหานี้สำหรับผู้มีรายได้น้อย ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ที่ฝังรากลึกมาเป็นเวลายาวนานในสังคมไทย

“คำว่าแก้หนี้ของเรา หมายถึงการทำให้เขาสามารถจัดการหนี้ของตัวเองได้ และสุดท้ายคือต้องมีเงินเก็บ เราไม่ใช่แอปฯ เงินกู้แบบที่กู้ง่ายได้ไว แต่เราเป็นแอปฯ สวัสดิการการเงินที่จะช่วยให้เขาพิชิตหนี้ได้ เพราะเราเชื่อว่า เขาต้องเปลี่ยนพฤติกรรมตัวเองก่อน การเงินเขาถึงจะเปลี่ยนด้วย โดยที่เราจะออกแบบเครื่องมือมาสำหรับช่วยวางแผนจัดการหนี้ให้เขา ที่จะมีทั้งการให้ความรู้ทางการเงิน การทำภารกิจต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่การได้วงเงินสินเชื่อเพื่อปลดล็อกหนี้ ซึ่งหากทำได้ตามแผนที่วางไว้ เชื่อว่าอย่างน้อยก็สามารถปลดหนี้ก่อนแรกได้อย่างแน่นอน”



**ริษณา
รัตติกต์สกุล**



ริษณابอกด้วยว่า เป้าหมายที่แท้จริงของ Noburo จะไม่ใช่แค่การช่วยให้เขาปลดหนี้หรือมีเงินเก็บได้เท่านั้น แต่อยากเห็นภาพการส่งต่อองค์ความรู้ที่ได้จาก Noburo แล้วเกิดการบอกต่อให้คนในสังคมได้รับรู้ ทำแบบนี้แล้วชีวิตเขาดีขึ้นได้จริง ซึ่งนั่นจะเป็นการตอบโจทย์ความเป็นธุรกิจเพื่อสังคมอย่างที่ตั้งใจไว้ตั้งแต่ต้น

**ธุรกิจเพื่อสังคม
= Purpose + Profit**

เมื่อถามว่า ความยากของการทำธุรกิจเพื่อสังคมคืออะไร? คำตอบที่ได้รับจากริษณานั้นคือ การต้องบาลานซ์ทั้ง Purpose (เป้าหมาย)

และ Profit (กำไร) เพราะถึงแม้ธุรกิจเพื่อสังคมจะเกิดขึ้นมาจากเป้าหมายที่ต้องการทำเพื่อสังคมก็จริง แต่ก็ต้องยอมรับว่า เมื่อเป็นธุรกิจก็ต้องทำรายได้เพื่อเลี้ยงตัวเอง แต่ที่ผ่านมาจะเห็นว่า ปัญหาสำคัญของคนที่ทำธุรกิจเพื่อสังคมแล้วไปต่อไม่ได้ ส่วนมากคือ จะไปหักเป้าหมายทางสังคมมากเกินไป จนไม่สามารถหาโมเดลที่จะสร้างกำไรได้ เมื่อหาเงินไม่ได้ก็จะเกิดความท้อ จนเกิดความคิดที่จะเลิกทำในที่สุด หรือบางคนอาจจะถูกผลักให้ทำในสิ่งที่นำมาซึ่งสร้างรายได้ แต่กลับต้องสูญเสียเป้าหมายทางสังคมอย่างที่ตั้งใจไว้ กลายเป็นว่าตัวตนถูกกลืนหายไป และท้ายสุดก็อาจต้องล้มเลิกที่จะทำเช่นกัน ดังนั้น ธุรกิจเพื่อสังคมที่จะประสบความสำเร็จได้จึงต้องบาลานซ์ทั้ง 2 เรื่องนี้ให้ลงตัวมากที่สุด

“Noburo เองก็เคยผ่านจุดนี้มาแล้ว เคยมีลังเลอยู่เหมือนกัน แรกๆ คนก็ไม่เข้าใจว่าเราทำอะไร ดูซับซ้อน บางคนพูดว่าจะเปลี่ยนพฤติกรรมคนมันยาก บางคนก็ว่าโมเดลแบบนี้มันสเกลยาก ไปปล่อยสินเชื่อเฉยๆ ง่ายกว่าเหมือนเราต้องยืนหยัดกับสิ่งที่ตั้งใจจะทำให้ชัดเจน กลับมาถามตัวเอง นั่งคุยกับทีม ค้นหาแก่นแท้ของเราว่า จริงๆ แล้วเราอยู่เพื่ออะไร และแล้วสิ่งที่ส่งมอบให้กับโลกใบนี้คืออะไร พอเราตอบตัวเองได้ชัดว่า เราอยากสร้าง Wealth Being ให้สังคม ให้คนไทยต้องมีความรู้ไปทำให้เขาปลดหนี้ มีเงินเก็บ และสุดท้ายเอาไปส่งต่อให้คนอื่นได้ เราก็กู้ทุกอย่างเต็มที่”

เมื่อ Purpose ชัดแล้ว สิ่งที่ต้องตามมาคือโมเดลการหา Profit ซึ่งรายได้ของ Noburo มาจาก 3 ส่วนด้วยกัน คือ

- มาจากการทำงานร่วมกับนายจ้างที่เปิดประตูให้ Noburo เข้าไปเป็นหนึ่งในสวัสดิการพนักงาน อาจเรียกได้ว่า คล้ายกับการเทรนนิ่งด้านการวางแผนจัดการหนี้ให้กับพนักงาน ซึ่งปัจจุบันมีนายจ้างที่ทำงานร่วมกันมากกว่า 157 องค์กร

- มาจากการทำงานร่วมกับลูกค้า ซึ่งได้จากค่าธรรมเนียมในกรณีที่เขามีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

- มาจากการทำงานร่วมกับสถาบันการเงิน เป็นค่าคอมมิสชันจากการปล่อยสินเชื่อผ่านระบบ Noburo นั่นเอง

เรียกได้ว่า พอมีความชัดเจนทั้ง 2 ขา ไม่ว่าจะเป้าหมายทางสังคมหรือโมเดลการสร้างรายได้ ย่อมทำให้มองเห็นเส้นทางที่จะสร้างการเติบโตให้ธุรกิจเพื่อสังคมนั้นมีความชัดเจนตามไปด้วย

โอกาสเติบโตของธุรกิจเพื่อสังคม

สำหรับ Noburo เมื่อพูดถึงแนวโน้มการสร้างการเติบโต ต้องบอกเลยว่าด้วยเป้าหมายใหญ่ที่ตั้งธงไว้ว่า ต้องการจะช่วยให้ “คนไทย 100,000 คน จัดการหนี้ได้และมีเงินเก็บหลักแสน” ภายในปี 2026

ทั้งนี้ หากคิดเฉลี่ยต่อคนมีหนี้ในระบบ 50,000 บาท นั้นหมายความว่า ถ้าทำได้ถึงเป้าหมายเท่ากับสามารถช่วยลดหนี้ในระบบได้มากถึง 5 พันล้านบาท ขณะเดียวกันด้านเงินเก็บ เบื้องต้นอาจยังไม่ต้องถึงหลักแสน แค่เฉลี่ยคนละ 10,000 บาท ก็จะสร้างเงินออมได้ถึง 1 พันล้านบาท เรียกได้ว่าเป็นเป้าหมายที่ท้าทายไม่น้อยเลยกับการเติบโต 10 เท่าจากปัจจุบันที่ช่วยพนักงานวางแผนจัดการหนี้ได้อยู่ที่ 10,000 คน

แม้จะดูว่าเป็นเรื่องไม่ง่าย แต่ด้วยความมุ่งมั่นและมีความเชื่อว่า มีโอกาสเป็นไปได้ เพราะจากการที่ยังมีช่องว่างของจำนวนพนักงานในแต่ละ



องค์กรที่เข้าร่วมโครงการแก้หนี้ของ Noburo ยังอยู่ที่ระดับ 10-20 เปอร์เซ็นต์ต่อหนึ่งองค์กรเท่านั้น ดังนั้น หากสามารถขยายจำนวนพนักงานต่อองค์กรให้เพิ่มจำนวนได้มากขึ้น เป้าหมายที่วางไว้ก็มีโอกาสเกิดขึ้นจริง

เพียงแต่ตัว Noburo เองก็ต้องมีการปรับกระบวนการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของระบบเทคโนโลยีที่จะต้องพัฒนาเพิ่มเพื่อเข้ามารองรับการเติบโต หรือแม้แต่การสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่จะสามารถร่วมทำงานกัน เพื่อช่วยผลักดันให้ไปถึงเป้าหมายได้สำเร็จ

นอกจากนี้ วิษณุยังกล่าวถึงภาพรวมของโอกาสสำหรับธุรกิจเพื่อสังคม โดยบอกว่าปัจจุบันองค์กรทั่วโลกหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องของ ESG มากขึ้น ซึ่งย่อมาจาก Environmental (สิ่งแวดล้อม) Social (สังคม) และ Governance (ธรรมาภิบาล) แต่ส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่ตัว E (Environmental) หรือสิ่งแวดล้อม เพราะสามารถจับต้องและวัดผลได้ชัดเจน แต่ขณะที่ตัว S (Social) หรือเรื่องของทางสังคมก็สำคัญไม่น้อยกว่ากัน แต่ยังมีคนทำเรื่องนี้น้อยกว่า

ดังนั้น อาจจะเป็นโอกาสให้ Startup คิดหาโซลูชันที่จะเข้ามาตอบโจทย์แก้ปัญหาทางสังคมอีกทางหนึ่งด้วย และในอีกด้านก็มองว่า การเติบโตและพัฒนาของเทคโนโลยี AI ในปัจจุบันจะช่วยให้การทำธุรกิจเพื่อสังคมสามารถลดต้นทุนในด้านต่างๆ ให้ถูกลงได้จากการใช้เทคโนโลยีเข้าไปทดแทนวิธีการทำงานแบบดั้งเดิม ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานี้ คือโอกาสของธุรกิจเพื่อสังคมจากมุมมองของ Noburo นั่นเอง »



Menopause Market

ตลาดวัยทอง ขุมทองที่ Startup ต้องรีบขุด!

พร้อมลุยตลาดใหม่หรือยัง? เมื่อปีหน้าผู้หญิงราว 1.1 พันล้านคนทั่วโลกจะเข้าสู่ “วัยทอง” หรือ “วัยหมดประจำเดือน” (Menopause) ตามคาดการณ์ของ The Menopause Society สมาคมวัยหมดระดูแห่งอเมริกาเหนือ บอกเลยว่าจำนวนคนเยอะไม่พอ มูลค่าตลาดยังสูงลิ่ว แถมผู้เล่นยังมีไม่มากอีกด้วย แบบนี้ถ้า Startup ไม่มองก็ถือว่าพลาดครั้งใหญ่!!

ทำความเข้าใจ Gen Me

ผู้หญิงวัยทอง หรือ Gen M (Menopause) เป็นผู้หญิงที่เข้าสู่ภาวะวัยหมดประจำเดือนเกิดขึ้นได้ในช่วงอายุระหว่าง 45-55 ปี โดยจะเป็นช่วงเวลาที่ยังไม่หยุดผลิต ฮอร์โมนเอสโตรเจน ลดลง และจะไม่มีประจำเดือนอีกต่อไป โดยจะถือว่าสมบูรณ์เมื่อประจำเดือนไม่มาติดต่อกันเป็นระยะเวลา 12 เดือน หรือ 1 ปีเต็ม

รู้หรือไม่?

อาการวัยทอง ไม่ใช่แค่ร้อนวูบวาบ เหงื่อออกตอนกลางคืน หรืออารมณ์แปรปรวน หงุดหงิดง่ายเท่านั้น แต่มีมากถึง 34 อาการ เช่น นอนไม่หลับ เครียด วิตกกังวล ผอมบาง ฯลฯ

น่าสนใจมากแค่ไหน?

ที่ผ่านมา Menopause Market ถือว่าเป็นตลาดที่อยู่ใต้ร่มเงาเวลาที่พูดถึง “ตลาดผู้หญิง” อยู่เสมอ หรือถูกกลืนให้อยู่ในหมวดของผู้ใหญ่ หรือผู้สูงอายุไปโดยปริยาย แต่เพราะผู้บริโภคชาว Gen M นั้นต้องการสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ได้อย่างตรงจุด เสียงของคนกลุ่มนี้ในระยะหลังจึงเริ่มดังขึ้นเรื่อยๆ แม้กระทั่ง Michelle Obama อดีตสตรีหมายเลขหนึ่งของสหรัฐอเมริกา ยังออกมาแชร์ประสบการณ์วัยทองของเธอ และอยากให้คนอื่น ๆ กล้าที่จะพูดถึงเรื่องนี้มากขึ้น



16.93

พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
คือ มูลค่าตลาดวัยทองทั่วโลก
ปี 2566

**คาดเพิ่มขึ้นเป็น
17.8**

พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
ในปีนี้ และพุ่งแตะที่

24.4

พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
ในอีก 6 ปีข้างหน้า

(ที่มา : Grand View Research)

Startup จะคว้าโอกาสได้อย่างไร?

จะทะลุตลาดใหม่นี้ให้ราบรื่น Startup ต้องสลัดภาพจำที่ผู้คนชอบขบขันเมื่อได้ยินคำว่า “วัยทอง” หรือแซวว่าเป็นคนชอบเหวี่ยงวีนหรือมีอาการมึนงง ลงๆ ออกไปก่อน แล้วขุดให้ลึกเข้าไปใน Insights และตัวตนของคน Gen M ดังนี้

- **ศึกษาตลาดให้ดี** ทำความเข้าใจ Gen M ให้ถ่องแท้ว่า มีพฤติกรรมอย่างไร ต้องการสินค้าและบริการแบบไหน

- **เสนอผลิตภัณฑ์ให้ตรงใจ** ยิ่งตอบโจทย์เฉพาะบุคคลได้มากเท่าไร ยิ่งได้ใจคน Gen M มากเท่านั้น เช่น Lisa Health ซึ่งเป็น Startup ในสหรัฐฯ ที่เปิดตัว Midday แอปพลิเคชันเพื่อผู้หญิงวัยทองโดยเฉพาะ ให้สามารถจัดการกับอาการที่เป็น เข้าใจตัวเอง และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญแบบเสมือนจริงได้แบบรายบุคคล

- **รู้ทันเทรนด์** อัปเดตความเคลื่อนไหวอยู่เสมอว่าอะไรกำลังเป็นกระแส และคน Gen M กำลังอิน เช่น การกินอาหาร Plant-based และผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมาแรงแข่งการบำบัดด้วยฮอร์โมนทดแทน หรือ Wearable Device อุปกรณ์สวมใส่สุดล้ำยังคงเป็นที่ต้องการ เช่น Astinno ที่เป็น Startup ในอังกฤษ กำลังพัฒนา “Grace” กำไลข้อมืออัจฉริยะที่สามารถตรวจจับอาการเหนื่อยร้อนเดี๋ยวหนาวของผู้หญิงวัยทอง โดยแผ่นทำความเย็นจะทำงานและแปะเข้ากับข้อมื่อด้านในข้อนิ้วมัตติ เมื่อเจอคลื่นความร้อน เพื่อช่วยทำให้รู้สึกผ่อนคลาย

นี่คือตลาดที่กำลังเป้งบาน ที่มาพร้อมกับประตูที่ยังคงเปิดกว้าง และรอให้ Startup เข้ามาเบิกทางและร่วมวง... ▶

กับดัก PASSION ระว่าง!

หลุมพรางแห่งความหลงใหล



Passion คำสวยๆ ความหมายดีๆ ที่ให้พลังเชิงบวกนี้ ใครจะคิดว่าได้คำว่า Passion นี้ จะมีกับดักซ่อนไว้ และยังเป็นกับดักใหญ่ที่สามารถทำให้ผู้ประกอบการ Startup ต้องติดหล่ม! จนพารุกิจไปต่อไม่ได้

ตรีชิต เมธารัตน์โชติ CEO และผู้ร่วมก่อตั้ง MEEPHAKDEE (มีผักดี) และกรรมการผู้จัดการ Promptsap Agency เผยประสบการณ์ในฐานะที่ปรึกษาทางธุรกิจ เมื่อพูดถึงประเด็น “กับดักความสำเร็จ” เชื่อไหมว่าผู้ประกอบการ Startup โดยเฉพาะมือใหม่ มากกว่า 90 เปอร์เซ็นต์เคยพลาดท่าตกหลุมพรางกับดัก Passion มาแล้วทั้งนั้น

กับดัก Passion คืออะไร?

ตรีชิตบอกย้ำด้วยดอกจันตัวโตๆ ก่อนที่หลายคนจะเข้าใจผิดไป แท้จริงแล้ว Passion คือเรื่องดี หากเป็นความหลงใหลแบบรู้จักตัวเอง หลงใหลแบบมีสติ แต่ถ้าในทางตรงกันข้าม เมื่อใดก็ตามหากแปรเปลี่ยน Passion เป็นการหลงใหลที่ไร้สติ เป็นการหลงเพื่อผันแบบคิดเข้าข้างตัวเองมากเกินไป Passion ก็จะกลายเป็นกับดักขึ้นมาทันที

เพราะอย่างที่ทราบกัน จุดเริ่มต้นไอเดียของ Startup เกือบร้อยทั้งร้อยเกิดจาก Passion

จึงปฏิเสธไม่ได้ว่า ทุกคนย่อมที่จะรู้สึกรักในตัวตนและบริการของตัวเองอย่างมาก ตรีชิตบอกว่า “รักได้ ไม่ผิด แต่ต้องรู้เท่าทัน Passion ด้วย”

ดังนั้น คนที่จะไม่พลาดตกหลุมพรางได้ง่ายๆ คือ “คนที่รู้จักตัวเองดี” ดังนั้น สิ่งที่ต้องมีควบคู่กับ Passion คือ การรู้จักตัวเอง เช่น รู้ว่าตัวเองมีศักยภาพมากน้อยแค่ไหน มีโอกาสจะเข้าไปสู่ตลาดได้หรือไม่ หรือมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการพัฒนาสินค้าหรือบริการให้เกิดขึ้นจริงไหม เพราะท้ายที่สุดถ้าคุณไม่รู้จักตัวเองดีพอว่าสามารถทำอะไรได้แค่ไหน ก็เป็นการยากที่จะก้าวต่อไปได้

Validation ตัวช่วยสลามโบ

ผลพวงของความหลงใหลแบบคิดเข้าข้างตัวเองมากเกินไป ซึ่งมักจะคิดว่า สินค้าหรือบริการของตัวเองนั้นเป็นนวัตกรรมที่สามารถช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้ โดยที่ไม่เคยออกไปเช็คความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าเลย ทำให้ผู้ประกอบการ Startup หลายคนเริ่มต้นจากการพัฒนาสินค้าหรือบริการออกมา ก่อนแล้วค่อยนำไปทดสอบกับลูกค้า หลายครั้งพบว่า “ลูกค้าไม่ใช่” จากสิ่งที่เคยเป็น Innovation ก็จะกลายเป็น Waste ในทันที

“สำหรับมือใหม่ที่ยังไม่เริ่มต้นธุรกิจไม่จำเป็นเลยที่จะต้องทำสินค้าออกมา ก่อนเพื่อไปทดสอบลูกค้า แคไปเช็คดูว่า ลูกค้ามีปัญหา หรือความต้องการที่อยากจะแก้ไขหรือไม่ ในวงการ Startup เราจะเรียกว่า Validation เป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้ Startup ไม่หลงทาง ช่วยสลามโบในสำหรับคนที่ชอบคิดว่าสินค้าฉันดี ตอบโจทย์ลูกค้า ทั้งที่ยังไม่เคยออกไปคุยกับลูกค้าเลย”

ถึงตรงนี้ ตรียังแนะนำให้เคล็ดลับการทำ Validation เพื่อช่วยสลามโบ และช่วยให้ไม่ต้องตกกับดักหลุมพรางที่จะทำให้ธุรกิจไปไม่ถึงฝั่งฝัน โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1 **เช็คลูกค้าก่อนว่าเรามีปัญหาอยู่จริงไหม?** ไม่ใช่แค่การเห็นว่า มีปัญหาอยู่แล้วคิดเอาเองว่าลูกค้ากลุ่มนั้นต้องมีปัญหาแบบนี้ หรือลูกค้ากลุ่มนี้ต้องมีปัญหาแบบนี้
- 2 **ปัญหานั้นลูกค้าต้องการให้แก้ไขไหม?** หลายครั้งที่เจอว่าลูกค้ามีปัญหา แต่พอทำนวัตกรรมเข้าไปแก้ ลูกค้ากลับไม่ใช่ เป็นไปได้ว่าปัญหาที่เราคิดว่าจะไม่ได้ต้องการให้แก้ไข เพราะไม่ได้หนักหนาหรือส่งผลต่อชีวิตเขามากนัก หรือวิธีการแก้ปัญหาเดิมๆ ที่เขาใช้อยู่อาจดีพอแล้ว จึงไม่จำเป็นต้องมองหาโซลูชันใหม่ๆ ในการแก้ปัญหา
- 3 **ลูกค้าใช้วิธีไหนในการแก้ไขปัญหา?** เมื่อรู้แล้วว่าปัญหามีอยู่จริง และลูกค้าต้องการได้รับการแก้ไข สิ่งที่ต้องรู้ต่อมาคือ

เขาใช้วิธีไหนในการแก้ปัญหา ซึ่งการถามเช่นนี้จะช่วยให้คุณรู้จักคู่แข่งตัวจริงที่ออกมาจากปากลูกค้า ไม่ใช่การค้นหาคู่แข่งจากโลกออนไลน์

4 **ลูกค้ายอมจ่ายเงินหรือไม่?** สุดท้ายในเชิงธุรกิจคือ ต้องสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นจริง หลายครั้งที่ Startup ไม่สามารถทำให้ลูกค้ายอมจ่ายเงินได้ ในขั้นการทดสอบเขายอมที่จะลองใช้ แต่มาถึงขั้นตอนจ่ายเงินกลับไม่ซื้อ อาจต้องวนกลับไปดูว่า หรือจริงๆ แล้วสินค้าหรือบริการของคุณยังไม่มีความคุ้มค่าพอที่เขายอมจ่ายเงิน หรือคุณเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ไม่มีศักยภาพมากพอ คำว่ากลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ ไม่ได้หมายถึงต้องมั่งคั่งร่ำรวยอย่างเดียว แต่ต้องเป็นกลุ่มที่ยินดีจะซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อไปแก้ปัญหาที่เขาอยากแก้ไข และเป็นกลุ่มที่สามารถซื้อซ้ำได้ ดังนั้น การเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมาย สามารถใช้โซลูชันเดิมแต่จับกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่มีปัญหาใกล้เคียงกันได้ เป็นอีกทางออกหนึ่ง

เป้าหมายที่ละก้าว ช่วยเลี้ยงหลุมกับดักได้

นอกจากนี้ ในการวางแผนเป้าหมายระยะยาว อาจยังไม่ใช้คำตอบที่ถูกต้องทั้งหมด เพราะการวางแผนเป้าหมายระยะยาว จะรู้สึกว่าจะทำอย่างไรก็ได้เพื่อให้ไปถึงเป้าหมายระยะยาว

“จริงอยู่ในวงการ Startup มักจะบอกว่า ล้มเร็ว เปลี่ยนเร็ว ลุกเร็ว หรือความล้มเหลวเป็นเรื่องปกติ แต่ล้มเหลวน้อยๆ มันก็บั่นทอนจิตใจได้เช่นกัน และการที่เรามองเป้าหมายไกล บางครั้งก็ทำให้เรามองข้ามไปข้างหน้าเลย โดยลืมมองตรงหน้า ที่อาจจะมีความล้มเหลวอยู่ ดังนั้น วิธีที่จะหลบเลี้ยงกับดักได้ดีที่สุดคือ ต้องค่อยๆ วางแผนเป้าหมายไปที่ละก้าวๆ ก้าวที่หนึ่งอาจจะก้าวได้แค่ขาซ้าย ก้าวที่สองอาจจะได้แค่ขีบเดียว และก่อนที่จะไปถึงก้าวที่สาม อาจจะต้องถอยหลังก่อนก็ได้ บางทีการรอจังหวะ ระยะเวลาที่เหมาะสม ก็จะช่วยให้เราเห็นภาพอะไรที่ชัดเจนขึ้น”

อย่างไรก็ดี ในการวางแผนระยะสั้น สิ่งที่เราไม่ได้เลย คือ ตัวชีวิต หรือตัววัดผลประเมินในแต่ละวัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน เช่น อยากทดสอบลูกค้า อาจต้องมีการกำหนดระยะเวลา จำนวนคน หรือจำนวนคะแนน (Feedback) เพื่อให้รู้ว่าจะได้ไปต่อหรือควรพอกแค่นี้

ทั้งหมดนี้ เชื่อว่าน่าจะพอทำให้ทุกคนรู้เท่าทันกับดัก Passion และรู้จักตัวเองมากขึ้นไม่มากนักน้อย เพื่อที่จะหลบหลีกหลุมพรางและพาตัวเองไปสู่ความสำเร็จได้จริง! ➤

ตรียศ เมธาธนาโชติ



กรือโป๊ะหอยเชอรี่

นวัตกรรมความอร่อยท้องถิ่นใต้

จากลูกหลานชาวดำมขวานถิ่นแดนใต้ของ “กุสมาน ยูโซ๊ะ” ที่มีแนวคิดอยากเผยแพร่ “กรือโป๊ะ” วัฒนธรรมอาหารประจำท้องถิ่นออกสู่สายตาคนทั่วโลก บวกกับคิดหาแนวทางช่วยจัดการปัญหาศัตรูระบบนิเวศอย่าง “หอยเชอรี่” จึงนำไปสู่ไอเดียผสานวัฒนธรรมร่วมกับนวัตกรรม ออกมาเป็นการนำเสนอเมนูท้องถิ่นในรูปแบบใหม่ที่ไม่เหมือนเดิม



เปลี่ยนปัญหา เป็นสะพานสู่โอกาส

ใครจะสามารถบอกเล่าเรื่องราวภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ดีกว่าคนในท้องถิ่นเอง แนวคิดของกุสมาน ผู้ที่เกิดและเติบโตในจังหวัดปัตตานี มีความคิดที่ต้องการจะเผยแพร่สิ่งเหล่านี้ผ่านเส้นทางของการทำธุรกิจ

“เราเป็นเด็กใต้เรียกได้ว่าปลายด้ามขวาน 3 จังหวัดชายแดนใต้ สิ่งที่เราเห็นมาตลอดคือวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ การประกอบอาชีพ การแต่งกาย และอาหาร สำหรับเรามองว่าเป็นสิ่งที่น่าสนใจและอยากบอกให้กับภายนอกได้รับรู้

โดยเฉพาะเรื่องอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวอย่างเมนู “กรือโป๊ะ” หลายคนรู้จักกันในชื่อข้าวเกรียบปลา จึงเริ่มศึกษาอย่างจริงจังจนพบ Pain Point ของชาวบ้านคือ ข้อกฎหมายจำกัดพื้นที่การประมง ทำให้หาปลาได้จำนวนน้อยลงและกระทบถึงการผลิตกรือโป๊ะที่ต้องเปลี่ยนมาใช้ปลาแห้งแทนปลาสด”

เมื่อรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น กุสมานเริ่มหาแนวทางที่จะช่วยให้เมนูกรือโป๊ะเดินหน้าผลิตได้อย่างต่อเนื่อง บวกกับ Passion ที่ทำให้อาหารท้องถิ่นเป็นที่รู้จักมากขึ้น จึงเริ่มมองหาวัตถุดิบอื่นที่เข้าทดแทนเนื้อปลา ประจวบเหมาะ กับในจังหวัดปัตตานีเกิดการระบาดของหอยเชอรี่

มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของประเทศ เลยเริ่มศึกษาเรื่องหอยเชอรี่ พบว่าสามารถรับประทานได้ และมีประโยชน์ จึงนำ Pain Point ทั้ง 2 มาผสานเข้าด้วยกันเกิดเป็น POMACEA SAUSAGE กรือโป๊ะจากหอยเชอรี่

ก้าวแรกของกุสมาน คือ การนำไอเดียนี้พัฒนาเป็นโปรเจกต์จบมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นความร่วมมือของคณะบริหารธุรกิจของตนเอง กับคณะธุรกิจอาหารที่สนับสนุนเรื่อง Food Technology ทำให้เห็นภาพของผลิตภัณฑ์ชัดเจนขึ้น และมีโอกาสต่อยอดไปสู่การเป็นธุรกิจได้ จึงนำไอเดียเข้าเสนอขอรับทุนจาก TED Fund ในโปรแกรม Ideation ภายใต้โครงการยุววิสาหกิจเริ่มต้น (TED Youth Startup) เพื่อเป็นทุนในการผลิต Prototype พร้อมได้รับมาตรฐาน ออย. ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญในการก้าวเข้าสู่เส้นทางธุรกิจอย่างเต็มตัว



สร้างจุดขาย ด้วยความแปลกใหม่

พร้อมกันนี้ กุสमानได้เล่าถึงวัตถุดิบใหม่ที่จะมาช่วยต่อยอดอาหารท้องถิ่นได้ โดยบอกว่าการศึกษาข้อมูลพบว่าหอยเชอร์รี่เป็นอาหารที่หลายคนรับประทานอยู่แล้ว โดยเฉพาะในแถบภาคอีสาน อีกทั้งยังเป็นแหล่งโปรตีนชั้นดีที่ให้ปริมาณโปรตีนสูงเทียบเท่ากับสัตว์เนื้อแดง หอยเชอร์รี่ในปริมาณ 100 กรัม มีโปรตีนสูงถึง 26 กรัม และมีไฟเบอร์ 4 กรัม ซึ่งนับเป็นแหล่งโปรตีนชนิดใหม่ที่น่าสนใจและน่าจับตามอง จึงเริ่มพัฒนาออกแบบกรือโป๊ะให้ยังคงรสชาติดั้งเดิมแต่ถูกนำเสนอผ่านวัตถุดิบใหม่นั้นเอง

“ไม่ใช่แค่การใช้วัตถุดิบที่แปลกใหม่เท่านั้น เรายังนำเสนอในรูปแบบใหม่ด้วย เป็นในรูปของไส้อั่วและไส้กรอก ที่ให้รสสัมผัสที่แตกต่างกัน ถ้านำไปทอดจะให้รสสัมผัสของกรือโป๊ะมีความกรอบ กินเพลิน แต่ถ้านำไปนึ่งจะให้รสสัมผัสที่คล้ายกับไส้อั่วและไส้กรอก ได้ความนุ่มและหอมเครื่องเทศ สมุนไพร เหตุผลที่เราเลือกนำเสนอในรูปแบบไส้กรอกและไส้อั่ว เพราะลูกค้าในตลาดหลักของเราคือภาคอีสาน จึงทำให้เข้าถึงได้ง่าย ผ่านเมนูที่คนในพื้นที่รับประทานเป็นประจำ”

สำหรับความยากของการนำเสนอกรือโป๊ะจากหอยเชอร์รี่ กุสमानมองว่า คือการสร้าง Awareness ทั้งในเรื่องของหอยเชอร์รี่



ที่รับประทานได้และมีประโยชน์ รวมถึงเรื่องวัฒนธรรมอาหารของจังหวัดในแถบปลายด้ามขวาน เพราะตอนนี้กรือโป๊ะยังถือเป็นตลาดที่แคบ แต่การแข่งขันก็น้อย จึงเป็นทั้งความท้าทายและโอกาสในการจะพัฒนาต่อยอดและสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น

ตั้งเป้าพา Local ให้เป็นที่รู้จักใน Global

สินค้าของไทยถูกส่งออกไปหลากหลายชนิด แต่กรือโป๊ะยังไม่ถูกพูดถึงและรู้จักในตลาดส่งออก ทั้งที่มีเอกลักษณ์และรสชาติที่สื่อถึงความเป็นไทยได้เป็นอย่างดี

“เรามองว่ากรือโป๊ะมีศักยภาพมากพอที่จะส่งออกเป็นสินค้าขึ้นชื่อของไทย แต่ด้วยระยะเวลาการเก็บที่สั้น ทำให้เป็นปัญหาใหญ่ในการส่งออก เราจึงทำเทคโนโลยีโปรตีนไอโซเลตที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของเรามีอายุยืนยาวมากยิ่งขึ้น เราเริ่มวางแผนส่งออกสินค้าไปยัง 3 ประเทศในแถบอาเซียน อินโดนีเซีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ ที่มีวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกันและกลุ่มประเทศอาหรับ”

สำหรับเป้าหมายอันใกล้ กุสमानเตรียมจะขยายตลาดในประเทศ นอกจากภาคอีสาน โดยจะเข้ามาเจาะตลาดในโซนภาคใต้มากขึ้น ซึ่งมีโจทย์หลักคือประชากร 70 เปอร์เซนต์เป็นชาวไทยมุสลิม เพราะหลายคนเชื่อว่า



ไม่สามารถรับประทานหอยเชอร์รี่ได้ จึงได้มีการติดต่อกับผู้นำทางศาสนา และได้ข้อมูลว่าสามารถรับประทานได้ โดยไม่ผิดหลักศาสนา จึงต้องสร้างความเข้าใจใหม่ เพื่อเปิดตลาดให้กว้างยิ่งขึ้น

ก่อนจบบทสนทนากุสमानกล่าวปิดท้ายว่า นอกจากเรื่องการสร้าง Awareness แล้ว อีกเรื่องที่สำคัญไม่แพ้กันคือการสร้างมาตรฐานที่ดีให้กับสินค้า ทั้งด้านความสะอาด มาตรฐานของโรงงานที่เลือกใช้ เพื่อยืนยันคุณภาพของสินค้า Local ที่พร้อมเจติฉินนัยในตลาด Global ▶

ข้อมูลธุรกิจ

Facebook : ALIP กรือโป๊ะหอยเชอร์รี่

สนับสนุน
ความสำเร็จโดย

TED
YOUTH STARTUP

กุสमान ยูไซ้

อัปเดตทุน TED FUND ปี 2567

ครบทุกการสนับสนุน ผู้ประกอบการเทคโนโลยี-นวัตกรรม

หลายคนรู้ว่ากองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม (TED Fund) มีกลไกสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ แต่อาจยังไม่รู้ไม่ครบ วันนี้เลยจะพาทุกคนมาอัปเดตกลไกการสนับสนุนของ TED Fund ปี 2567 ว่ามีโครงการไหนที่จะมาช่วยต่อก่อนน้ำเลี้ยงให้ผู้ประกอบการได้บ้าง?

รู้จัก “ประเภททุน” ก่อนตัดสินใจยื่นขอทุน

- 1 ทุนอุดหนุนแบบให้เปล่า (Grant)** ส่วนมากทุนรูปแบบนี้จะสนับสนุนกลุ่มที่เพิ่งเริ่มต้น อาจมีแค่ไอเดียหรือแผนธุรกิจ โดยวงเงินที่ให้จะไม่สูงมากนัก
- 2 ทุนอุดหนุนสมทบบางส่วน (Matching Grant)** เป็นทุนที่ภาครัฐสนับสนุนส่วนหนึ่ง และอีกส่วนจะมาจากผู้ประกอบการ สัดส่วนขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของแต่ละโครงการ
- 3 ทุนอุดหนุนแบบกำหนดเงื่อนไขการคืนเงิน (Recoverable Grant)** เป็นทุนสนับสนุนที่ต้องนำมาใช้คืนตามเงื่อนไขที่ระบุไว้เมื่อประสบความสำเร็จในเชิงพาณิชย์

TED (IDEA)
YOUTH STARTUP

TED (POC)
YOUTH STARTUP

505
Startups for Startups

TED
MARKET SCALING UP

TED
FUND



อัปเดตทุน 5 โครงการสุดปัง! ปี 2567

โครงการ TED Youth Startup ใสรุ่น IDEA

รูปแบบ : ทุนอุดหนุนแบบให้เปล่า ใช้เพื่อพัฒนาต้นแบบ (Mockup) และแผนธุรกิจฉบับสมบูรณ์ สนับสนุนสูงสุด 100,000 บาท ระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน

เหมาะสำหรับ : ผู้ประกอบการระยะเริ่มต้น เป็นบุคคลธรรมดา นักศึกษา หรือบัณฑิตจบใหม่ไม่เกิน 5 ปี (รวมทีมอย่างน้อย 3 คน) และเป็นสมาชิก TED Fellow

โครงการ TED Youth Startup ใสรุ่น POC

รูปแบบ : ทุนอุดหนุนสมทบบางส่วน เพื่อนำไปพัฒนาต้นแบบ (Prototype) พร้อมออกสู่ตลาด สนับสนุนไม่เกิน 90 เปอร์เซ็นต์ของมูลค่าโครงการ วงเงินไม่เกิน 1,500,000 บาท ระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี

เหมาะสำหรับ : ผู้ประกอบการนิติบุคคล นักศึกษาหรือบัณฑิตจบใหม่ไม่เกิน 5 ปี เป็นหรือไม่เป็นสมาชิก TED Fellow ก็ได้

โครงการ Startups for Startups

รูปแบบ : ทุนอุดหนุนสมทบบางส่วน สำหรับ Startup ที่พัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมของ Startup รายอื่นๆ สนับสนุนไม่เกิน 90 เปอร์เซ็นต์ของมูลค่าโครงการ วงเงินไม่เกิน 2,000,000 บาท ระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี

เหมาะสำหรับ : ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลมากกว่า 1 ปี โดยมีผู้ถือหุ้นคนไทยมากกว่า 51 เปอร์เซ็นต์

โครงการ TED Market Scaling Up

รูปแบบ : ทุนอุดหนุนสมทบบางส่วน เพื่อใช้ในการขยายตลาดและธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ สนับสนุนไม่เกิน 90 เปอร์เซ็นต์ของมูลค่าโครงการ วงเงินไม่เกิน 2,000,000 บาท ระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี

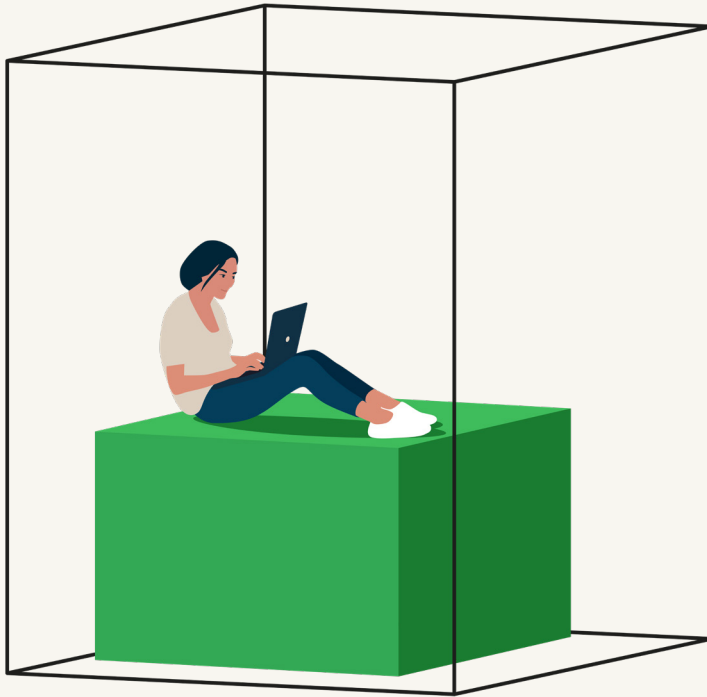
เหมาะสำหรับ : ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคล มีผู้ถือหุ้นคนไทยมากกว่า 51 เปอร์เซ็นต์ และมีรายได้จากสินค้า/บริการแล้ว

โครงการ TED Matching Fund

รูปแบบ : ทุนอุดหนุนแบบกำหนดเงื่อนไขการคืนเงิน โดยจะให้ทุนสนับสนุนมูลค่าสูงสุด 10 ล้านบาท และต้องส่งคืนเงินตามมูลค่าที่ได้รับพร้อมดอกเบี้ยในอัตราที่กำหนด เมื่อโครงการประสบความสำเร็จเชิงพาณิชย์

เหมาะสำหรับ : ผู้ประกอบการ Startup ในระยะ Seed ถึง Series A ที่ได้รับการร่วมลงทุนจาก Listed Investor

ดังนั้น หากคุณเป็นผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่กำลังมองหาแหล่งทุนเพื่อจะใช้พัฒนาไอเดียธุรกิจหรืออยากจะทำยอดขายให้กิจการเติบโตยิ่งขึ้น เช็กเงื่อนไข และคุณสมบัติให้ถี่ เพราะนี่คือโอกาสของคุณอย่างแท้จริง »



5 ทริคทำงาน กับเพื่อนร่วมทีมสาย Introvert

ความหลากหลายมีอยู่ในทุกสังคม รวมถึงในที่ทำงาน
ก็มีคนหลากหลายแบบอยู่ร่วมกัน แต่ที่เห็นได้ชัดสุดคงเป็น
2 กลุ่มนี้ **กลุ่มอินโทรเวิร์ต (Introvert)**
และกลุ่มเอ็กซ์โทรเวิร์ต (Extrovert) ที่มี Lifestyle
แตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยเฉพาะกลุ่มอินโทรเวิร์ต
ที่ต้องการความเป็นส่วนตัวและความอิสระในการทำงาน

หลายคนอาจสงสัยว่า แล้วการจะทำงาน
เป็นทีมกับเพื่อนร่วมงานสายอินโทรเวิร์ตจะ
ทำได้ไหม? วันนี้ TED Fund ได้เตรียมทริค
การทำงานกับคนอินโทรเวิร์ต ที่ช่วยให้รู้สึก
สบายใจ เป็นตัวของตัวเอง และพาทีมเดินหน้าได้
ไม่สะดุด!

1 แยกเรื่องงานและส่วนตัว

เลือกพูดคุยเฉพาะเรื่องงานและตรงประเด็น
ในสิ่งที่ต้องการ โดยไม่เข้าไปก้าวก่ายในเรื่อง
ที่นอกเหนือจากการทำงาน เพราะอาจทำให้
รู้สึกอึดอัดและเกิดระยะห่างในทีมมากขึ้น



2 ใช้เวลาเตรียมตัว

ถ้าต้องเจอผู้คนจำนวนมากเป็นเวลานาน
เช่น การประชุม หรือการเสนองาน ควรแจ้ง
ล่วงหน้าเพื่อเตรียมความพร้อม ทั้งด้านข้อมูล
และจิตใจ ช่วยสร้างความมั่นใจระหว่างการประชุม
และเพิ่มประสิทธิภาพในการประชุมให้ดียิ่งขึ้น

3 เลือกส่งข้อความ แทนการโทร.

สายอินโทรเวิร์ตมักมีไอเดียและมุมมอง
ที่แตกต่างและน่าสนใจ แต่ไม่ถนัดในการอธิบาย
เป็นคำพูด การพิมพ์ข้อความ จึงเป็นทางเลือก
ที่ดีในการสื่อสาร เช่น ใช้การติดต่อผ่านอีเมล
หรือ Message

4 สร้างสภาพแวดล้อม ที่เหมาะสม

จัดพื้นที่การทำงานที่เหมาะสมสำหรับสาย
อินโทรเวิร์ต เช่น จัดมุมเล็กๆ ในที่ทำงาน
สำหรับการทำงานที่ต้องใช้สมาธิ เพื่อลด
สิ่งรบกวนระหว่างการทำงาน แต่ต้องไม่สร้าง
ความรู้สึกแปลกแยกมากเกินไป

5 รู้จุดแข็งและจุดอ่อน

Put the right man on the right job
การเลือกมอบหมายงานที่ตรงตามจุดแข็ง
ประโยชน์ใช้ได้ดีกับสายอินโทรเวิร์ต โดยเฉพาะ
การศึกษาข้อมูลในเชิงลึก ถือเป็นหนึ่งในสกิลเด่น
ของคนสายอินโทรเวิร์ต



รู้หรือไม?

พนักงานสายอินโทรเวิร์ต คือ ผู้ฟังที่ดี
ของทีม สามารถเก็บข้อมูลทุกอย่างมาคิด
อย่างมีระบบ เหมาะกับตำแหน่ง Market
Research Analyst ►

Tryvertising “ลองก่อนซื้อ”

กลยุทธ์ที่ Startup ต้องลอง!

ไม่อยากเสียโอกาส เพราะลูกค้าไม่อยากควักกระเป๋าจ่ายราคาเต็ม หรือไม่อยากซื้อของใช้จริง Startup ต้องรู้จักกับ Tryvertising กลยุทธ์ที่ทำให้แบรนด์ได้โฆษณาและลูกค้าได้ลองสินค้าตัวอย่างก่อนตัดสินใจซื้อจริง ที่ครั้งนี้ ได้ความแรงของเทรนด์ผู้ขายสินค้าอัตโนมัติมาเป็นแรงเสริม ทำให้คนได้ “ลองก่อนซื้อ” และธุรกิจได้ “แจกก่อนผลิตจริง” นี่จึงเป็นมิติใหม่แห่งความ Win ที่น่าลอง! แล้วจะหยิบมาใช้ให้ Work ได้อย่างไร? มาดูจากตัวอย่างนี้ได้เลย...



3 Steps วิธีใช้กลยุทธ์ลองก่อนซื้อ

#1 เลือก เปิดช่องทางให้ลูกค้าหรือผู้สนใจลงทะเบียนเข้าร่วมแคมเปญ เช่น ผ่านเว็บไซต์ของแบรนด์ โดยทางแบรนด์จะต้องอัปเดตสินค้าตัวอย่างบนหน้าเว็บให้ลูกค้าได้เห็น เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกสินค้าตัวอย่างที่ต้องการลอง

#2 แลก หลังจากลงทะเบียน แปรณต์อาจจะใช้วิธีส่ง QR Code ให้ลูกค้าผ่านมือถือ พร้อมมอบเครดิต เพื่อนำมาใช้แลกสินค้าตัวอย่าง เช่น ไปสแกน QR Code ที่ตู้กดอัตโนมัติ/คีโอสก์

แต่ถ้ากรณีที่เป็นธุรกิจบริการ ไม่มีสินค้าเป็นชิ้นๆ หรือไม่อยากลงทุนทำตู้ Startup สามารถเปลี่ยนมาใช้ Virtual Vending Machine หรือ Virtual Kiosk ตู้อัดเสมือนจริง และให้ E-Voucher ลูกค้าไปใช้แลกสินค้าตัวอย่างแทนได้ โดยให้ไปรับสินค้าตัวอย่างได้ที่หน้าร้าน หรือทางแบรนด์ จะทำการจัดส่งให้ก็ได้

#3 ลอง หลังสแกน QR Code ลูกค้าก็จะได้รับสินค้าตัวอย่างไปทดลองใช้แบบฟรีๆ



สิ่งสำคัญห้ามลืม!

- กำหนดการใช้เครดิตให้ชัดเจน เช่น 1 เหรียญ แลกได้ 1 รายการสินค้าตัวอย่าง หรือ ให้เป็นคะแนน 100 คะแนน โดยสินค้าแต่ละชิ้นจะมีคะแนนแลกแตกต่างกัน เช่น A 15 คะแนน, B 20 คะแนน
- กำหนดลูกค้าแต่ละคนแลกสินค้าตัวอย่างได้กี่รายการ ภายในระยะเวลาเท่าไร เช่น 1 คนต่อ 2 รายการ สินค้าไม่ซ้ำกัน ต้องแลกภายใน 7 วัน หรือ 14 วันก่อนเครดิตหมดอายุ
- กำหนดระยะเวลาของการทำแคมเปญ Tryvertising เช่น 1 เดือน เพื่อกระตุ้นลูกค้า

บอกเลยว่านี่เป็นกลยุทธ์ที่ Startup ก็ Win ลูกค้าเองก็ Win ไปพร้อมๆ กัน

Startup ได้สำรวจและทดลองตลาดก่อนปล่อยสินค้าจริง และยังลดต้นทุนให้ธุรกิจได้ เพราะไม่ต้องผลิตสินค้าขนาดจริง ที่มีโอกาสจะขายไม่ได้ออกมา และที่สำคัญคือ สามารถเข้าถึง End-user หรือลูกค้าตัวจริงได้โดยตรง ทำให้มีโอกาสปรับเปลี่ยน แก้ไขผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น

ลูกค้าได้ลองผลิตภัณฑ์ใหม่แบบฟรีๆ ได้เห็นถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนควักกระเป๋าจ่ายจริง และไม่ต้องเสี่ยงซื้อของจริงแล้วเกิดแพ้ใช้แล้วไม่ดี หรือไม่เหมาะกับตัวเอง

Startup ไหนกำลังมองหาเทคนิคใหม่ๆ ที่ช่วยให้คนพูดถึงสินค้าแบบปากต่อปาก และได้ Engagement จากลูกค้าแบบน่ารู้ อย่าลืมนลองเอาไปประยุกต์ใช้กันดู แล้วจะรู้ว่าจริงจริง >

ประเดิมอีสาน เสริมแกร่ง TED Fellow



TED Fund ออกสตาร์ทจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างศักยภาพให้กับเครือข่ายร่วมพัฒนาผู้ประกอบการ ปี 2567 (Train the Trainer 2024) ครั้งที่ 1 ณ โรงแรมแอตลิค จังหวัดขอนแก่น โดยมี TED Fellow ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตบเท้าเข้าร่วมกิจกรรม ภายในงานเต็มไปด้วยความสนุกสนาน พร้อมทั้งได้รับองค์ความรู้จากวิทยากร ▶



เดินหน้าตัวเข้ม TED Fellow ภาคกลาง

TED Fund สานต่อกิจกรรมเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างศักยภาพให้กับเครือข่ายร่วมพัฒนาผู้ประกอบการ ปี 2567 (Train the Trainer 2024) ครั้งที่ 2 ณ โรงแรมพัทยาโมดัส บีชฟรอนต์ รีสอร์ท พร้อมส่งทีมเจ้าหน้าที่ TED Fund และวิทยากรมากประสบการณ์ ร่วมตบยอดให้ข้อมูลความรู้ อันเป็นประโยชน์แก่ TED Fellow ภาคกลาง ▶



ล่องใต้ต่อยอดความรู้ TED Fellow

TED Fund เดินหน้าจัดต่อเนื่องมาถึงภาคใต้ กับกิจกรรมเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างศักยภาพให้กับเครือข่ายร่วมพัฒนาผู้ประกอบการ ปี 2567 (Train the Trainer 2024) ครั้งที่ 3 ณ โรงแรม Foto Hotel Phuket โดยยังคงอัดแน่นด้วยกิจกรรมมากมายให้ TED Fellow ได้รู้จักมากขึ้น เรียกว่าเต็มไปด้วยความสนุกสนานและความรู้จากวิทยากรมากประสบการณ์ ▶

เสริมศักยภาพ TED Fellow ภาคเหนือ



TED Fund พามาปิดท้ายกิจกรรมเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างศักยภาพให้กับเครือข่ายร่วมพัฒนาผู้ประกอบการ ปี 2567 (Train the Trainer 2024) ครั้งที่ 4 ณ โรงแรม ฟลอรา ครีก เชียงใหม่ โดยที่มี TED Fellow ภาคเหนือ เข้าร่วมกิจกรรม เพื่ออัปเดตข้อมูลความรู้อันเป็นประโยชน์จากทีมเจ้าหน้าที่ TED Fund และวิทยากรต่างๆ ▶



TED FUND
Technology and Innovation-Based
Enterprise Development Fund
กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม



TED Fund



tedfund_



@tedfund



TED Fund



ted_fund



www.tedfund.mhesi.go.th