

Boost Innovation Spirit to the Future S-curve



หุ่นยนต์ส่วนบุคคล จะเข้าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเรา

Boost the Brain with Meditation

KM สำคัญกับองค์กรอย่างไร

Management Quotes

เซอร์ ริชาร์ด ชาร์ลส นิโคลาส แบนสัน หรือ ริชาร์ด แบนสัน (Richard Branson) นักธุรกิจชาวอังกฤษ เป็นเจ้าของธุรกิจหลากหลายอุตสาหกรรมรวมกว่า 400 บริษัท ภายใต้แบรนด์ "เวอร์จิน (Virgin)" ในกว่า 30 ประเทศทั่วโลก มีความแตกต่างจากนักธุรกิจโดยทั่วไป ซึ่งสร้างความโดดเด่นและสีสัน รวมทั้งนำมาซึ่งความสำเร็จต่างๆ มากมาย

ธุรกิจของเวอร์จินกรุ๊ปนั้นมีตั้งแต่บันเทิง สุขภาพ การเงิน ท่องเที่ยว เทคโนโลยี โทรคมนาคม การบิน และอวกาศ โดยแนวทางในการสร้างธุรกิจของแบนสัน คือ ถึงแม้เขาจะไม่ใช่นักทำเป็นคนแรก แต่เขาต้องทำให้ดีกว่าแบรนด์อื่นๆ ที่มีอยู่ ณ ปัจจุบันให้ได้ แม้ว่าคู่แข่งที่ครองตลาดอยู่จะเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ก็ตาม ซึ่งความสำเร็จได้พิสูจน์แนวคิดดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็น Virgin Music, Voyager Group Travel, Virgin Atlantic Airline, Virgin Megastores, Virgin Cruise และธุรกิจอวกาศ Virgin Galactic

ริชาร์ด แบนสัน ชายผู้ออกจากโรงเรียนตั้งแต่อายุ 16 ปี สร้างความสำเร็จทางธุรกิจด้วยตนเองได้อย่างต่อเนื่อง จากธุรกิจนิตยสารและแผ่นเสียงในช่วงเริ่มต้น โดยเขามักจะเข้าสู่ธุรกิจใหม่ๆ จากปัญหาหรือ Pain point ที่มาจากประสบการณ์ส่วนตัวหรือคนรอบข้าง นำไปสู่การสร้างธุรกิจที่มุ่งทำให้ดีกว่า **ทั้งนี้คติที่สำคัญของเขาคือ การไม่กลัวกับความล้มเหลว และเชื่อมั่นว่าผลลัพธ์ความสำเร็จที่ได้จะตกเป็นรางวัลให้กับผู้ที่กล้าลงมือทำ**

ปัจจุบันเขามีอายุ 68 ปี และมีมูลค่าสินทรัพย์สุทธิกว่า 4.9 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือกว่า 171,000 ล้านบาท

"The best way of learning about anything is by doing."

หนทางที่ดีที่สุดในการเรียนรู้สิ่งต่างๆ ก็คือ การลงมือทำ

Richard Branson



CONTENTS

3

Editor's Talk

5

Leader's Thought

6

News

ข่าวกิจกรรมทริส

8

Big Story

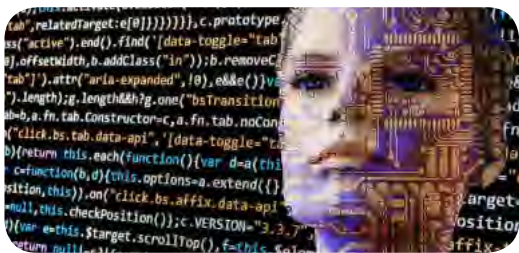
Boost Innovation Spirit to the Future S-curve



12

Innovation is the only way to win

หุ่นยนต์ส่วนบุคคล
จะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเรา



14

Smart Work

Boost the Brain with Meditation

16

IT & Digital

ระบบรักษาความปลอดภัยอัตโนมัติ
กับหมวกนิรภัย

18

Tomorrow World

ความหวังของข่าวที่เป็นกลาง

20

Leadership Challenges

พลิกความคิด ชีวิตเปลี่ยน

22

Creative Marketing

กฎ 20-80 สำหรับนักการตลาดที่ต้องรู้ #2

24

Work with Joy

เติมความสุข
...ในการทำงาน

26

Excellence

KM สำคัญกับองค์กรอย่างไร

29

Buzzwords

Unicorn



30

Good Books

Good Books: Hit Refresh (2016)

31

Inspiring Movies

Inspiring Movies: Christopher Robin

Leader's Thought



“ เราดูว่าคนเก่งของเราต้องมีผลการทำงาน และมีศักยภาพโดดเด่น ขณะเดียวกันก็เป็นกลุ่มคน ที่มีทัศนคติที่ดี ”

สวัสดีครับ ใกล้สิ้นปีแล้วหลายคนเตรียมแผนสำหรับปีหน้ากันแล้ว ทริสก็เช่นเดียวกันครับ ครึ่งนี้เลยอยากจะมาแบ่งปันกันดูเรื่องหนึ่งที่เราให้ความสำคัญมาก คือเรื่องบริหารคนเก่ง หรือ Talent Management

ทริสเป็นบริษัทที่ปรึกษาการจัดการทางธุรกิจ วัตถุประสงค์ของเราคือการก้าวสู่การเป็นบริษัทที่ปรึกษาชั้นนำของไทยซึ่งแน่นอนว่าต้องเทียบเคียงได้กับบริษัทที่ปรึกษาชั้นนำระดับสากล โดยมีภารกิจว่า **“To Deliver Management Consulting Solutions towards Business Excellence”** ดังนั้นจะเห็นได้ว่าทรัพยากรที่สำคัญที่สุด คือ “คน” ของบริษัท และเมื่อพิจารณาธุรกิจที่ปรึกษานั้น มีผลการศึกษาและข้อเท็จจริงเป็นที่ยอมรับว่าปัจจัยสำคัญหรือปัจจัยสำเร็จหนึ่งของธุรกิจคือการแสวงหา สร้าง และรักษากลุ่มพนักงานที่มีผลการทำงานที่ดีและศักยภาพโดดเด่น หรือ “คนเก่ง” ที่เป็น Talent ขององค์กรนั่นเอง

บุคคลกลุ่มนี้จะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร และเป็นกำลังสำคัญของเรต่อไป อันเป็นส่วนหนึ่งของศักยภาพในการแข่งขันและความยั่งยืนของบริษัทในอนาคต เราดูว่าคนเก่งของเราต้องมีผลการทำงานและมีศักยภาพโดดเด่น ขณะเดียวกันก็เป็นกลุ่มคนที่มีทัศนคติที่ดี **โดยคำว่าศักยภาพนั้นเราเจาะไปในหลายเรื่อง เช่น ความสามารถในการที่จะมีความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้น การเรียนรู้ได้รวดเร็ว มีความคิดสร้างสรรค์ มีความกระตือรือร้น จนถึงการมีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ เป็นที่ยอมรับทั้งภายในและภายนอก ฯลฯ** ซึ่งเราจะต้องทบทวนปรับปรุงคุณสมบัติและเงื่อนไขเหล่านี้เรื่อยๆ เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการและสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

ตัวโปรแกรมของเราก็แน่นอนว่าจะมีการพิจารณาออกแบบให้ต้องเข้มข้นและวัดตัวตัดสูงให้เหมาะกับคนเก่งของเรา ตั้งแต่หลักสูตรการพัฒนา (Individual Development Plan) การให้โอกาสเขารับผิดชอบและมีงานที่ท้าทายขึ้น ซึ่งอันนี้สำคัญมาก และการพัฒนา Soft Side เช่น บุคลิก และความสามารถในการแก้ปัญหาเชิงรุกและสร้างสรรค์ขึ้น เป็นต้น

ทั้งหมดนี้ต้องเรียนเลยว่าเป็นเรื่องที่ไม่ง่าย ทั้งในแง่การทำให้สำเร็จ เพราะไม่ใช่ทุกอย่างจะราบรื่นเป็นไปตามที่คาดหวัง จนถึงว่าเมื่อสร้างเขา พัฒนาเขาได้แล้ว ทำอย่างไรให้เรารักษาเขาไว้ให้ได้ เพราะงานที่ปรึกษานั้นต้องพบปะกับคนจำนวนมาก หลายครั้งที่เมื่อคนมีโอกาสทำงานหรือพบปะกับคนเก่งของเราจะมีการถามไถ่ ชักชวนให้ไปร่วมงานด้วยซึ่งเป็นธรรมดาของธุรกิจโดยเฉพาะงานที่ปรึกษาอยู่แล้ว แต่แน่นอนครับว่ามันก็เป็นความท้าทายที่เหนื่อยเหมือนกันของเรา

ท้ายนี้ สิ่งหนึ่งที่จะฝากถึงไว้ว่าสิ่งที่ต้องทำและพิจารณาภาพร่วมกันให้มีบูรณาการ คือเรื่องของโปรแกรมที่รู้จักในชื่อเป็นทางการว่าโปรแกรมหรือแผนการสืบทอดตำแหน่ง (Succession Plan) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้าง Successor ขององค์กรด้วย ซึ่งเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ละเอียดอ่อน และมีความสำคัญมาก ลองคิดเองเล่นๆ ก็ได้ครับว่าถ้าเราจะมีโปรแกรมการพัฒนาสร้างคนเก่งแล้ว การจะมีโปรแกรมหรือ Succession Plan ที่บูรณาการกันนั้นน่าจะมีภาพกว้างๆ เป็นอย่างไร? บูรณาการนั้นคือบูรณาการกันเรื่องไหน? ฯลฯ นำปัดหัวแต่ก็น่าสนุกครับ

ดร.วิทฑูรย์ โทคาชัยพัฒน์
กรรมการผู้จัดการ ทริส คอร์ปอเรชั่น

เครือข่ายการจัดการความรู้ประเทศไทย (Thailand Knowledge Management Network)

22 พฤศจิกายน 2561

ทริส คอร์ปอเรชั่น จับมือ 3 พันธมิตร สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ OKMD สถาบันคลังสมองของชาติ หรือ KNIT และสถาบันที่ปรึกษาด้านการจัดการความรู้และนวัตกรรมแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ หรือ IKI-SEA ร่วมลงนามความร่วมมือจัดตั้งเครือข่ายการจัดการความรู้ประเทศไทย (Thailand Knowledge Management Network: TKMN) เพื่อสนับสนุนการพัฒนาการจัดการความรู้ ยกระดับความคิด และนวัตกรรมให้กับองค์กรของไทย อันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมบนฐานความรู้ของประเทศต่อไป



ENTERPRISE RISK MANAGEMENT CHALLENGES IN THE NEW ERA

การบริหารความเสี่ยงองค์กร กับความท้าทายในโลกยุคใหม่ (รุ่นที่ 2)

บนเป้าหมายของประเทศไทย 4.0 ที่ต้องสร้างสรรค์ความคิดและนวัตกรรมบนสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงนั้น องค์กรต่างๆ จำเป็นต้องตระหนักถึงความเสี่ยงต่างๆ ที่มีมากขึ้นกว่าในอดีต ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายในหรือปัจจัยภายนอกก็ตาม โดยเฉพาะเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและดิจิทัลต่างๆ ได้สร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างมากทั้งชีวิตประจำวันและการทำงาน รวมทั้งในหลายองค์กรจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะของดิจิทัล ทรานส์ฟอร์มเมชัน ที่มาพร้อมกับความกังวลต่อความปลอดภัยด้านข้อมูล แนวคิดของการบริหารความเสี่ยงองค์กรในยุคใหม่ จึงมีการปรับเปลี่ยนและขยายขอบเขตความสนใจให้กว้างขวางขึ้นกว่าเดิม เพื่อรองรับความเสี่ยงใหม่ๆ ที่สามารถสร้างผลกระทบที่รุนแรงและมีโอกาสเกิดขึ้นได้มากขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นสูงสุดให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

25 Jan.2019
09.00-16.00

KEY TOPICS

ERM Essentials

ประเด็นสำคัญของการบริหารความเสี่ยงองค์กร

- Integrated Risk Management & 3 Lines of Defense แนวคิดและโมเดลการบริหารความเสี่ยงเชิงบูรณาการ
- Emerging Risks & Black Swan Events on Risk Profile ความเสี่ยงอุบัติใหม่และห้วงความเสี่ยงองค์กร
- How to Identify Key Risks for Your Organization การวิเคราะห์ระบุความเสี่ยงสำคัญ

New Frameworks for Enterprise Risk Management

แนวคิดกรอบการบริหารความเสี่ยงใหม่

- COSO ERM-2017 Highlights ประเด็นสำคัญตามกรอบแนวทาง COSO-ERM:2017
- ISO 31000-2018 Highlights ประเด็นสำคัญตามมาตรฐาน ISO 31000:2018
- Risk Management Challenges ความท้าทายของการบริหารความเสี่ยงในยุคใหม่

Cyber Risks

ความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

- Information Security in 4.0 Era ความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศในโลกยุคดิจิทัล
- ISO/IEC 27001:2013 Highlights ประเด็นสำคัญตามมาตรฐาน ISO/IEC 27001:2013

Business Continuity

การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ

- ISO 22301:2012 Highlights ประเด็นสำคัญตามมาตรฐาน ISO/IEC 22301:2012
- Guide to create Effective BCP แนวทางการพัฒนาแผนบริหารความต่อเนื่อง

ลงทะเบียนผ่านระบบออนไลน์ได้ที่
<http://tam.tris-db.com/index.php/2018>
หรือที่ www.trisacademy.com

Register here





“เราต่างรับรู้ว่าการจะยกระดับไปสู่การเติบโตใหม่หรือ Future S-curve ได้นั้น องค์กรต้องมุ่งไปสู่การสร้างนวัตกรรมเพื่อเป็นตัวเปลี่ยนเกมไปสู่การสร้างการเติบโตใหม่ให้กับองค์กร แต่จากที่ได้เห็นองค์กรต่างๆ พบว่าด้วยความพร้อมต่างๆ ทำให้การพัฒนาในปัจจุบันนั้น เป็นได้เพียงระดับที่เราเรียกว่า Fast Followers เท่านั้น ถึงแม้จะไม่ใช้สิ่งที่ผิด แต่ก็ไม่สามารถใช้สร้างความเติบโตใหม่ได้ทันนัก จึงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารระดับสูงและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำนวัตกรรมขององค์กรจำเป็นต้องใช้ความพยายามให้มากขึ้น จนสามารถไปสู่ระดับที่เรียกว่า Game Changer ให้ได้”

ดร.ไวฑูรย์ โทคาชัยพัฒน์
กรรมการผู้จัดการ ทริส คอร์ปอเรชั่น



Boost Innovation Spirit to the Future S-Curve

ยกระดับนวัตกรรมองค์กรสู่ความเติบโตใหม่

“โลกในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ที่มีการขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ภาครัฐและเอกชนจะต้องปรับตัวรับกับสิ่งใหม่ๆ สิ่งที่ตั้งคำถามคือเมื่อใหม่แล้วดีขึ้นหรือไม่?”

ปริญญ์ พานิชภักดิ์
กรรมการนวัตกรรมแห่งชาติ

ยุค “ข้อมูล = เหมืองทอง”
ปัจจุบันเป็นยุคที่ปัญญาประดิษฐ์หรือ AI (Artificial Intelligence) เข้ามามีบทบาท โดยอาหารของ AI คือข้อมูล ข้อมูลจึงเปรียบเสมือนเหมืองทองที่แท้จริงในยุคนี้ ซึ่งหน่วยงานที่มีข้อมูลมากที่สุด คือหน่วยงานภาครัฐ จึงขึ้นอยู่กับ

กันว่าประเทศใดสามารถบริหารจัดการนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ได้มากกว่ากัน

ยกตัวอย่างประเทศสิงคโปร์ รัฐบาลนำข้อมูลต่างๆ ให้แก่เอกชนและเปิดโอกาสให้เอกชนพัฒนาตามกลไกตลาด เช่น ข้อมูลจราจร ซึ่งทำให้เอกชนที่มีความคิดใหม่ๆ สามารถพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์คนในสังคม เช่น Grab ในสิงคโปร์ ทำ GrabBus ที่ช่วยลดค่าใช้จ่าย ลดรถติด ลดมลพิษ ได้ประโยชน์ถึง 3 ต่อ

ซึ่งเมื่อหันมองประเทศไทย ยังคงมีการถกเถียงกันในเรื่องข้อมูลส่วนตัว โดยมองว่าข้อมูลส่วนตัวเป็นเรื่องที่ต้องดูแล แต่ถ้าข้อมูลเหล่านี้เอาไปใช้ประโยชน์ได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคมจะเป็นเรื่องที่ดียิ่งขึ้น เนื่องจากข้อมูลส่วนตัวเหล่านี้มักถูกใช้โดยไม่รู้ตัวอยู่แล้ว ดังเช่น การทำ

ธุรกิจกับธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ เครือข่ายโทรศัพท์ ที่มีข้อมูลของผู้ใช้จำนวนมาก ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาได้ ซึ่งหมายความว่าถ้าโครงสร้างไม่เอื้อ จะทำให้ไม่เกิดนวัตกรรม และการแข่งขันได้

ประเทศและองค์กรต้องทำ KPI แบบใหม่

วิธีการที่จะพัฒนาองค์กร จะต้องเริ่มตั้งแต่การทำ KPI (Key Performance Indicator) ซึ่งหมายถึง ดัชนีชี้วัดผลงาน หรือความสำเร็จ โดยจะแสดงให้เห็นผลการปฏิบัติงานกับเป้าหมายว่าตรงตามที่คาดหวังไว้หรือไม่

โดยการทำ KPI จะต้องไม่ได้วัดจากตัวเลขหรือความร่ำรวยเท่านั้น ที่ผ่านมาประเทศไทยมักจะวัดความสำเร็จจากการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศหรือ GDP ส่วนในองค์กรวัดด้วยกำไรสุทธิ ซึ่งหากยังนำดัชนีเหล่านี้มาเป็นหลัก **ถ้ายังวัดผลตอบแทนจากตัวเลขจากปริมาณยังไม่ได้วัดถึงคุณภาพ “องค์กรและประเทศจะรับหริ่แน่นอน”**

สิ่งที่องค์กรจะต้องปรับ คือการนำน้ำหนักรของดัชนีตัวใหม่ๆ เข้ามาวัด ตัวชี้วัดใหม่ เช่น วัดเรื่องมลภาวะ วัดเรื่องความเหลื่อมล้ำ นำสิ่งเหล่านี้มาประยุกต์ใหม่ เพื่อให้มีคุณภาพมากกว่าปริมาณ ดังเช่น บริษัทปิโตรเคมีขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง บริษัทดีมาก มีกำไรมหาศาลเมื่อมีปัญหาน้ำมันรั่วในหาดทราย เป็นมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมทำให้หุ้ตก ทำให้ต้องเข้ามาเคลียร์อ่าว และหันมาให้ความสนใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น หรือกรณีของบริษัทยักษ์ใหญ่ด้านค้าปลีก ผู้บริหารโดนปรับเรื่องใช้ข้อมูลภายใน บริษัทที่กำไรดีตลอดเวลาหุ้ตกลับลงแรงสะท้อนว่าเรื่องธรรมาภิบาลเป็นเรื่องใหญ่ ภายในกลุ่มก็ต่างต้องปรับตัวเรื่องความคิด

จุดแข็งประเทศไทยคือความเอื้ออาทร

การจะปรับองค์กรเข้าสู่ยุค 4.0 อย่างมองแค่มูลค่าเพิ่มของผู้ถือหุ้น ต้องมองจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในวัฏจักรของท่านไม่อย่างนั้นธุรกิจของท่านไม่มีทางไปได้รอด อย่าคิดว่านวัตกรรมมาแล้วเป็นเรื่องของเทคโนโลยีอย่างเดียว

ในความเป็นจริงแล้วจุดแข็งประเทศไทยคือ 0.4 คือการเป็นคนมีความเอื้ออาทร เอื้อเพื่อ ต่อเพื่อน ญาติพี่น้อง มีทุกขี้มีความสุขร่วมกัน ตรงนี้คือวัฒนธรรมที่ไม่เหมือนใคร ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นอัตลักษณ์ที่ทำให้ต่างชาติอยากมาอยู่ในประเทศไทย ซึ่งต้องคิดต่อไปว่าจะทำอย่างไร ในการโน้มน้าวหรือดึงดูดให้คนเก่งมาลงทุน นำองค์ความรู้มาให้ลงทุนในประเทศไทย เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ โดยไม่คิดว่าเก่งและฉลาดแล้ว พยายามนำเอาวัฒนธรรมดีๆ แนวทางจากต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จมาปรับใช้ให้เข้ากับวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ของประเทศไทย

สิงคโปร์พัฒนาประเทศในลักษณะข้างต้น และทำได้รวดเร็วมาก ทำให้ประเทศเล็กๆ อย่างสิงคโปร์ที่มีทรัพยากรเล็กกว่าไทยหลายเท่า ใน 50 ปีที่ผ่านมา กลายเป็นประเทศที่ร่ำรวยที่สุดได้ในอาเซียน

สิ่งที่ยังขาด

หนึ่ง ขาดกฎหมาย การมีกฎหมายเออะไม่ได้นำมาซึ่งความยุติธรรม แต่กลายเป็นสร้างความเหลื่อมล้ำ มีความทุจริต มีขีดความสามารถในการแข่งขันลดลง ซึ่ง สนช. ชุดนี้ออกกฎหมายมากที่สุดในประวัติศาสตร์ ซึ่งไม่แน่ใจว่า P.S.U. คอมพิวเตอร์ ที่ประสงค์ดีออกมาทำกับดูแลคนซื้อขายเหรียญคริปโตเคอเรนซี กลับกลายเป็นปัญหาทำให้สตาร์ทอัพ เอสเอ็มอีไทย ไปลงทุนในต่างประเทศแทน เพราะกฎหมายตามมาด้วยภาษี

คนไทยไม่ชอบคนล้ม ไม่ชอบคนสอบตก ต้องปรับความคิดถ้าอยากมี S-Curve ใหม่ ซึ่งหากต้องการนวัตกรรมใหม่ ต้องการ S-Curve ใหม่ ห้ามคิดเหมือนเดิม **เพราะนวัตกรรมเกิดขึ้นจากการล้มแล้วล้มอีก** วัฏจักรของประเทศไทยต้องยอมรับคนที่ล้มได้ แต่ไม่ได้ล้มแบบโง่ กฎหมายต้องเอื้อ ซึ่งกฎหมายไม่สร้างบรรยากาศ ต่างชาติถือหุ้นเกิน 50% ไม่ได้เงินปันผล ต่างประเทศเปิดได้ แบงก์ชาติมีคนเก่งคนดีเยอะ แต่กฎของผู้คุมกฎต้องคิดในแง่การพัฒนาอุตสาหกรรมมากกว่าการรักษาเสถียรภาพ

เราจะทำอย่างไรให้กรอบกฎหมายเปิดกว้าง คล่องตัว และเป็นธรรมมากขึ้น เก็บภาษี 27% กับสตาร์ทอัพกับสินทรัพย์ดิจิทัลในการระดมทุน แต่ปัจจุบันบริษัทรายใหญ่ที่ใหญ่ที่สุดอย่าง ไลน์ กูเกิล เฟซบุ๊ก ไม่เสียภาษีนิติบุคคล 20% และไม่เสีย VAT ประเทศไทยเป็นประเทศที่คนตัวใหญ่ซื้อของได้ถูกกว่า

สอง ความคิดหรือ Mind Set ทั้งของผู้นำประเทศ คนมีอำนาจหรือผู้นำองค์กร ต้องเปลี่ยนความคิด ปัจจุบันผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรเชื่อมโยงกันมากขึ้นในยุค 4.0 และข่าวสารข้อมูลไปเร็วมาก ถ้าไม่พัฒนาภาคประชาชนให้มีความแข็งแกร่ง ตื่นรู้ จะไม่สามารถโยนความผิดให้ใครได้ เพราะเป็นความผิดของตัวเอง **ถ้าไม่กล้าที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงในองค์กรท่านเอง ในความคิดที่จะสร้าง KPI ใหม่ ติดอาวุธทางการเงิน ทางการออมที่มีความสำคัญมาก**

ยกตัวอย่าง “Local Alike” เป็นตัวอย่างที่ดีมาก ในการนำเอาการท่องเที่ยวแบบ 0.4 ของไทย ซึ่งเป็นจุดแข็ง มาลงในแพลตฟอร์มแบบ 4.0 ให้เทคโนโลยีในการเข้าถึงตลาดใหม่ในการสร้างแบรนด์ สร้างรายได้กระจายไปสู่คนในท้องถิ่น

ที่สำคัญคือการปรับองค์กรของท่านให้ทัน ใช้นวัตกรรมให้เป็น และให้ความสำคัญกับสังคม

“ปัญหาประดิษฐ์ มันมาแล้ว หลายๆ คนกลัว ปัญหาประดิษฐ์ก็คือการประดิษฐ์วันยันค่ำ ท่านเป็นคนมีความรับผิดชอบป้อนข้อมูล เพราะฉะนั้นศีลธรรมและจรรยาธรรม และการนำมาใช้ให้กันทั่วทั้ง มนุษย์ก็ยังคงเป็นคนตัดสินใจ เพราะฉะนั้นความคิดหรือ Mindset ต่างๆ ทุกคนอยากให้สังคมดี แต่สังคมดีไม่มีขาย ถ้าอยากได้ต้องช่วยกันสร้าง แล้วนวัตกรรมจะเป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ใช้เทคโนโลยีในการสร้างทรัพยากรมนุษย์ ที่มีส่วนร่วมให้เกิด S-Curve ที่ทำให้ทุกอย่างเติบโตได้ ทุกท่านคือผู้กำหนดชะตาชีวิตที่แท้จริง”



การเสนอขายโทเคนดิจิทัล Initial Coin Offering (ICO) ทางเลือกใหม่ของการระดมทุน

“วันนี้เรายังเขียนไม่เป็นไม่เป็นไร แต่ต้องไม่ละเลยความสำคัญ หลายคนยังเข้าใจว่าเพียงว่าบล็อกเชน (Blockchain) คือบิตคอยน์ (Bitcoin) ซึ่งไม่ใช่แค่นั้น”

ดร.การดี เลียวไพโรจน์

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและผู้ก่อตั้ง ไอโคร่า (ICO Advisory)

ในอดีตเป็นยุคที่เรียกว่า Internet of information คือยุคที่มีการเชื่อมโยงกันของข้อมูลข่าวสาร แต่ปัจจุบันดำเนินการสู่ยุคที่เรียกว่า Internet of value ที่ไม่ใช่แค่การส่งต่อข้อมูล แต่สามารถส่งต่อมูลค่าของสิ่งต่างๆ ได้ ไม่ใช่แค่การส่งสำเนา โดยมีพื้นฐานคือระบบบล็อกเชน เมื่อส่งไปแล้วข้อมูลจะถูกโอนย้ายไปสู่ปลายทาง โดยลดการใช้ซ้ำ

ยกตัวอย่างเช่น แด้มบัตรเครดิตถือเป็นสินทรัพย์ดิจิทัลชนิดหนึ่งที่สามารถส่งต่อได้และมีมูลค่าในตัวเอง หรือข้อมูลทางสุขภาพก็มีมูลค่าแต่ที่ผ่านมามีการนำไปใช้ประโยชน์ในการวิจัยหรือวิเคราะห์เพื่อการตลาด โดยไม่ได้ให้มูลค่ากับเรา ซึ่งบล็อกเชนจะมีส่วนช่วยให้ข้อมูลเหล่านี้มีมูลค่าและเชื่อมต่อได้ด้วยระบบที่รัดกุมหรือที่เรียกว่า Peer to Peer transfer for value ซึ่งในหลายประเทศทั่วโลกมีการนำบล็อกเชน เข้ามาใช้มากกว่าเรื่องของระบบการเงิน ไม่ว่าจะเป็นองค์กรของรัฐ หรือการจัดการต่างๆ ซึ่งสะท้อนว่าบล็อกเชนเป็นพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่ช่วยพัฒนาระบบต่างๆ ให้สะดวกรวดเร็วและเป็นที่ยอมรับมากขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันระบบบล็อกเชนไม่ใช่ระบบที่จำเป็นต่อทุกองค์กร เนื่องจากยังมีราคาสูง จะมีความคุ้มค่าต่อเมื่อระบบมีขนาดใหญ่ ซึ่งในอนาคตอันใกล้เทคโนโลยีเหล่านี้จะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จนสามารถนำมาใช้ได้อย่างคุ้มค่ามากขึ้น

สำหรับ ICO นั้นมีเป้าหมายกระบวนการคล้ายกับ IPO เนื่องจากต้องการระดมทุนเพื่อต่อยอดทางธุรกิจและต้องพยายามทำในสิ่งที่สัญญากับผู้ลงทุนให้ได้มากที่สุด โดย Initial Coin Offering (ICO) เกิดขึ้นได้จากความร่วมมือของ 3 สิ่ง ได้แก่ **Crowd funding** หรือการระดมทุนจากมวลชน **Blockchain** เทคโนโลยีที่เชื่อมต่อข้อมูลแบบไร้ตัวกลาง และ **Cryptocurrency** สกุลเงินดิจิทัลที่จัดทำขึ้นจนเกิดความต้องการในกลุ่มผู้ใช้เงินมีมูลค่า และสามารถแลกเปลี่ยนได้

ซึ่งการระดมทุนแบบ ICO เป็นการลงทุนผ่านโครงสร้างที่ทำให้สามารถเข้าร่วมกันได้แบบไร้พรมแดน ซึ่งเป็นโอกาสในการทำธุรกิจมากกว่าการระดมทุนแค่เงินบาทซึ่งมีข้อจำกัด เช่นการขอสินเชื่อจากธนาคารที่ต้องใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน หรือหา Venture Capital (VC) ที่ต้องการความเป็นเจ้าของธุรกิจ ซึ่งส่วนใหญ่เมื่อสตาร์ทอัพเติบโตถึงขีดสุดแล้ว หุ้นหรือความเป็นเจ้าของก็มักจะตกเป็นของ VC ผู้ลงทุน มากกว่าผู้เริ่มกิจการ แต่ในกรณีของการระดมทุนแบบ ICO สามารถดำเนินการโดยไม่จำเป็นต้องสูญเสียความเป็นเจ้าของ เนื่องจากสามารถกำหนดสิทธิของโทเคนต่อบริษัทที่เข้าระดมทุนได้ใน 3 ลักษณะ คือ **Asset backed Token** โทเคนที่มีสินทรัพย์ในชีวิตจริงรองรับ สามารถเปรียบเทียบมูลค่าได้ **Utility Token** ลักษณะสิทธิในการใช้งาน เป็นสิทธิในการใช้งานสินทรัพย์นั้นๆ เช่นมีการระดมทุนเพื่อสร้างสนามกอล์ฟ เมื่อสร้างเสร็จผู้ถือโทเคน จะมีสิทธิในการเข้าใช้ เป็นต้น และ **Security Token** เป็นลักษณะคล้ายการทำ IPO ซึ่งหากบริษัทฯ สามารถทำกำไรได้จะได้สิทธิรับการตอบแทนตามเปอร์เซ็นต์ แต่ไม่มีเรื่องของความเป็นเจ้าของ และผู้ออกโทเคนสามารถกำหนดได้ว่าผู้ถือเหรียญจากการ ICO จะมีสิทธิในการลงคะแนนเสียงของบริษัทได้หรือไม่

การทำ ICO ถูกนำมาใช้หลอกลวงให้ระดมทุนมากถึง 80% และสัดส่วนเพียง 20% เป็นผู้ที่มีการดำเนินการจริง ซึ่งมีทั้งที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว อยู่ในกลุ่มนี้ซึ่งเป็นธรรมชาติของสตาร์ทอัพ ทั้งนี้ผู้ลงทุนต้องเข้าใจว่า กลุ่มสตาร์ทอัพที่ระดมทุนแล้วไม่ประสบความสำเร็จ กับกลุ่มที่ตั้งใจหลอกลวงให้ระดมทุนคือคนละกลุ่ม

สิ่งสำคัญในการพิจารณาลงทุนแบบ ICO ควรดูจาก 3 เรื่องหลัก ได้แก่ บทบาทนั้นคืออะไร (Role) เกิดมาเพื่อวัตถุประสงค์อะไร (Purpose) และมีฟีเจอร์ในการทำงานกับบริษัทนี้อย่างไร (Feature) ซึ่งหากไม่สามารถตอบคำถาม 3 ข้อหลักนี้ได้ ก็ไม่ควรเข้าร่วมการลงทุน

“ยังไม่รู้จัก ยังต้องมีส่วนร่วมในการรับฟัง และแยกแยะด้วยประสบการณ์ของตัวเอง เมื่อเข้าไปลงทุนแล้วต้องเปิดตาเปิดใจดูทั่วโลก เพราะคริปโตเคอเรนซีไร้พรมแดน และอยู่ทุกที่ในโลก ต้องมีวิสัยทัศน์สำหรับอนาคต มันคือ เกมใหม่ เราไม่ควรเล่นด้วยกฎเดิม และต้องดูว่ามันจะเปลี่ยนโลกนี้ได้อย่างไรบ้าง”

©TAC

หุ่นยนต์ส่วนบุคคล จะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่ง ของชีวิตเรา

Robot หรือหุ่นยนต์ เป็นคำที่มีการใช้งานมาเกือบ 100 ปี กล่าวกันว่าคำว่า "Robot" มีปรากฏครั้งแรกในปี ค.ศ. 1921 ในบทละครเรื่อง R.U.R (Rossum's Universal Robots) ของ Karel Capek นักประพันธ์ชาวเชค ในขณะที่แนวคิดด้านหุ่นยนต์มีมาตั้งแต่อดีตกาล ที่อาจไม่ได้มีรูปลักษณ์เหมือนอย่างที่เรจินนาการไว้ในปัจจุบัน

แนวคิดในเรื่องของหุ่นยนต์เริ่มมาจากการพัฒนาเครื่องจักรกล (Machine) เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงานให้กับมนุษย์ จากนั้นจึงไปสู่การทำงานอัตโนมัติ (Automation) ที่เครื่องจักรกลสามารถทำงานบางอย่างได้ด้วยตนเองตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ล่วงหน้า แล้วจึงต่อยอดไปสู่การทำงานแบบควบคุมระยะไกล (Remote Control) เพื่อให้จักรกลสามารถเข้าไปทำงานในที่ที่มนุษย์ไม่สามารถเข้าถึงได้ และเมื่อจักรกลถูกนำมาใช้ในงานอุตสาหกรรมยุคใหม่ที่ต้องการความแม่นยำ จึงเกิดแนวคิดการพัฒนาแขนกล (Robot Arm) ให้สามารถเคลื่อนไหวได้ใกล้เคียงมนุษย์เพื่อทำงานที่มีความละเอียดซับซ้อน แนวคิดต่อไปจึงอยู่ที่การพัฒนาให้มีความใกล้เคียงมนุษย์มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ "การรับรู้" "การคิดวิเคราะห์" "การตัดสินใจ" รวมถึง "การสร้างสรรค์"

หุ่นยนต์เริ่มมีความสำคัญต่อสังคมมนุษย์มากขึ้น ทำให้แนวโน้มการใช้หุ่นยนต์ในชีวิตประจำวันมีปรากฏให้เห็นเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ปัจจัยหลักที่ขับเคลื่อนการเติบโตของการใช้งานหุ่นยนต์ ได้แก่



1. สังคมผู้สูงอายุ – โลกกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยในปี พ.ศ. 2050 คาดว่า จะมีผู้สูงอายุจำนวนกว่า 1,500 ล้านคน โดยส่วนใหญ่จะอยู่ในภูมิภาคเอเชีย แอฟริกาและแอฟริกา จึงมีความต้องการหุ่นยนต์ที่จะเข้ามาช่วยดูแลผู้สูงอายุ

2. การทดแทนแรงงาน – ต้นทุนค่าแรงที่เพิ่มขึ้นประกอบกับการขาดแคลนแรงงานในภาคการผลิต จึงมีความต้องการหุ่นยนต์ที่จะเข้ามาทำงานแทนที่แรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับงานทักษะต่ำหรือกึ่งฝีมือ

3. ความสะดวกในชีวิตประจำวัน – สังคมกำลังเดินหน้าไปสู่โลกดิจิทัล มีอุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (IoT) ได้รับการติดตั้งใช้งานเป็นจำนวนมาก และมีข้อมูลเกิดขึ้นในแต่ละวันเป็นจำนวนมหาศาล การใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์ หุ่นยนต์และข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ควบคู่กันจะช่วยให้เกิดการพัฒนาบริการใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้คนได้อย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน

4. การคิดและตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ – การวิเคราะห์และการตัดสินใจถือเป็นข้อจำกัดของการใช้งานหุ่นยนต์ในอดีต แต่ด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence - AI) ทำให้หุ่นยนต์สามารถเรียนรู้และ

พัฒนาตนเองได้ รวมทั้งสามารถคิด วิเคราะห์ และตัดสินใจในงานที่มีความซับซ้อนเชิงปัญญา ได้ โดยมีแนวโน้มที่หุ่นยนต์จะมีความสามารถเทียบเท่ากับปัญญาของมนุษย์ได้ในอนาคตอันใกล้

สำหรับการทำงานของหุ่นยนต์จะประกอบด้วยระบบหลัก 2 ส่วน ได้แก่ ระบบเชิงกล (Mechanics System) และระบบเชิงปัญญา (Intelligence System) โดยทั้งสองระบบต้องได้รับการออกแบบให้ทำงานร่วมกันอย่างสอดคล้อง ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ด้วยต้นทุนของฮาร์ดแวร์และอุปกรณ์เซนเซอร์ (sensor) ที่ลดลง ประกอบกับการเติบโตของงานวิจัยด้าน AI ทำให้ตลาดหุ่นยนต์มีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาจากระบบเรียนรู้ด้วยตนเอง (Machine Learning) การประมวลผลภาษามนุษย์ (Natural Language Processing) และการประมวลผลภาพ (Computer Vision) ทำให้คอมพิวเตอร์สามารถเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในชีวิตประจำวันได้อย่างแพร่หลาย หุ่นยนต์ส่วนบุคคล (Personal Robot) จึงเป็นตลาดที่ได้รับความสนใจและมีแนวโน้มในอนาคต นอกเหนือจากหุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม (Industrial Robot)

อันที่จริงแล้วในปัจจุบันก็มีหุ่นยนต์ส่วนบุคคลปรากฏให้เห็นในชีวิตประจำวันหลายรูปแบบ โดยส่วนมากมักได้รับการออกแบบให้ช่วยงานใน 3 ลักษณะ ได้แก่ **1) งานช่วยเหลือ** (assistive) อาทิ หุ่นยนต์ช่วยฟื้นฟู หุ่นยนต์ดูแลผู้สูงอายุ รถยนต์ไร้คนขับ **2) งานบันเทิง** (entertainment) อาทิ หุ่นยนต์เสริมการเรียนรู้ของเด็ก หุ่นยนต์สัตว์เลี้ยง และ **3) งานบ้าน** (domestic) อาทิ หุ่นยนต์ทำความสะอาด เครื่องตัดหญ้าอัตโนมัติ หุ่นยนต์ทำอาหาร

ถึงกระนั้นก็ยังมีความท้าทายในหลายด้านสำหรับการพัฒนาหุ่นยนต์ส่วนบุคคลให้สามารถทำงานและใช้งานในชีวิตประจำวันของมนุษย์ ตัวอย่างเช่น การตอบโต้กับภาษาพูดของมนุษย์อย่างเป็นธรรมชาติ การเคลื่อนไหวในสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย การเข้าใจอารมณ์จากสีหน้าและน้ำเสียง รวมถึงแนวคิดด้านจริยธรรมที่เกี่ยวข้อง

เหล่านี้ล้วนเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการนวัตกรรม ในการต่อยอดพัฒนาเพื่อตอบสนองต่อตลาดและแนวโน้มอนาคต ©TAC



Boost the Brain with Meditation

สมองฟิต จิตปลอดโปร่งด้วยสมาธิ

ปัจจุบันการนั่งสมาธิจะเชื่อมโยงเข้ากับความเป็นวิทยาศาสตร์ได้อย่างน่าเหลือเชื่อ หลากหลายผลการวิจัยทั่วโลก แสดงให้เห็นว่าการทำสมาธิส่งผลในเชิงบวกทั้งกับร่างกายและจิตใจ โดยเฉพาะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของสมองให้ดียิ่งขึ้น

งานวิจัยวิทยาศาสตร์ทางสมองแสดงให้เห็นว่าการทำภาวนา การฝึกสมาธิ การเจริญสติ ช่วยพัฒนาสมองของเราได้ ซึ่งในเรื่องนี้ ศาสตราจารย์ริชาร์ด เดวิดสัน (Richard Davidson Ph.D.) นักประสาทวิทยา มหาวิทยาลัยวิสคอนซิน ได้ทำการสแกนสมองพระภิกษุที่ฝึกสมาธิมาเป็นเวลา 20-30 ปี พบว่าสมองเนื้อเทามีการขยายตัวมากและคลื่นสมองเคลื่อนตัวช้าและสม่ำเสมอมากขึ้น เรียกว่าคลื่นแกมมา (Gamma waves) โดยจะพบเฉพาะในคนที่จิตเป็นสมาธิอย่างลุ่มลึกเท่านั้น ต่อมา เขาได้ทดลองในอาสาสมัครที่ฝึกสมาธิทุกวัน วันละ 30 นาที เข้าและเย็น เป็นเวลา 3 เดือน แล้วตรวจดูด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ก็พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกัน แสดงว่า สมองคนเรามีความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างและการทำงาน ผลการทดลองเหล่านี้ทำให้เห็นถึงความยืดหยุ่นของสมอง (Neuroplasticity) ที่สามารถเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงโครงสร้างและการทำงานได้ ถือเป็นการทำลายความเชื่อเดิมๆ ที่ว่าสมองเปลี่ยนแปลงไม่ได้เลยแม้แต่น้อย

ไม่เพียงแต่พัฒนาการของสมองที่ดีขึ้นเท่านั้น ประโยชน์ของการทำสมาธิแม้เพียงวันละ 10 นาที อย่างต่อเนื่อง ก็สามารถพัฒนาศักยภาพในการใช้ชีวิตและการทำงานได้เป็นอย่างมาก ยกตัวอย่างเช่น

1. สมาธิให้คุณโฟกัสกับสิ่งที่ทำและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ภายใต้ภาวะกดดันได้มากขึ้น
2. เพิ่มความสามารถในกระบวนการคิดและการตัดสินใจ
3. ช่วยให้จิตใจแข็งแกร่ง เป็นคนยืดหยุ่น และเสริมสร้างความฉลาดทางอารมณ์
4. เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ จดจำ และการรู้จักตนเอง (Self-awareness)
5. ช่วยเพิ่มศักยภาพในการทำงานหลายสิ่งในเวลาเดียวกัน (Multitasking) พร้อมทั้งลดความเครียดจากการทำงานแบบ Multitasking
6. สมาธิทำให้เรามีความพร้อมรับความเครียดที่เกิดขึ้น
7. เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์

จัดตารางฝึกสมาธิ สร้างสมองสมดุล

การฝึกสมาธิเป็นวิธีการที่ง่ายและไม่ต้องใช้อุปกรณ์ใดๆ ทั้งยังเหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย แม้ในกลุ่มผู้ป่วยที่เคลื่อนไหวร่างกายเองไม่ได้ก็ยังสามารถใช้วิธีนี้ฝึกสมองได้ด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนดังนี้

- **เลือกสถานที่ฝึก** ต้องเป็นห้องที่แสงไม่จ้าจนเกินไป เงียบสงบ และมีอุณหภูมิที่เหมาะสม
- **สร้างบรรยากาศ** จุดเทียนหอมหรือเปิดเพลงบรรเลงเพื่อสร้างความรู้สึกละมุนคลาย จะช่วยให้การฝึกสมาธิเป็นสิ่งที่รื่นรมย์และน่าฝึกเป็นประจำได้ง่ายยิ่งขึ้น
- **งดใช้อุปกรณ์สื่อสารใดๆ** ปิดเครื่องมือสื่อสารตลอดเวลาที่ฝึก เพื่อตัดความกังวลและเสียงรบกวนออกไป
- **นั่งในท่าที่สบาย** จะนั่งบนเก้าอี้หรือนั่งขัดสมาธิบนพื้นก็ได้ หายใจเข้า-ออกให้ลึกและยาวที่สุดเท่าที่ทำได้ ถ้ารู้สึกเมื่อยสามารถเดินทำสมาธิพร้อมกับกำหนดลมหายใจไปด้วยก็ได้
- **ฝึกเป็นประจำทุกวัน** อย่างน้อยวันละ 10 นาที จากนั้นค่อยๆ เพิ่มเวลาขึ้นเป็น 15 - 20 - 30 นาที

Source:

<https://hbr.org/2017/08/can-10-minutes-of-meditation-make-you-more-creative>

<https://liveanddare.com/benefits-of-meditation/>

ระบบรักษาความปลอดภัยอัตโนมัติ กับหมวกนิรภัย

กิจกรรม “Bike อุ่นไอรัก” ที่กำลังเกิดขึ้นในช่วงเดือนธันวาคมนี้ ทำให้กระแสการปั่นจักรยานมาแรง วันนี้จึงขอยุ่ถึงการนำนวัตกรรมกับเทคโนโลยี IoT (Internet of Things) มาผนวกเข้ากันจนกลายเป็นอุปกรณ์ที่มีระบบรักษาความปลอดภัยอัตโนมัติและสามารถช่วยชีวิตมนุษย์ได้ นั่นก็คือ หมวกนิรภัย หรือที่เราเรียกกันว่า “หมวกกันน็อก” กันจนติดปากนั่นเอง




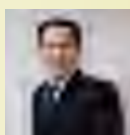
ที่ผ่านมาหมวกนิรภัยช่วยลดการบาดเจ็บหรือตายจากเกิดอุบัติเหตุที่เราไม่คาดคิดได้เยอะ ซึ่งแน่นอนว่าสาเหตุส่วนใหญ่ก็มาจากความประมาทหลังเพลอของผู้ขับขี่ โดยเฉพาะการปั่นจักรยานที่มีผู้คนจำนวนมาก ก็ย่อมมีโอกาสที่ผู้ขับขี่อาจจะล้มเพราะจักรยานเขี้ยวชนกัน หรือจักรยานไปกระแทกกับพื้นถนนที่มีพื้นผิวที่ไม่เรียบ ซึ่งอุบัติเหตุลักษณะนี้ก็เคยมีเป็นข่าวให้เราเห็นกันอยู่บ่อยๆ

ตอนนี้มีผู้คิดนวัตกรรมเพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้กับหมวกนิรภัยคือระบบ MIPS (Multi-directional Protection System) และผสมผสานกับเทคโนโลยี IoT คือ ระบบเซ็นเซอร์ เรียกว่า ANGi (Angular and G-Force indicator) เข้าด้วยกัน โดย MIPS คือ กลไกที่อยู่ภายในหมวกนิรภัยที่อยู่ระหว่างศีรษะของผู้ขับขี่กับตัวของโครงสร้างหมวก MIPS จะรับแรงกระแทกในหลากหลายทิศทาง เมื่อเราล้ม ถ้าเป็นหมวกนิรภัยทั่วไปจะรับแรงในทิศทางเดียวก็คือ ทิศทางของมุมที่เรากระแทกลงไปตรงๆ ซึ่งอาจทำให้เกิดการเคลื่อนที่ของสมองภายในกะโหลกได้ แต่ในหมวกที่มี MIPS นั้น เมื่อมีแรงกระแทกเกิดขึ้น เจ้าตัว MIPS จะทำการ "สไลด์" ตัวมันเองให้สัมพันธ์กับศีรษะเราขณะโดนแรงกระแทก ซึ่งจะช่วยลดการเคลื่อนที่ของสมองที่อาจทำอันตรายให้กับเราได้นั่นเอง



ส่วนระบบเซ็นเซอร์ ANGi เรียกได้ว่าเป็นเทคโนโลยีที่กำหนดที่แจ้งเหตุการณ์ โดยมี gadget (แกดเจ็ต) เป็นอุปกรณ์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์เสริมขนาดเล็ก ที่มีเซ็นเซอร์และติดอยู่ทางด้านหลังของหมวกนิรภัย ซึ่งมีขนาดประมาณ 1 นิ้วหรือ 1.5 นิ้ว มีน้ำหนักไม่ถึงออนซ์ เชื่อมต่อกับสัญญาณบลูทูธกับสมาร์ทโฟน แกดเจ็ตมีระบบที่เรียกว่า "fall detection" การตรวจสอบการตก เมื่อเราสวมใส่หมวกนิรภัย จะมีการแจ้งเตือนการเริ่มต้นขี่ และการแจ้งเตือนเมื่อมีการขี่เสร็จ แกดเจ็ตจะมีเครื่องมือที่คอยตรวจวัดความเร่งและเครื่องวัดการหมุนบนตัวเครื่อง โดยซอฟต์แวร์ถูกออกแบบมาเพื่อแจ้งให้ทราบทันทีหากผู้ขี่ตกออกจากจักรยาน และหากระบบตรวจพบที่เกิดความผิดพลาดขึ้น ระบบจะเริ่มนับถอยหลัง และแจ้งพิกัด GPS ไปยังผู้ติดต่อฉุกเฉินโดยตรง แต่หากคุณไม่เป็นไร คุณก็สามารถหยุดระบบและขี่จักรยานต่อได้ ยอดเยี่ยมไหมครับ

อย่างไรก็ดีถึงเทคโนโลยีจะถูกออกแบบมาเพื่อปกป้องชีวิตของมนุษย์เราก็ตาม แต่เพื่อความไม่ประมาท เราก็ควรเคารพและปฏิบัติตามกฎจราจร เตรียมความพร้อมของร่างกาย ตรวจอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานก็น่าจะเป็นสิ่งที่ดีที่สุด ขอให้ทุกท่านมีความสุขกับการขี่จักรยานนะครับ 



อรรณพ ดำรงพานิชกิจ
ทริส คอร์ปอเรชั่น

iSEC-M: Information Security Certified of Thailand for Management,
CEH: Certified Ethical Hacker, CompTIA Security+, ITIL, MCSA, SJPC, CLP, CCNA



ความหวังของข่าว ที่เป็นกลาง

อินเทอร์เน็ตได้ปฏิวัติรูปแบบการกระจายข่าวสารจากเดิมที่ถูกตีพิมพ์บนกระดาษ มาสู่การเป็นแหล่งข่าวสารออนไลน์ ลดอุปสรรคในการจัดพิมพ์และผลิตข่าวสาร ทำให้ประหยัด ต้นทุนการณ และสามารถส่งตรงถึงโทรศัพท์มือถือ ตลาดใหม่นี้เปิดโอกาสที่จากเดิมข่าวสารจะต้องตีพิมพ์เท่านั้น อีกทั้งยังส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิธีที่พวกเราบริโภคข่าวสารทุกวันนี้

เดิมที เป้าหมายของ social media และเว็บพอร์ทัลข่าวสารนั้น ก็เพื่อสร้างแพลตฟอร์มที่ดีขึ้นให้เราเข้าถึงและเผยแพร่ข้อมูล และเพื่อให้ข่าวเป็นสาธารณะยิ่งขึ้น แต่แล้วอินเทอร์เน็ตก็ได้เร่งการเติบโตและขยายปริมาณของข้อมูลที่เราทุกคนสามารถเข้าถึงได้ ส่งผลให้เกิดสำนักข่าวที่ไม่มีการควบคุม สร้างพื้นที่ที่ทุกคนสามารถเขียนข่าวปลอม สร้างโฆษณาชวนเชื่อทางไซเบอร์ เขียนข่าวที่เกินจริง และตัดต่อภาพปลอมที่แพร่กระจายตัวไปทั่วอินเทอร์เน็ตราวกับไฟฟ้า ช้ำร้ายยิ่งกว่านั้น ความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานนั้นถูกคุกคาม และข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้ก็ถูกบริษัทต่างๆ แอบเก็บอย่างต่อเนื่อง

แพลตฟอร์ม social media รายใหญ่ สำนักข่าวออนไลน์ และเว็บบอร์ดต่างเผยแพร่ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้ และขายข้อมูลเหล่านี้ให้แก่บริษัทโฆษณาที่จะใช้กลุ่มผู้ใช้นี้เป็นกลุ่มเป้าหมายของโฆษณา และระหว่างที่นักโฆษณาเหล่านี้จ่ายเงินให้กับเว็บไซต์สื่อออนไลน์ พวกเขายังมีอำนาจในการควบคุมเนื้อหา ทำให้เกิดการรายงานข่าวที่เอนเอียง ส่งผลให้สาธารณชนทั่วไปเกิดความไม่เชื่อมั่นในสื่อทั่วไป

ใช้บล็อกเชนในการสร้างความเชื่อใจ
ความกังวลที่สำคัญของแหล่งข่าวในยุคดิจิทัลคือ การพิสูจน์ความจริงมีคนจำนวนมากขึ้นที่สร้างความสงสัยและคิดในใจว่าเขาสามารถเชื่อข่าวจากสื่อเหล่านี้ว่าเป็นความจริงได้หรือไม่เปลา่ ด้วยความเห็นในเรื่องความไม่เป็นกลาง และการถูกควบคุมด้วยเจตนาซ่อนเร้นจากผู้ควบคุมและพรรคการเมือง การนำเสนอข่าวในยุคนี้จึงน่าเชื่อถือและโปร่งใสน้อยที่สุดที่ตั้งแต่เคยมีมา

เทคโนโลยีบล็อกเชนสามารถนำมาใช้ในการสร้างระบบนิเวศของข้อมูลรูปแบบใหม่ เทคโนโลยีนี้สามารถที่จะสร้างสภาพแวดล้อมที่ไม่มีศูนย์กลาง

(decentralize) และบันทึกข้อมูลไม่ให้ถูกแก้ไขได้ เพื่อใช้ส่งข้อมูลและป้องกัน การถูกแทรกแซงจากภายนอก ทำให้สื่อปราศจากการถูกเซ็นเซอร์ สตาร์ทอัพสื่อที่อาศัยบล็อกเชนจำนวนหนึ่งกำลังเชื่อมระหว่างผู้อ่านและผู้เขียนด้วยรูปแบบที่ใหม่และดีกว่าเดิม ที่ให้ผู้อ่านสามารถค้นหาและเลือกหัวข้อที่พวกเขาต้องการอ่าน และพิสูจน์แหล่งที่มาของข่าว ชัดเจนความเสี่ยงในการถูกตรวจสอบและตัดทอนจากผู้ผลิตสื่อทั่วไปที่มีศูนย์กลาง โอกาสนี้จะทำให้นักเขียนสามารถหารายได้อย่างสุจริตและทำเงินจากการเผยแพร่คอนเทนต์ของพวกเขา

ข่าวและเอกสารที่ไม่มีศูนย์กลาง

แพลตฟอร์มข่าวสารรายใหม่ๆ กำลังพยายามที่จะ disrupt วงการข่าวสารรูปแบบดั้งเดิมด้วยการ decentralize การจัดการดูแล และสร้างตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยชุมชน ในการสร้างกระจาย และพิสูจน์ข่าว **หนึ่งในประเด็นที่ถูกให้ความสำคัญมากที่สุดก็คือ user-generated content หรือคอนเทนต์ที่ถูกสร้างโดยผู้อ่าน และวิธีที่ผู้สร้างคอนเทนต์และผู้ดูแลคัดสรร (curator) จะได้รับผลตอบแทนโดยต้องไม่มีตัวกลางใดๆ** ยกตัวอย่างเช่น DNN, Civil และ Userfeeds ซึ่งแพลตฟอร์มเหล่านี้คือสื่อข่าวสารที่ไม่มีตัวกลาง (decentralized news) ที่ได้รับค่าตอบแทนหรือเหรียญ token ในการสร้าง ตรวจสอบ และบริโภคข่าวสาร สร้างเครือข่ายนักอ่าน นักเขียน นักตรวจ และสื่อสำนักพิมพ์ ที่การสร้างรายงานข่าวและการพิสูจน์ความจริงได้รับผลตอบแทนเป็นเงิน DNN (Decentralized News Network) **บังคับให้รายงานทุกเรื่องต้องถูกตรวจโดยชุมชนก่อนที่จะสามารถตีพิมพ์ได้** ในทางกลับกัน Civil (<https://civil.co>) สร้าง "ห้องข่าว" และ "สถานี" ที่อำนวยความสะดวกให้แก่การร่วมกันแก้ไข ช่วยรับประกันความแม่นยำและความถูกต้องของ

เนื้อหา ส่วน Userfeeds มีความต่างจาก Civil และ DNN ที่อาศัยคนในชุมชนเพื่อพิสูจน์ความถูกต้องของข่าว **โดย Userfeeds แก้ไขปัญหาข่าวปลอมด้วยการใช้ verifiable token ในการจัดอันดับคอนเทนต์** เหรียญ token นี้จะทำให้นักเขียนสามารถรับรองคอนเทนต์ที่เขาสร้างด้วยการทำให้พวกเขาน่าเชื่อถือ ยิ่งไปกว่านั้น อาศัยการเติบโตของระบบนิเวศของไมโครเพย์เมนต์ (micro-payment) ระหว่างผู้อ่านและนักเขียน บล็อกเชนจะสามารถทดแทนรูปแบบรายได้ที่มาจากโฆษณาของวงการข่าวสารได้

สรุป

นี่เป็นเพียงตัวอย่างส่วนหนึ่งของสตาร์ทอัพที่อาศัยบล็อกเชน ที่แสดงให้เห็นว่าถึงเวลาแล้วที่วงการสื่อจะถูก disrupt และเหมือนเทคโนโลยีอื่นที่กำลังอยู่ในช่วงระยะเริ่มแรก ที่อาจมีเหตุผลให้ไม่มั่นใจว่าไปรเจ็คใหม่เหล่านี้จะประสบความสำเร็จในวงการข่าวได้จริงไหม แต่เราก็เห็นได้ชัดว่า Wikipedia ประสบความสำเร็จในฐานะชุมชนที่ร่วมกันสร้างสารานุกรมเสรีซึ่งมีขนาดใหญ่ไปทั่วโลก ทำให้เกิดความหวังที่แพลตฟอร์มสื่อปราศจากตัวกลางจะค้นหาตัวเองใหม่ให้การเล่าเรื่องสร้างกำไรได้ และทำลายการผูกขาดของสำนักข่าวดั้งเดิม

มีโปรเจ็คจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ที่เริ่มให้ความสนใจกับการใช้งานบล็อกเชน และโอกาสในการสร้างคุณค่าก็มีมหาศาล ไม่ว่าจะอนาคตของบริษัทเหล่านี้จะเป็นอย่างไร แต่สิ่งหนึ่งที่มั่นใจได้คือ การสร้างและบริโภคสื่อ เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่เทคโนโลยีบล็อกเชนสามารถทำให้สั้นคล่องได้ ©TAC



พลิกความคิด ชีวิตเปลี่ยน

เดือนก่อนผมเขียนเรื่องเกี่ยวกับ Mindset จากประสบการณ์ของผมเองเกี่ยวกับเรื่องราวการทำงานของผม ตั้งแต่เริ่มเข้ามาทำงานหลังจากเรียนจบใหม่ๆ เรียกว่าเป็นงานแรกอย่างจริงจังในชีวิตเลยก็ได้ครับ เพราะว่าเป็นงานที่ทำอย่างยาวนานจนถึง 5 ปีเลยทีเดียว

หากจะถามว่า การทำงานที่แรกได้นานขนาดนี้เพราะ Mindset ของผมเกี่ยวกับงานขายดีหรือ คำตอบคือ ไม่ใช่เลย เพราะเมื่อผมมองย้อนกลับไป ผมเห็นความคิด ความเชื่อหลายอย่าง ที่ขัดขวางการเจริญเติบโตของตัวเองหลายเรื่องทีเดียว และยังหากผมค้นลงไปในความคิดของตัวเอง เมื่อตอนทำงานในที่ทำงานถัดมา ยิ่งค้นพบว่า ผมเคยเป็นคนที่ Mindset ในเชิงลบเยอะมาก ทำให้ผมพลาดโอกาสที่ดีในชีวิตไปหลายอย่างเลยทีเดียว

วันนี้ผมจะขอเล่าให้ฟังสักเรื่องนึง ถึงความคิดที่ขัดขวางความเจริญเติบโตหรือ Negative Mindset ของผมในอดีตให้ฟังกันนะครับ อยากบอกเลยว่า มันคือการตีแผ่สิ่งที่เป็นมุมมืดในชีวิตผมเลยก็ว่าได้ ซึ่ง ณ ตอนนั้น ผมไม่รู้หรือว่ามันคือสิ่งที่ขัดขวางการเติบโตในหน้าที่การงานของผม ทำให้ผมไปได้ไม่ไกล ทั้งๆ ที่ผมเชื่อว่าผมมีศักยภาพมากพอที่จะไปได้ไกลกว่าที่เป็นมาก

ลองตามอ่านดูนะครับ ว่าเรื่องราวของผมจะเป็นเช่นไร มีเรื่องไหนตรงกับคุณบ้าง และมีเรื่องไหนที่คุณจะสามารถเรียนรู้จากเรื่องราวของผมได้ คุณจะได้ไม่ต้องเดินผิดซ้ำทางเดียวกับผม และมีชีวิตการทำงานที่รุ่งเรือง เจริญก้าวหน้าได้เต็มศักยภาพจริงๆ

เรื่องก็คือ ผมเคยเป็นคนที่มองโลกในแง่ร้ายและมีมุมมองว่าคนอื่นจะดูถูกความสามารถของผม ความคิดนี้เป็นความคิดที่ทำให้ผมมักจะรู้สึกแย่มากๆ ครั้งที่ทำงานผิด หรือได้รับคำแนะนำให้แก้ไข ในความเป็นจริง คำพูดที่ออกมาแค่ข้อมูลที่ต้องการให้เราพัฒนาหรือปรับปรุง แต่เนื่องจากตัวเราเองมีสภาวะของการดูถูกตัวเองอยู่ก่อนแล้ว จึงผสมผสานบิดเบือนสิ่งที่คนอื่นพูดมาว่า เขากำลัง “ตำหนิ” เรา เขากำลัง “กด” เราให้จม ต้องการให้เราขายหน้า ซึ่งความคิดนี้ ทำให้ผมเกิดสภาวะลบกับคนรอบตัวในการทำงานและไม่อยากสร้างสรรค์ผลงานอะไรสุดท้ายก็จบลงด้วยการลาออก

ผมยังจำเหตุการณ์นี้ได้ดี ช่วงที่ผมเข้าทำงานใหม่ๆ ในองค์กรใหญ่ข้ามชาติแห่งหนึ่ง ระหว่างที่กำลังนั่งประชุมกับแผนกอื่นอยู่นั้น หัวหน้าผมก็หันมาถามผมว่า “คุณเข้าใจมั๊ย ถ้าไม่เข้าใจก็รีบถามนะ” ตอนนั้นผมรู้สึกหน้าชา เพราะตีความไปว่า หัวหน้า

กำลังหักหน้าผม และกำลังดูถูกว่าผมโง่ต่อหน้าที่ประชุม ผมเก็บเรื่องนี้ไว้นาน เล่าให้คนอื่นฟัง ฟังไปทั่วว่า “โดนหักหน้า” คนที่ได้ยินก็เห็นด้วยว่าใช่เลย ยิ่งทำให้ผมคอนเฟิร์มกับตัวเองว่า คิดถูก หัวหน้าทำผิด เป็นหัวหน้าที่แย่มากจริงๆ

แม้ผมจะลาออกมาจากที่ทำงานนั้นมาหลายปีแล้ว เรื่องนี้ก็ยังฝังใจมาตลอด **จนวันหนึ่งที่ผมได้มีโอกาสได้รู้จัก วิชา NLP – Neuro Linguistic Program ที่สอนเกี่ยวกับเรื่องการทำงานของสมอง และการตีความของคนเรา จากเรื่องราวในชีวิตที่สะสมมา จนเรามีความเชื่อว่า “โลก” เป็นเช่นนั้นและโดยไม่สนใจ “ความเป็นจริงที่ไม่ปรุงแต่ง” ของสิ่งที่เกิดขึ้น** พอผมมีความรู้และได้ลองแยกแยะ ชำแหละ เรื่องราวออกมาก็ละชั้นทีละชั้น ผมก็ค้นพบความจริงว่า เหตุการณ์ในที่ประชุมวันนั้น แท้จริงแล้วมันเป็นเพียงแค่การถามผมธรรมดาๆ ว่าผมเข้าใจหรือไม่ หากไม่เข้าใจก็ให้ถาม นั่นคือสิ่งที่หัวหน้าผมตั้งใจจะพูดกับผม แต่เรื่องการหักหน้า การดูถูกนั้น เป็นสิ่งที่ผมปรุงแต่ง และตีความไปเองทั้งสิ้น

ผมใช้ความรู้สึกส่วนตัวในการผสมผสานเรื่องราวให้เป็นไปอย่างที่ผมต้องการ โดยไม่สนใจว่า เรื่องราวนั้นส่งผลอะไรกับเราบ้าง ผมเพิ่งค้นพบว่าในตอนนั้นผมเป็นคนที่ดูถูกตัวเองอย่างร้ายกาจ ขาดความเชื่อมั่นในตัวเอง มองเห็นตัวเองเป็นคนตัวเล็กๆ คนหนึ่งที่ไม่มีความสามารถอะไร มองเห็นแต่ด้านที่ไม่ดีของตัวเอง ไม่เคยให้กำลังใจตัวเองเลย สิ่งที่เหมาะสมอยู่นี้ ทำให้ผม “สร้าง” โลกที่มีด่าให้ตัวเอง โดยไม่ได้สนใจผลลัพธ์ที่ตามมาเลยว่า เราทุกข์ขนาดไหน เพราะคิดว่าความทุกข์เป็นเรื่องปกติ เราต้องทุกข์ มันถึงคราวดวงตกของเรานั้นเอง

NLP ทำให้ผมเข้าใจใหม่ว่า โลกใบนี้เป็นไปได้ทุกอย่างตามที่เรามอง หากเราจะมองให้สวยงาม เราก็ทำได้ ทำไมนะ หรือ ก็ตอนที่เรามองให้มันเลวร้าย เรายังเลือกที่จะมองให้เลวร้ายได้เลย แล้วทำไมเราไม่เลือกมองให้มันสวยงามเป็นสุข และส่งเสริมตัวเราเล่า **โลกนี้ไม่ได้เปลี่ยนไป แต่เราสามารถเปลี่ยนเรื่องราวในหัวของเราได้ “ตีความใหม่” เราก็ได้เรื่องใหม่ๆ มาทำให้ชีวิตของเราเจริญก้าวหน้าและมีความสุขได้อย่างไม่ยากเลย**

หากวันนั้นผมเลือกตีความในเชิงบวกกับเรื่องในที่ประชุม ผมจะได้เรื่องราวใหม่ๆ ที่ดีๆ ในหัวผมว่า

1. หัวหน้าห่วงกลัวไม่เข้าใจ
2. หัวหน้าให้โอกาสผมแสดงศักยภาพ ถามคำถามที่ได้ออกไป
3. หัวหน้ากำลังให้ความสำคัญ มองผมเป็นตัวหลักของทีม
4. หัวหน้าต้องการให้คนรู้จักผม มีตัวตน
5. หัวหน้าอยากอวดลูกน้องอย่างผม เขาภูมิใจที่มีคนเก่งๆ ในทีม

ทุกอย่างเป็นไปได้ใช่ไหมครับ และฝึกให้คิดแบบนี้ได้ด้วย แต่ตอนนั้นผมคิดอะไรแบบนี้ไม่ได้เลย อย่างที่บอกไป ตอนนั้นโลกของผมมันเลวร้าย มีแต่การดูถูกตัวเอง ขาดความเชื่อมั่น มองออกไป ทางไหนก็มีแต่เรื่องลบๆ ทั้งๆ ที่เรื่องจริงมันมีอีกด้านให้เราเลือกมอง และถ้าหากผมคิดได้อย่างนี้ ในวันนั้น ชีวิตผมจะเป็นอย่างไร ผมก็จะสนุกกับงาน จนไม่ต้องลาออก ผมอาจจะโดดเด่นจนเข้าตาทีมบริหาร และมีโอกาสเติบโตในระดับประเทศก็เป็นได้ หรือป่านี่ผมอาจจะ เป็น CEO อยู่ต่ออีกครึ่งปีครึ่งหนึ่งไปแล้วก็ได้ ใครจะไปรู้

ก่อนที่ผมจะประสบความสำเร็จในการเป็นโค้ชทางด้าน Mindset และโค้ชด้าน NLP ในวันนี้ ผมยังมีเรื่องราวของการพลาดอีกหลายเรื่องที่ผมได้เรียนรู้จากมันและนำมาปรับเพื่อพลิกชีวิตของผมใหม่ ซึ่งผมยินดีนำมาแบ่งปัน และเชื่อว่าคุณๆ ก็อาจจะเคยประสบเหตุการณ์เช่นนี้มาบ้างไม่มากก็น้อย ไว้ฉบับหน้าผมจะมาเล่าเป็นอุทาหรณ์เพิ่มเติมให้ฟังกันอีกนะครับ **©TAC**



กฎ 20-80

สำหรับนักการตลาดที่ต้องรู้ (ตอนที่ 2)

ตอนที่แล้ว ผมพูดถึงเรื่องการนำกฎ 20-80 มาใช้ในการวิเคราะห์ลูกค้า โดยเน้นไปที่การขายเป็นหลัก มาในตอนนี้เราจะนำกฎ 20-80 มาประยุกต์ใช้ทางการตลาดกันครับ

กฎ 20-80 กับ CRM

พูดถึง CRM (Customer Relationship Management) เชื่อว่าหลายคนในแวดวงการตลาดคงรู้จักกันเป็นอย่างดี เพราะปัจจุบันเป็นสิ่งสำคัญยิ่งสำหรับองค์กรในการที่จะรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าเก่าของคุณไว้ให้ดีที่สุด แต่ในตอนนี้ผมจะยังไม่พูดถึงถึงเทคนิคสำหรับ

การทำ CRM แต่จะพูดในมุมมองของการนำกฎ 20-80 มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้การทำ CRM ของคุณได้ผลลัพธ์สูงสุดและคุ้มค่า

เมื่อคุณได้รู้ถึงพลังของกฎ 20-80 แล้ว คุณก็จะรู้ว่าแนวโน้มของเหตุการณ์หลายๆ สิ่ง หรือความเป็นไปของหลายๆ อย่าง จะมีความโน้มเอียงไปเป็นในสัดส่วนดังกล่าว **ที่สำคัญอันดับแรกก็คือ ลูกค้ารายใหญ่ที่อยู่ในสัดส่วน 20% ที่เป็นลูกค้าสำคัญ ซื่อเออะ หรือซื่อเป็นประจำ ใช้บริการเป็นประจำ คุณจะต้องแยกลูกค้ากลุ่มนี้ออกมาให้เด่นชัด** จะต้องไม่นำไปปะปนกับลูกค้าส่วนที่เหลือ

อีก 80%

และเวลาที่你会จะทำ CRM ให้กับลูกค้า คุณต้องตระหนักถึงลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษด้วยทุกครั้ง หรือในอีกมุมหนึ่งก็คือ คุณควรมี CRM ที่พิเศษและแตกต่างให้กับลูกค้ากลุ่มนี้เลย ยกตัวอย่างเช่น ในห้างต่างๆ หลายแห่งจะกันที่จอดรถไว้ให้เป็นพิเศษสำหรับลูกค้ากลุ่มพิเศษนี้เลย โดยที่จอดรถจะอยู่ชั้นล่าง ไม่ต้องเสียเวลาไปวน มาถึงเข้าจอดได้เลย มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลเป็นพิเศษ หรือใน Shop ของโทรศัพท์มือถือบางแบรนด์ จะแยกห้องพิเศษตกแต่งสวยงามให้กับลูกค้า VIP กลุ่มนี้เลย ฯลฯ



ไม่ว่าคุณจะทำธุรกิจอะไรก็ตาม จำเป็นที่คุณจะต้องใส่ใจดูแลลูกค้ากลุ่ม 20% นี้เป็นพิเศษ เพื่อสร้างความประทับใจ และ Wow Experience ให้กับลูกค้ากลุ่มนี้อย่างสม่ำเสมอ หากคุณทำได้เช่นนี้ ลูกค้ากลุ่มนี้ก็จะ是客户ค่าที่ภักดีกับสินค้าหรือบริการของคุณไปอีกนานแสนนาน

อย่างไรก็ตาม คุณจะละเลยหรือทอดทิ้งลูกค้ากลุ่ม 80% ไม่ได้นะครับ เพียงแต่คุณต้องแยกระดับการบริการ หรือระดับของสิทธิ์ให้โดดเด่นแตกต่างกัน ทำให้เห็นว่าหากใครมาเป็นลูกค้าประจำหรือเป็นลูกค้าคนสำคัญแล้ว จะได้รับสิทธิ์ระดับ VIP ที่เหนือระดับ จนใครๆ ก็อยากจะเปลี่ยนมาเป็นด้วยเหมือนกัน

กฎ 20-80 ทางด้านการโฆษณา

หากคนที่เห็นความสำคัญด้านการตลาด ก็จะต้องเห็นความสำคัญในการโฆษณาด้วย แต่ไม่ใช่หมายถึงต้องใช้เงินมากมายมาทุ่มให้กับโฆษณานะครับ การโฆษณาในปัจจุบันทำได้หลายรูปแบบ ถ้าเก่งจริงอาจแทบไม่ต้องใช้เงินเลย เช่นการใช้ Facebook Page มาในการสร้าง Awareness และ Branding แต่นั่นก็ต้องเป็นความสามารถเฉพาะตัวของคนๆ นั้น หรือของบริษัท

นั้นๆ จริงๆ เพราะการสร้างตัวตนใน Social Media เช่น Facebook ไม่ใช่เรื่องง่ายๆ ที่ใครๆ ก็ทำได้นะครับ

แต่หากต้องการเห็นผลไวหน่อย ไม่ต้องการไปงมหาทางในการสร้างตัวตนให้โด่งดังใน Social Media แบบที่พยายามแล้วพยายามเล่าก็ยังไปไม่ถึงฝันซักที ดังนั้นก็คงต้องใช้โฆษณาเข้ามาช่วยเป็นทางลัด

และแน่นอนครับว่า เมื่อใช้โฆษณามาช่วย ก็ต้องใช้เงิน แล้วการใช้โฆษณานี้มันก็ไม่ได้แปลว่าจะได้ผล 100% ต้องมีการลองผิดลองถูกกันซักระยะหนึ่ง สำหรับบริษัทใหญ่ๆ จะทำโฆษณาให้ได้ผลส่วนใหญ่ก็จะผ่านไปทาง Agency ด้านโฆษณา ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญเยอะ แต่ค่าใช้จ่ายก็สูงมาก ดังนั้นสำหรับบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งยังไม่พร้อมจะจ่ายมากขนาดนั้น ก็มีทางลัด โดยเฉพาะการโฆษณาทาง Online, Social Media ซึ่งค่าใช้จ่ายเริ่มต้นไม่สูงมากนัก และส่วนใหญ่สามารถกำหนดค่าใช้จ่ายต่อเดือนได้ค่อนข้างดี ทำให้การใช้งบไม่บานปลาย

หากคุณไม่ได้มีวิศวกรตลาดแบบเซียน หรือยังไม่มีประสบการณ์ด้านการตลาดมากนัก การเริ่มต้นก็คือการทดลองทำโฆษณาต้นแบบขึ้นมา ซึ่งหลายๆ คนก็จะใช้เทคนิค A/B Testing หรือพูดง่ายๆ ก็คือ การทำโฆษณาขึ้นมา 2 ชนิดที่แตกต่างกัน แล้วคอยติดตามวัดผลว่าโฆษณาไหนมันเวิร์ค อันไหนไม่เวิร์ค เพื่อจะได้เห็นและนำสิ่งที่ทำโฆษณาไปแล้วได้ผลลัพธ์ที่ดีนั้นมาใช้จริง ซึ่งเทคนิคนี้ในความเห็นผม ผมว่ามันก็โอเค แต่ผมลองมองลึกไปอีกชั้นหนึ่ง (เมื่อผมศึกษาเรื่องกฎ 20-80 นี้) **นั่นก็คือแทบทุกสิ่งจะมีแนวโน้มเป็นไปตามกฎนี้ โดยเฉพาะเมื่อความมีประสิทธิภาพและความไม่มีประสิทธิภาพทำงานร่วมกันแบบสุ่ม**

ดังนั้น ในมุมมองของผมที่อยากจะแนะนำก็คือ **หากคุณยังไม่รู้ว่าจะทำโฆษณาอันไหนที่มันเวิร์ค หรือเคยทำแล้วแต่มันไม่ค่อยเวิร์ค สิ่งที่ผมแนะนำก็คือ คุณควรทำ A-B-C-D-E Testing ครับ**

A-B-C-D-E Testing

เป็นอีกขั้นของการทดลองทำโฆษณา เพื่อหารูปแบบโฆษณาที่มันดีที่สุดที่เข้ากับสินค้าหรือบริการของคุณ ทำไม่ต้องทำถึง 5 รูปแบบแทนที่จะเป็นแค่ 2 (A/B Testing) สาเหตุก็เพราะการทำแค่ 2 มีแนวโน้มที่จะน้อยเกินไปกว่าเราจะพบสิ่งที่ใช่ **เพราะสิ่งที่ใช่ มันมีโอกาสประมาณ 15% - 20% เท่านั้น (ตามกฎ 20-80 ใจครับ) หรือหมายถึงทำ 5 ครั้ง มีโอกาสพบสิ่งที่ใช่ หรือสิ่งที่ดีเยี่ยม ประมาณ 1 ครั้ง**

ดังนั้นหากคุณมีเวลาและมีงบประมาณ และพบปัญหาว่ายังไม่เจอโฆษณาที่ทำแล้วเวิร์ค ยังไม่ได้รับผลตอบแทนที่ดี ยังไม่ได้รับ Conversion มาเป็นยอดขายตามที่ต้องการ **ผมก็ขอแนะนำให้ลองทำ A-B-C-D-E Testing ดูครับ** ทำให้มันแตกต่างกันสัก 5 แบบ 5 ประเภท หรือ 5 สไลด์ ผมเชื่อว่าแล้วคุณจะเริ่มพบกับรูปแบบที่มันใช้มากขึ้นกว่าเดิมแน่นอนครับ และเมื่อพบแล้วคุณก็จะได้นำริมโฆษณาแบบนั้นมาปรับใช้จริงต่อไป ซึ่งจะ ทำให้โฆษณาของคุณมีประสิทธิภาพดีเยี่ยมมากกว่าเดิมและคุ้มค่ากับเงินที่ลงทุนไป ไม่ต้องเสียเงินไปเปล่าประโยชน์เหมือนที่ผ่านๆ มาครับ **@TAC**

หากคุณอยู่ในสภาวะเหล่านี้...ได้เวลาเติมความสุขในการทำงานแล้วนะคะ

- รู้สึกเหนื่อย เบื่อหน่าย หหมดแรง
- อยู่ในภาวะเครียด กอดดัน กังวลใจ
- งานท่วมโต๊ะ ทำอะไรก็ไม่เสร็จสักอย่าง
- เกิดอาการครั่นเนื้อครั่นตัว ร้อนๆ หนาวๆ เป็นประจำเมื่ออยู่ในที่ทำงาน
- ทำงานให้ผ่านไปวันๆ อยากพักหรือนอนยาวๆ ไม่มีเรื่องงานมาวุ่นวายใจน่าจะเป็นดีที่สุด

อาการเหล่านี้ เป็นอาการยอดฮิตเลยก็ว่าได้ เพราะเป็นที่แพร่หลายและได้ยินจนชินหูจากเพื่อนพนักงานในหลายๆองค์กร

อาการเหล่านี้ บ่งบอกถึงการเสียสมดุลในการทำงาน ซึ่งไม่มีใครอยากให้เกิดขึ้นเลยทั้งกับตนเองและทีมงาน

อาการเหล่านี้ จะไม่มีทางหายหรือดีขึ้น หากเรา**มัวแต่ทำงาน จนลืม...เติมความสุขในการทำงาน**

เติมความสุข
...ในการทำงาน



BE
HAPPY

วิธีการเติมความสุขในการทำงาน

เป็นการทำความเข้าใจและนำพลังใจมาช่วยเติมเต็มให้เราสามารถทำงานในแต่ละวันได้ดียิ่งขึ้น พลังใจที่ว่านี้มีอยู่ในตัวเราทุกคน อยู่ที่ว่าจะเรียนรู้และนำออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้เพียงใด และเมื่อเรานำพลังดังกล่าวออกมาใช้ได้มาก ความสุขที่เกิดจากความแข็งแกร่งทางจิตใจจะเพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณ

การได้ทำงานที่ตนรักเป็นความโชคดีที่สุดที่เราทุกคนต่างแสวงหา แต่ในความเป็นจริงยังมีคนอีกจำนวนมากที่ต้องทนทำงานที่ตนไม่ได้รับด้วยสาเหตุหลายประการ จะด้วยเหตุใดก็ตาม เราไม่ควรปล่อยให้ความรู้สึกที่ต้องทนทำงานที่ตนไม่ได้รับมาสร้างความทุกข์ทรมานใจให้เราอีกต่อไป

เพราะงานที่ยุ่งมาก ยุ่งจนลืมนึกถึงสิ่งดีๆ ที่ซ่อนอยู่ในตัวเรา ซึ่งเป็นพลังใจที่จะช่วยให้เรารักงานที่เราทำได้มากกว่าเดิมแน่นอน

ขอชวนคุณมาเริ่มกระบวนการเติมความสุขกันนะ

พลังใจที่ 1 เกิดจากการทำหน้าที่ที่ถูกต้อง

เพราะงานที่ยุ่งมาก ยุ่งจนลืมนึกถึงสิ่งดีๆ ที่ซ่อนอยู่ใน...งานที่ทำ

การทำงานเป็นการพิสูจน์คุณค่าในตัวเราได้ดีที่สุด เพราะเป็นโอกาสที่เราได้ใช้ความรู้ความสามารถ ทักษะที่เชี่ยวชาญ รวมถึงคุณสมบัติเด่นในตัวเรา เช่น ภาวะผู้นำ การสื่อสาร การทำงานเป็นทีม เพื่อให้งานที่รับผิดชอบสำเร็จลุล่วงอย่างดีที่สุด

ยิ่งเรานำคุณค่าที่โดดเด่นในตนเองออกมาใช้ในการทำงานมากเท่าใด เราจะพบว่า ไม่ว่าหน้าที่อะไร เราก็สามารถสร้างความสุขในการทำงานได้เสมอ นำมาซึ่งความภูมิใจในการทำงาน ซึ่งตัวเราจะรับรู้ได้เอง และจากกระแสวิพากษ์วิจารณ์จากคนอื่นที่ขอบคุณและชื่นชมเรา

พลังใจที่ 2 เกิดจากการทำหน้าที่เพื่อคนที่เรารัก

เพราะงานที่ยุ่งมาก ยุ่งจนลืมนึกถึงสิ่งดีๆ ที่ซ่อนอยู่ใน...การทำเพื่อคนที่เรารัก

จากคำถาม “คุณทำงานหนักเพื่อใคร” ไม่ว่าคำตอบจะเป็นใครบ้าง เขาคือพลังที่อยู่ในใจเราเสมอ **เมื่อรู้สึกเหนื่อยมากกับปัญหาต่างๆ ลองนึกถึงเขาเหล่านั้นนะ พลังใจจะพุ่งขึ้นมาทันทีและเราจะพร้อมสู้ต่ออย่างมีพลังแน่นอน**

พลังใจที่ 3 เกิดจากการช่วยเหลือสังคม

เพราะงานที่ยุ่งมาก ยุ่งจนลืมนึกถึงสิ่งดีๆ ที่ซ่อนอยู่ใน...การได้ช่วยเหลือผู้อื่น

อีกหนึ่งความภาคภูมิใจที่บางครั้งเราไม่ได้นึกถึงนะ เงินรายได้ทุกเดือนของเราถูกหักภาษีนำเข้ารัฐ และเงินเหล่านี้ถูกนำไปช่วยเหลือสังคมในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม นั่นคือทุกวินาทีที่คุณทำงาน คุณได้สร้างสิ่งดีๆ ได้ช่วยเหลือผู้อื่นไปด้วยนะ

แม้งานจะยุ่งมากแค่ไหน ขอให้รักษาสมาดุลระหว่างการทำงานและการเติมความสุขในการทำงาน เพื่อให้เราสามารถทำงานได้ประสิทธิภาพสูงสุด และส่งผลดีต่อสุขภาพร่างกายและจิตใจของเราด้วยนะ @TAC

KM สำคัญกับองค์กรอย่างไร

แน่นอนว่าการจัดการความรู้ (Knowledge Management) หรือ KM ไม่ใช่เรื่องใหม่สำหรับผู้บริหารที่พัฒนาองค์กรอยู่ตลอดเวลา และถึงแม้ KM จะเป็นเครื่องมือที่มีการใช้อย่างแพร่หลายทั่วโลกติดอันดับ Top 10 เมื่อกว่า 10 ปีมาแล้ว แต่ความนิยมได้ลดลงในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับกระแสของ Big Data และ Innovation ที่กำลังมาแรง ซึ่งสาเหตุหลักคือ “ใช้แล้วไม่ค่อยเห็นผลในการปรับปรุงหรือพัฒนาองค์กรที่เป็นรูปธรรม”

อย่างไรก็ตามในยุคที่การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเร็ว และบ่อยครั้งเป็นการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกโฉม หรือ Disruption “ความรู้” จึงยิ่งทวีความสำคัญขึ้น เพราะความรู้ที่ถือเป็นสินทรัพย์ทางปัญญาขององค์กร (Organizational assets) ที่สร้างคุณค่าได้อย่างไม่มีขอบเขต องค์กรที่สามารถเข้าถึง แบ่งปัน ใช้ และสร้างความรู้ที่ต้องการได้รวดเร็วขึ้น ผู้บริหารจะสามารถตัดสินใจได้ดีขึ้น เร็วขึ้น รวมถึงปรับเปลี่ยนและพัฒนาองค์กรได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ และนำหน้าคู่แข่งได้ตลอดเวลา

ทั้งหมดนั้นจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้บริหารมีความเข้าใจใน KM และรู้ว่าจะนำ KM มาใช้ในเชิงกลยุทธ์ได้อย่างไร นอกจากนั้นหากสามารถบูรณาการ KM กับระบบบริหารจัดการอื่นๆ ได้ก็จะทำให้ความสามารถและผลการดำเนินการโดยรวมขององค์กรดีขึ้น สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างรวดเร็ว

โดยองค์กรส่วนใหญ่ มักประสบปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ในประเด็นดัง 5 ข้อต่อไปนี้

1. ไม่สามารถถ่ายโอนความรู้ฝังลึกที่สำคัญ (Critical tacit knowledge) จากบุคลากรผู้ที่มีประสบการณ์ไปสู่บุคลากรอื่นได้อย่างทันการณ์ และมีประสิทธิผล (ความรู้ติดตัวไปกับบุคลากรที่เกษียณ หรือออกจากองค์กร)
2. ต้องใช้เวลานานในการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรใหม่ให้พร้อมทำงาน
3. ไม่สามารถค้นหาและขยายผลแนวทางการปฏิบัติที่ดีให้ทั่วถึงทั้งองค์กร
4. ไม่ได้เก็บรวบรวม หรือนำบทเรียนในอดีตมาใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงการทำงาน
5. ไม่สามารถนำข้อมูลทั้งภายในและภายนอกมาวิเคราะห์ในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ เพื่อสร้างโอกาสการเติบโตให้กับองค์กร

ทั้งหมดจึงเป็นเหตุผลที่ผู้บริหารนำ KM มาใช้เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว แต่จากงานวิจัยของ APQC (American Productivity and Quality Center) พบว่าองค์กรที่สามารถบรรลุเป้าหมายของการทำ KM มีน้อยกว่า 40% ซึ่งจากประสบการณ์ของผู้เขียนพบว่า การทำ KM ในองค์กรไทยส่วนใหญ่เน้นกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือนำ KM tools มาใช้เป็นเรื่องๆ เช่น ใช้ Community of Practices (CoPs) เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือจัดทำเอกสารเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน (ส่วนใหญ่เป็นคู่มือ) โดยวัดผลเป็นจำนวนคนที่เข้าร่วมกิจกรรม จำนวนครั้งของกิจกรรม KM หรือจำนวนองค์ความรู้ที่ได้ (คู่มือหรือเอกสารกระบวนการทำงาน) **แต่ไม่ได้วัดว่า KM ช่วยทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ หรือประสิทธิผลดีขึ้นมากน้อยเพียงไร** ทั้งนี้เพราะผู้บริหารยังขาดความเข้าใจเรื่องของกระบวนการ KM (KM process) **ว่าเป็น “วงจรการเรียนรู้” ที่ต้องหมุนให้ครบวงจรจึงจะเกิดความรู้ใหม่** ซึ่งเกิดจากการใช้ความรู้ที่ได้จากการสกัด แบ่งปัน การวิเคราะห์เพื่อการตัดสินใจ และการปรับปรุงหรือการสร้างนวัตกรรม

ดังนั้น KM จึงเป็นรากฐานสำคัญของระบบการเรียนรู้ขององค์กรที่จะนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ใหม่เพื่อการปรับปรุงแบบต่อเนื่อง หรือแบบก้าวกระโดดซึ่งเป็นกลไกสำคัญของการเติบโตยกระดับความสามารถและศักยภาพขององค์กรนั่นเอง

ด้วยเหตุดังกล่าวกรอบการบริหารจัดการส่วนใหญ่จึงได้มีข้อกำหนดเกี่ยวกับ KM ไว้มากน้อยแตกต่างกัน ขึ้นกับจุดเน้นของกรอบการบริหารจัดการนั้นๆ เช่น กรอบการบริหารจัดการเพื่อความเป็นเลิศของประเทศสหรัฐอเมริกา หรือที่เรียกว่า Baldrige Excellence Framework ซึ่งเป็นกรอบการบริหารจัดการที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกกว่า 90 ประเทศ ว่าสามารถใช้เป็นแนวทางในการยกระดับองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศได้ สำหรับประเทศไทยนั้นก็ได้มีการนำ Baldrige Excellence Framework มาใช้เป็นแนวทางในการจัดทำเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติ (Thailand Quality Award criteria) เกณฑ์การประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (SEPA criteria) รวมทั้งเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA criteria)



Baldrige Excellence Framework
 (<https://www.nist.gov/baldrige/publications/baldrige-excellence-framework>)

เกณฑ์ Baldrige ได้ระบุเรื่องการจัดการความรู้ไว้ในข้อกำหนดหมวด 4 หัวข้อ 4.1 : การวัด วิเคราะห์และการจัดการความรู้ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2546 โดยในเกณฑ์ปี 2017-2018 เนื้อหาครอบคลุมกระบวนการ KM การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร การนำ Best Practices ทั้งภายนอกและภายในมาใช้ และขยายผลทั่วทั้งองค์กร การรวบรวมและนำข้อมูลจากแหล่งต่างๆ รวมทั้งจาก Social media ในรูปแบบที่หลากหลาย มาวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ เป็นต้น



สำหรับ International Organization for Standardization (ISO) ได้เริ่มนำเรื่องการจัดมาตรฐาน ISO 9001 เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2558 คือมาตรฐาน ISO 9001:2015 โดยให้เป็นข้อกำหนดย่อย 7.1.6 หัวข้อ “ความรู้ขององค์กร” ซึ่งเนื้อหาครอบคลุมกระบวนการ KM เช่นเดียวกัน **ได้แก่ การกำหนดความรู้ที่สำคัญ การรักษา สร้าง เข้าถึง และแบ่งปันความรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร** และในเดือนพฤศจิกายนปีนี้เอง (พ.ศ. 2561) หน่วยงาน ISO ได้ออกมาตรฐาน ISO 30401:2018 ซึ่งเป็นมาตรฐาน KM โดยข้อกำหนดครอบคลุมมิติที่สำคัญของ KM แบบองค์รวม เช่น ความสำคัญของผู้นำองค์กรในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจนของ KM ที่เชื่อมโยงกับทิศทางขององค์กร การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การขับเคลื่อนการจัดการความรู้ผ่านระบบบริหารจัดการต่างๆ ได้แก่ การวางแผนกลยุทธ์ การจัดการกระบวนการจัดการทรัพยากรบุคคล เป็นต้น รวมทั้งการติดตามประเมินผลและปรับปรุงระบบการจัดการความรู้อย่างต่อเนื่อง มีคำนิยามที่ชัดเจนของคำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ KM รวมทั้งอธิบายถึงความเชื่อมโยงและความแตกต่างของการสาขาอาชีพอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

KM ยังมีบทบาทสำคัญที่ช่วยให้องค์กรที่มุ่งสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้บรรลุเป้าหมายได้เร็วขึ้น เพราะกระบวนการ KM เป็นหนึ่งในองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรมีการสร้าง แลกเปลี่ยน และใช้ความรู้ทั้งภายในและภายนอกอย่างรวดเร็ว ทว่าถึงและมีประสิทธิผล นำไปสู่การเรียนรู้ในระดับองค์กรซึ่งเป็นหลักสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรทั่วทั้งองค์กร

นอกจากนี้ ผลงานวิจัยส่วนใหญ่ยังชี้ให้เห็นว่า KM มีความเชื่อมโยงกับนวัตกรรม (Innovation) ไม่ว่าจะเป็นการกระบวนการจัดการนวัตกรรม ความสามารถด้านนวัตกรรม และ/หรือผลลัพธ์ด้านนวัตกรรม ซึ่งความสามารถด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม เป็นความสามารถที่องค์กรจำเป็นต้องมีหรือต้องพัฒนาเพื่อให้ทันการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วในปัจจุบันและเตรียมพร้อมสำหรับ Thailand 4.0

ดังนั้นการจะทำ KM ให้ประสบความสำเร็จนั้น องค์กรต้องเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบสำคัญของ KM **นั่นคือ คน (ในทุกกระดับต้องเห็นความสำคัญและทำตามบทบาท) กระบวนการ KM (ต้องหมุนครบวงจร) และเทคโนโลยี (ช่วยให้ผู้ต้องการความรู้ได้ความรู้ที่ต้องการในเวลาที่ต้องการ)**

ที่สำคัญคือความเชื่อมโยงของระบบบริหารจัดการต่างๆ ที่มีผลต่อกัน 3 องค์ประกอบ ด้วยการใช้อำนาจกำหนดเกี่ยวกับ KM ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกรอบการบริหารจัดการต่างๆ ดังได้กล่าวมาแล้ว หรืออาจใช้มาตรฐาน ISO 3040:2018 เป็นแนวทางในการทำ KM ก็ได้ เพราะมาตรฐานดังกล่าวจะช่วยให้ผู้บริหารนำเอาปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ KM มาพิจารณาและดำเนินการแบบองค์รวม ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรสามารถแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความรู้ดังกล่าวมาข้างต้น

โดยสรุปหากผู้บริหารมีความเข้าใจและใช้ KM ได้อย่างมีประสิทธิภาพ KM จะสามารถช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ปรับเปลี่ยนได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน **@TAC**



ยูนิคอร์น เป็นการเรียกกลุ่มสตาร์ทอัพที่สามารถสร้างความสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว โดยมีการเติบโตด้านมูลค่าของบริษัทมากกว่า 1 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ตามนิยามที่ใช้กันทั่วไป

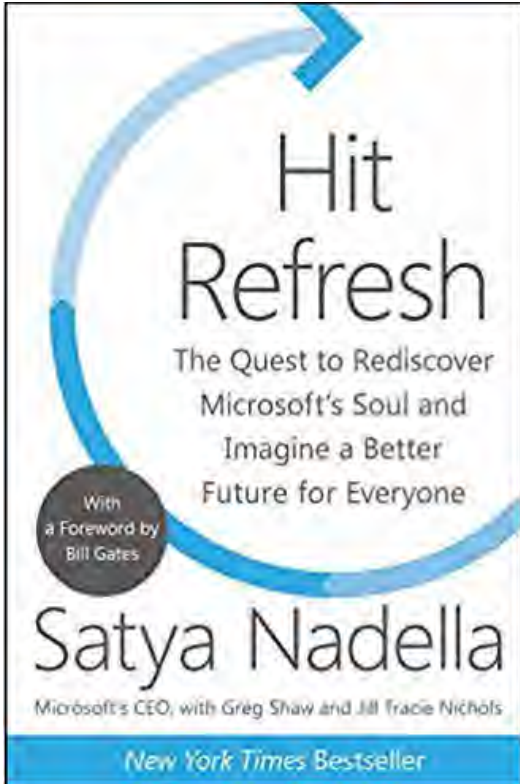
ทั้งนี้ Aileen Lee นักลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพได้เป็นผู้บัญญัติขึ้น ด้วยการใช้สัตว์ในตำนานอย่างยูนิคอร์นเป็นสัตว์ที่มีลักษณะคล้ายม้าและแพะ มีเขาเกลียวแหลมขนาดใหญ่ออกมาจากหน้าผาก **เป็นตัวแทนของการหาได้ยากของสตาร์ทอัพกลุ่มที่สร้างความสำเร็จจากการลงทุน เนื่องจากธุรกิจของสตาร์ทอัพมักมีความเสี่ยงที่สูงกว่าธุรกิจปกติอยู่โดยธรรมชาติ**

จากข้อมูลของ TechCrunch ซึ่งเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลสตาร์ทอัพ ได้เผยว่า ณ เดือนมีนาคม 2561 นี้ มียูนิคอร์นมากถึง 279 บริษัท โดยมีสัญชาติกระจายอยู่ใน 22 ประเทศเท่านั้น มากที่สุดใน 2 ประเทศหลักคือ จีน (131) และสหรัฐฯ (76) ซึ่งสตาร์ทอัพที่มีมูลค่าสูงที่สุดในการระดมทุน 3 อันดับแรก ได้แก่

Ant Financial บริษัทให้บริการทางการเงินของกลุ่มอาลีบาบาที่รู้จักกันในชื่อของ Alipay ที่เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิวัติพฤติกรรมการใช้จ่ายของคนจีน ที่มีมูลค่า 150 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

Bytedance บริษัทให้บริการบนอินเทอร์เน็ตที่ใช้เทคโนโลยี Machine Learning & AI (Artificial Intelligence) จากจีน มูลค่า 75 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

Uber บริษัทให้บริการแท็กซี่ที่ใหญ่ที่สุดในโลกจากสหรัฐฯ มูลค่า 72 ล้านเหรียญสหรัฐฯ [@TAC](#)



Hit Refresh (2016)
พลิกธุรกิจด้วยวิถีไมโครซอฟท์

เขียน: Satya Nadella, Greg Shaw & Jill Tracie Nichols
แปล: จารุจรรยา คณมิสุข (2561)



หนังสือเล่มนี้เขียนโดย สัตยา นาเดลลา ซีอีโอคนที่สามของไมโครซอฟท์ บริษัทซอฟต์แวร์อายุกว่า 40 ปี ที่มีอิทธิพลอย่างสูงต่อโลกและธุรกิจ ในยุคปัจจุบัน ระบบปฏิบัติการและซอฟต์แวร์สำนักงานของไมโครซอฟท์ ครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในอุปกรณ์คอมพิวเตอร์มายาวนานเท่ากับ อายุของบริษัท และล่าสุดในเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมา ไมโครซอฟท์ สามารถกลับมาครองตำแหน่งบริษัทที่มีมูลค่าสูงสุดจากราคาหลักทรัพย์ ที่เพิ่มขึ้นจนแซงหน้าแอปเปิล ยักษ์ใหญ่ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ของโลก

ศูนย์กลางการเติบโตของไมโครซอฟท์ที่ท่ามกลางการบริหารงานของผู้ก่อตั้งอย่างบิล เกตส์ และซีอีโอคนต่อมา สตีฟ บัลเมอร์ คือ วินโดวส์ (windows) แต่สัตยา ต้องสร้างความเติบโตครั้งใหม่ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงในยุคที่โลกเชื่อมต่อกันด้วยอินเทอร์เน็ต และระบบปฏิบัติการที่สำคัญไม่ได้อยู่แค่บนคอมพิวเตอร์ แต่เป็นสมาร์ตโฟนที่มีเพียงไอโอเอส ของแอปเปิลและแอนดรอยด์จากกูเกิลเท่านั้นที่ครอบครองตลาดอยู่

สัตยาเข้ามาสร้างความหวังใหม่ในการเปลี่ยนแปลงบริษัท ด้วยการสร้างแนวคิดของบริษัทในการตอบโจทย์ของมนุษยชาติผ่านการใช้ไมโครซอฟท์ ซึ่งการเริ่มต้นใหม่ของไมโครซอฟท์นั้นจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเราให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์กรหรือ Culture เป็นลำดับแรก แล้วสร้างความมั่นใจทั้งภายในและภายนอกองค์กรตามมา นั่นคือความมุ่งมั่น เริ่มต้นของสัตยาเมื่อเข้ารับตำแหน่งในเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2014

“เราจำเป็นต้องตอบตัวเองให้ได้ว่าบริษัทนี้เกี่ยวกับอะไร มีไว้เพื่ออะไร ถึงเวลาแล้วที่เราจะต้องหาจิตวิญญาณของเราให้พบอีกครั้งหนึ่ง เพื่อสร้างความแตกต่างอย่างเป็นเอกลักษณ์”

ทั้งนี้ 5 ประเด็นที่ถือเป็นการกิจสำคัญของสัตยาในการสร้างความเติบโตให้กับไมโครซอฟท์ ได้แก่ **1) สื่อสารภารกิจและความทะเยอทะยานในธุรกิจ และนวัตกรรม 2) ผลักดันการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรและการจัดองค์กรให้เหมาะสม 3) สร้างพันธมิตรใหม่ 4) พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในโลกเทคโนโลยีและคราวด์ และ 5) ยืนหยัดยึดถือค่านิยมที่ไม่มีวันล้าสมัย**

เนื้อหาของหนังสือเล่มนี้ประกอบไปด้วย 3 ส่วน โดยส่วนแรกเป็นตัวตน และเส้นทางของสัตยา เด็กหนุ่มชาวอินเดีย จนเข้าสู่การเป็นซีอีโอของไมโครซอฟท์ ส่วนที่สองเป็นเรื่องราวการดำเนินการเพื่อ “กอดปุ่มรีเฟรช” ไมโครซอฟท์ในช่วงเริ่มต้น และส่วนสุดท้ายเป็นมุมมองต่อการเติบโตทางเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมในช่วงการปฏิวัติครั้งที่ 4 ซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการกิจของไมโครซอฟท์ต่อมนุษยชาติอย่างใกล้ชิด

การ “กอดปุ่มรีเฟรช” เป็นการให้ความหมายของการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ที่สำคัญ บ่งบอกถึงการเปลี่ยนแปลงที่ยังคงไว้ซึ่งสิ่งที่มีคุณค่าอยู่ และเพิ่มเติมด้วยสิ่งที่มีคุณค่าอื่นเข้ามา ภารกิจนี้ ไมโครซอฟท์ที่จะเป็นอย่างไรต่อไป

แต่อย่างที่เราทราบ เวลานี้ เป็นเพียงช่วงเวลา ณ จุดเริ่มต้นของการปฏิวัติดิจิทัลเท่านั้น ©TAC



Christopher Robin

คริสโตเฟอร์ โรบิน (2018)

by Ewan McGregor, Hayley Atwell, Bronte Carmichael



ภาพยนตร์แฟนตาซีจากสตูดิโอผู้สร้าง Beauty And The Beast กับเรื่องราวการผจญภัยครั้งใหม่ หลังจากออกมาจากป่า 100 เอเคอร์ ของ “คริสโตเฟอร์ โรบิน” หลังผ่านพ้นวัยเด็กอันน่าประทับใจ แน่แน่นอนว่า “โลกของผู้ใหญ่” ไม่ใช่สิ่งที่หลายคนต้องการ แม้แต่ตัวคริสโตเฟอร์เอง

ถ้าใครที่เคยรู้เรื่องดราม่าวัยเด็กของเขามาก่อน ก็คงรู้ว่าเขาเป็นเด็กที่มีปม ครอบครัวขาดความรัก และอบอุ่น การถูกทะเลาะเบาะแว้งให้ไปอยู่โรงเรียนประจำ ทำให้เขาต้อง “ปรับตัว” และ “เรียนรู้” ที่จะอยู่ในโลกใบใหม่ที่เต็มไปด้วย “หน้าที่การ” และ “ความรับผิดชอบ”

เขาหลงในโลกใบใหม่จนทำให้เขาลืมเรื่องราวในวัยเด็ก “ความสุข” “ความทรงจำ” และ “เพื่อนเก่า” ระหว่างตัวเขาเองและพู่ไปจนหมดสิ้น ติดอยู่กับอาชีพที่ต้องทำงานเกินเงินเดือน และกำลังเผชิญหน้ากับอนาคตที่ไม่แน่นอน

เขามีครอบครัว แต่งงานกลายเป็นชีวิตของเขา ทำให้เขาไม่มีเวลาให้กับภรรยาและลูกสาว ในวันหนึ่งที่ชีวิตกำลังถึงทางตันปัญหาต่างๆ บักรัดและหาทางออกไม่ได้ แต่เมื่อเขาได้กลับมาพบกับพู่ที่สภาพมอมแมมจากการโดนทอดและเล่นมาหลายปี มิตรภาพของพวกเขาถือตัวขึ้นอีกครั้ง มันย้ำเตือนให้คริสโตเฟอร์ย้อนนึกถึงวันแห่งความสุขไม่รู้จบในวัยเด็ก และทำให้เชื่อว่านั้นคือวัยเด็กของเขาที่การไม่ทำอะไรเลยถือว่าเป็นบางสิ่งที่สุดยอด

โดยรวมแล้วภาพยนตร์เรื่องนี้มีความสุขสานดูได้ทุกเพศทุกวัยและเหมาะสำหรับทุกคนในครอบครัว **ที่สำคัญ...เหมาะกับยุคสมัยนี้เพราะเป็นเรื่องใกล้ตัวสำหรับใครบางคนที่อาจหมกมุ่นกับ “ภาระหน้าที่” และ “ความรับผิดชอบ” เรื่องงานจนลืม “ภาระหน้าที่” และ “ความรับผิดชอบ” ต่อครอบครัวและคนสำคัญรอบตัว** @TAC

“Doing nothing often leads to the very best kind of something.”
“People say nothing is impossible, but I do nothing every day.”

Winnie the Pooh

29-30
Jan.2019

TRIS
ACADEMY

POWERFUL PRESENTATION

Designing Effective PowerPoint and Presenting Like a Pro

การนำเสนออย่างมีพลังแบบมืออาชีพ



KEY TOPICS

2
DAYS

POWERFUL PRESENTATION

Designing Effective PowerPoint

- การสื่อสารและการนำเสนอ (Communication & Presentation)
- หลักการและวิธีการเลือกใช้รูปแบบการนำเสนอ (The New Principles of Data Communication)
- การแปลงข้อมูลเป็นการนำเสนอด้วยภาพ (Data Visualization)

ฝึกปฏิบัติ

- การใช้เครื่องมือในการนำเสนอให้สวยงามและดูเป็นมืออาชีพ Colors, Fonts, Effect, Template and Theme (Principles of Presentation Design + Workshop)

Presenting Like a Pro

- การออกแบบโครงสร้างการนำเสนอเพื่อผลลัพธ์ที่ต้องการ (Planning an Effective Presentation)
- การพัฒนาบุคลิกภาพและการสื่อสารอย่างมืออาชีพ : ภาษาพูด/น้ำเสียง/ภาษากาย (Professional Communication)
- เทคนิคการนำเสนอให้ได้ใจผู้ฟัง (Secrets To Giving Amazing Presentation)

หมายเหตุ

- ในวันแรกของการฝึกอบรม ผู้เรียนต้องเตรียมคอมพิวเตอร์ส่วนตัว พร้อมโปรแกรม PowerPoint (คอมพิวเตอร์ต้องสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้)

กลุ่มเป้าหมาย

- ทุกคนที่ทำงานในด้านการสื่อสาร ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ผู้ที่ต้องการพัฒนาการออกแบบ Presentation ให้สวยและโดนใจ
- ผู้เรียนไม่จำเป็นต้องมีพื้นฐานด้านการออกแบบ หรือโปรแกรมใดๆ สามารถเรียนได้ทุกคน

ประโยชน์ที่ได้รับ

- ออกแบบเนื้อหาได้ตรงตามผลลัพธ์ที่ต้องการ
- ออกแบบ Presentation ได้สวยงาม น่าสนใจ ดึงดูดผู้ฟัง
- ฝึกฝนการพูด การนำเสนอที่น่าสนใจ สร้างความน่าเชื่อถือตั้งแต่เริ่มนำเสนอ
- มีความมั่นใจในตัวเองในการพูดมากขึ้น
- มีเทคนิคการพูด การสื่อสารให้ได้ใจคนฟังในแต่ละระดับ

พิเศษ

แจกฟรี สำหรับผู้ที่สมัครเรียนจะได้รับคลังรูป icon และ PowerPoint Templates ดีไซน์สวย พร้อมสำหรับการใช้งาน

ลงทะเบียนผ่านระบบออนไลน์ได้ที่
<http://tam.tris-db.com/index.php/2018>
หรือที่ www.trisacademy.com

Register here

