

สร้างองค์กรยั่งยืนด้วย

ESG



พลิกโฉมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ด้วยนวัตกรรม

ภาษากาย
ที่ควรหลีกเลี่ยง

Libra สกุลเงินดิจิทัล
ที่เชื่อถือได้แห่งอนาคตจริงหรือ?

Gary Hamel ได้รับการจัดอันดับให้เป็นหนึ่งในนักคิดทางธุรกิจที่มีอิทธิพลมากที่สุดในโลก (จาก Wall Street Journal) เขาเป็นที่รู้จักโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับงานที่เขาทำกับ C.K. PrahaHad ซึ่งเขาได้พัฒนาแบบจำลองความสามารถหลัก หรือ Core Competency Model อันโด่งดังในโลกของการบริหารจัดการ

ปัจจุบันเขาเป็นผู้บริหารของ Strategos บริษัทที่ปรึกษาด้านการจัดการระหว่างประเทศในชิคาโก ศาสตราจารย์ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ London Business School และผู้อำนวยการ Innovation Lab สำหรับในฐานะการเป็นที่ปรึกษาด้านการจัดการนั้น เขามีประสบการณ์ร่วมกับองค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น General Electric, Nokia, Nestle, Shell, Microsoft, IBM, Time Warner และ Procter & Gamble รวมทั้งได้ตีพิมพ์บทความต่างๆ มากมายใน Harvard Business Review, The Financial Times และ Wall Street Journal นอกจากนี้ยังมีหนังสือชื่อดังหลายเล่ม รวมถึง **Future of Management (2007)**, **Competing for the future (1996)** และ **Leading the Revolution (2000)**

“ Innovation is the fuel for growth. When a company runs out of innovation, it runs out of growth.”

— Gary Hamel





TRIS ACADEMY CLUB MAGAZINE #25

ตุลาคม 2562

บรรณาธิการบริหาร	ดร.สุรเดช จงวรรณศิริ
ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหาร	พลอยนิชชา จารุศิริณสุกุล รุ่งโรจน์ สถาปนกุล
ปก/รูปเล่ม/ออกแบบ	ทริปปิลาวัลย์ คอร์ปอเรชั่น

กองบรรณาธิการ สถาบันวิทยาการจัดการ
บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด

อาคารสีลมคอมเพล็กซ์ ชั้น 18
เลขที่ 191 ถนนสีลม แขวงสีลม
เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500
โทร. 0-2032-3000
อีเมล: trisacademy@tris.co.th



สมัครสมาชิกอ่าน
TAC Magazine
ได้ฟรี โดยสแกน
QR Code

ติดตามเป็นประจำได้จาก E-book App (App Store / Google Play)
และจากเว็บไซต์ด้านล่าง



OOKBEE



4DBOOK FREE



ebooks.in.th



NAIIN



MEB



TRIS CORP

Editor's Talk



ในแต่ละปี ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) จะมีการมอบรางวัลให้กับผู้บริหาร บริษัทจดทะเบียนฯ บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน บริษัทที่ปรึกษาทางการเงิน และองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมทางการเงินกับตลาดหลักทรัพย์ฯ ในนามของ SET Awards โดยปีนี้จะมีการประกาศผลและมอบรางวัลในวันที่ 26 พฤศจิกายนนี้

ทั้งนี้ ทริส (TRIS) ได้รับความไว้วางใจให้เป็นที่ยอมรับในการจัดทำหลักเกณฑ์และประมวลผลรางวัลมาตลอดกว่า 10 ปี **และในปีนี้นั้น SET Awards ได้มีความเปลี่ยนแปลงสำคัญ คือ ได้มีการรวมรางวัล Sustainability Awards เข้ามาด้วยกัน**

โดย Sustainability Awards ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้มอบให้กับบริษัทจดทะเบียนฯ ที่มีผลการดำเนินงานในด้านความยั่งยืนที่โดดเด่นเป็นทุกปีเช่นเดียวกัน ซึ่งทำให้ SET Awards 2019 นี้ จะประกอบด้วยรางวัลใน 2 กลุ่ม ก็คือ กลุ่มความยอดเยี่ยมด้านผลการดำเนินงาน หรือ Business Excellence และกลุ่มความยอดเยี่ยมด้านความยั่งยืน หรือ Sustainability Excellence

การรวมกันดังกล่าวยังสะท้อนถึงการแสดงความสามารถของผู้บริหารและบริษัทต่างๆ ที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญทั้ง 2 ด้าน คือ การสร้างความสำเร็จทั้งในระยะสั้นและระยะยาวไปพร้อมๆ กัน โดยผลการดำเนินงานในปัจจุบันและวิสัยทัศน์ทางธุรกิจนั้น จะต้องมีส่วนของการ “ลงทุน” เพื่อความยั่งยืนควบคู่กันไปด้วย ที่เราเข้าใจได้ง่ายที่สุด ก็คือในลักษณะของการที่ต้องดูแลในผลกระทบที่เกิดขึ้นได้จากการดำเนินการของบริษัทเอง เช่น โครงการก่อสร้างของบริษัทจะต้องไม่รบกวนชุมชนหรือมีการจัดการผลกระทบให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ร่วมกัน ที่ยอมรับต้นทุนค่าใช้จ่ายมากขึ้น ทำไร้อยู่มาตลอด เป็นต้น

ทั้งนี้ตลาดหลักทรัพย์ฯ เองนั้นได้มีการส่งเสริมในความรู้ ความเข้าใจให้เกิดความตระหนักต่อความยั่งยืนมาอย่างต่อเนื่องในโมเดลที่เรียกกันว่า **ESG**

แนวคิด **ESG** ที่ย่อมาจาก **Environmental, Social & Governance** นั้น เป็นการสร้างความตระหนักต่อวิสัยทัศน์และการจัดการของบริษัทในยุคใหม่ ที่มีใช้มุ่งแสวงหากำไรสูงสุดระยะสั้นเพียงเท่านั้น แต่ต้องเคารพต่อสิทธิและคำนึงถึงผลกระทบรอบด้านที่มีต่อผู้ลงทุนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ อย่างครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสังคม ชุมชน และด้านความโปร่งใส ซึ่งการทำเช่นนั้นจะส่งผลกระทบต่อองค์กรในระยะยาวทั้งในมุมมองของการบริหารความเสี่ยง (บริษัทไม่ต้องมีความใช้จ่าย/ต้นทุนเพิ่มเติมในอนาคตจากการเยียวยาหรือแก้ไขผลกระทบ) และมุมมองเรื่องของการชื่อเสียงหรือแบรนด์ (ความนิยมต่อสินค้าและบริการของบริษัทที่พร้อมจะสนับสนุนและปกป้องบริษัท)

แน่นอนว่าเราคงได้เห็นการนำของบริษัชนำนามากมายอยู่แล้วในปัจจุบัน ที่ให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากขึ้น... **ถึงเวลาที่ “ทุกคน” ต้องทำแล้วครับ**

The key to understanding the future is one word: sustainability.

– Patrick Dixon (1998)

ดร.สุรเดช จงวรรณศิริ

บรรณาธิการบริหาร

suradej@tris.co.th

CONTENTS



2 Management Quotes

"Innovation is the fuel for growth. When a company runs out of innovation, it runs out of growth."

.. Gary Hamel

3 Editor's Talk



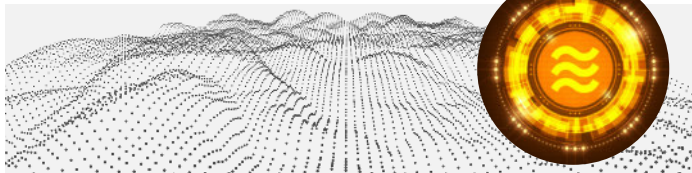
5 News

ข่าวกิจกรรมทริส



7 Big Story

สร้างองค์กรยั่งยืน
ด้วย ESG



14 IT & Digital

Libra สกุลเงินดิจิทัล
ที่เชื่อถือได้แห่งอนาคตจริงหรือ?

16 Innovation is the only way to win

พลิกโฉมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ด้วยนวัตกรรม

18 Smart Work

ภาษาที่ควรหลีกเลี่ยง

20 Tomorrow World

ความรับผิดชอบที่ยิ่งใหญ่ของ Libra

22 Leadership Challenges

เปลี่ยนสายมัน ให้หันมาแคร์

24 Creative Marketing

มุมมอง Marketing & Sale
ในโลกที่เปลี่ยนไป

26 Work with Joy

NLP กับ การสร้างความสุข
ด้วยความเข้าใจ

28 Entrepreneurship & Technology

Entrepreneurship In The 4IR
(ตอนที่ 1)

30 Good Books

Inside Bill's Brain:
Decoding Bill Gates

31 Inspiring Movies

Joker
โจ๊กเกอร์ (2019)

32 Buzzwords

Hyper Connected

TRIS ACADEMY FORUM

WEDNESDAY
27 NOV 2019
09:00-16:00

CAPTURING OPPORTUNITIES THROUGH
THE WAVE OF 4.0

สร้างโอกาสเติบโตบนกระแส 4.0

Becoming Enterprise 4.0

สร้างความสำเร็จสู่องค์กร 4.0

09:15

OPENING
THOUGHT

ประกาศ คงเอียด

ผู้อำนวยการ
สำนักงานคณะกรรมการ
นโยบายรัฐวิสาหกิจ
กระทรวงการคลัง



09:30

KEYNOTE

**Capturing a Germany's Journey
of Industry 4.0**

เรียนรู้จากต้นแบบอุตสาหกรรม 4.0

Dr. Michael Grosse

อดีตผู้อำนวยการ สถาบันไทย-เยอรมัน (TGI)
Professor, Karlsruhe Institute of Technology (KIT), Germany
(In English)



10:40

ENLIGHTENING I

The Power of Big Data for a New Economy

ก้าวสู่โลกของข้อมูลไม่จำกัด

ดร.ดร.รณชาติ บุ่มนันท

อดีตผู้อำนวยการ
สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI)
ผู้เชี่ยวชาญด้าน Big Data and Digital Economy



13:00

ENLIGHTENING II

Embracing Future Risks in Digital Era

พร้อมรับความเสี่ยงใหม่ในยุคดิจิทัล

ดร.ปริญญ์ หอมเจน

ประธานและผู้ก่อตั้ง ACIS Professional Center (ACIS)
ผู้เชี่ยวชาญด้าน Cybersecurity and IT Governance



14:40

THOUGHT SHOWER

Driving Transformation to the New Growth

เสวนา: ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสู่ความเติบโตใหม่



ดร.พันธุ์อาจ ชัยรัตน์

ผู้อำนวยการ

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ



PRUKSA

สุภัทร์ รัตนะโสภณชัย

SVP, Innovation Center

บริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)



KBTC

เชษฐพันธุ์ ศิริรัตนุภกร

Principal Visionary Architect

บริษัท กลสิกร บิซิเนส-เทคโนโลยี กรุ๊ป

*"Innovation is
the fuel for growth.
When a company
runs out of
innovation,
it runs out of
growth."*

Gary Hamel

Moderator

ดร.สุรเดช จงจรรณศิริ
Head, TRIS Academy of Management

TRIS
ACADEMY

Pathumwan Princess Hotel (MBK Center)

27 November 2019

www.trisacademy.com

TRIS ACADEMY FORUM

REGISTER NOW
6,900 บาท/ที่นั่ง

(ราคานี้ยังไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม)

Promotion

- ♠ สมัคร 2 คนขึ้นไป
รับส่วนลด 1,000 บาท/ที่นั่ง
- ♠ Early bird สมัครก่อน 1 พฤศจิกายน
รับส่วนลด 20%

Including
International Lunch Buffet

Register at
www.trisacademy.com

SCAN ME
TO REGISTER



การชำระค่าลงทะเบียนหลักสูตร กรุณาตรวจสอบค่าธรรมเนียมก่อนการโอนและ
โอนค่าธรรมเนียมล่วงหน้า ก่อนวันอบรมอย่างน้อย 7 วัน

ส่งจ่ายเช็คในนาม “บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด” หรือโอนเงินผ่าน
ธนาคารกรุงเทพ สาขาสำนักงานใหญ่ สีลม
ชื่อบัญชี “บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด บัญชี 1” บัญชีออมทรัพย์
เลขที่ 101-468967-1

สถาบันวิทยาการจัดการ ทริส คอร์ปอเรชั่น อยู่ในระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม
(VAT 7%) เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0105536041711

ส่งสำเนาหลักฐานการชำระเงิน ระบุชื่องาน และชื่อหน่วยงาน
ส่ง Email: trisacademy@tris.co.th

บริษัท ทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด เลขที่ 191 อาคารสีลมคอมเพล็กซ์
ชั้น 18 ห้อง 1-4, 4A ถนนสีลม แขวงสีลม เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

- กรุณาแจ้งรายชื่อผู้เข้าร่วมงานแทน หรือกรณียกเลิก กรุณาแจ้งเป็น
ลายลักษณ์อักษร ก่อนวันงานอย่างน้อย 7 วัน มิฉะนั้น สถาบันขอสงวนสิทธิ์
ในการเก็บค่าธรรมเนียมร้อยละ 50 ของค่าธรรมเนียม

Contact:

คุณวีรินทร์ T: 02-032-3000 (ext. 8405)

M: 084-639-4299

คุณพลอยณิชา T: 02-032-3000 (ext. 8401)

M: 098-465-4429

Email: trisacademy@tris.co.th

สร้างองค์กรยั่งยืนด้วย ESG

ในสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจของโลกยุคปัจจุบัน รวมทั้งการเติบโตของประชากรและการบริโภค ทำให้ธุรกิจต่างมุ่งเน้นการผลิตและให้บริการมากขึ้น ซึ่งตามมาด้วยการใช้ทรัพยากรและการสร้างผลกระทบต่างๆ โดยเฉพาะด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมากตามไปด้วย

ด้วยความตระหนักของสังคมต่อผลกระทบต่างๆ ที่มากขึ้น จึงเป็นช่วงเวลาที่สังคมโลกคาดหวังให้ธุรกิจดำเนินงานด้วยการคำนึงถึงผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วย การดำเนินธุรกิจควรอยู่บนพื้นฐานของการเคารพต่อสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจอย่างครบถ้วน ขณะเดียวกันนั้น เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนหรือ Sustainable Development Goals (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติก็ได้ถูกถ่ายทอดไปยังประเทศต่างๆ ที่ต้องร่วมกันปฏิบัติทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และภาคสังคม

ซึ่งสำหรับภาคธุรกิจนั้นก็ได้นำเสนอการพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยแนวทางและมาตรฐานสากลต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น **UN Global Compact** หรือ **ISO 26000 Social Responsibility** เป็นต้น



แนวทางในการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการในการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืนนั้น จะเป็นการตอบสนองต่อการสร้างสมดุลใน 3 มิติของการพัฒนา อันได้แก่

1) มิติการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ กระจายรายได้ให้เอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยเฉพาะคนที่มียาได้ต่ำ

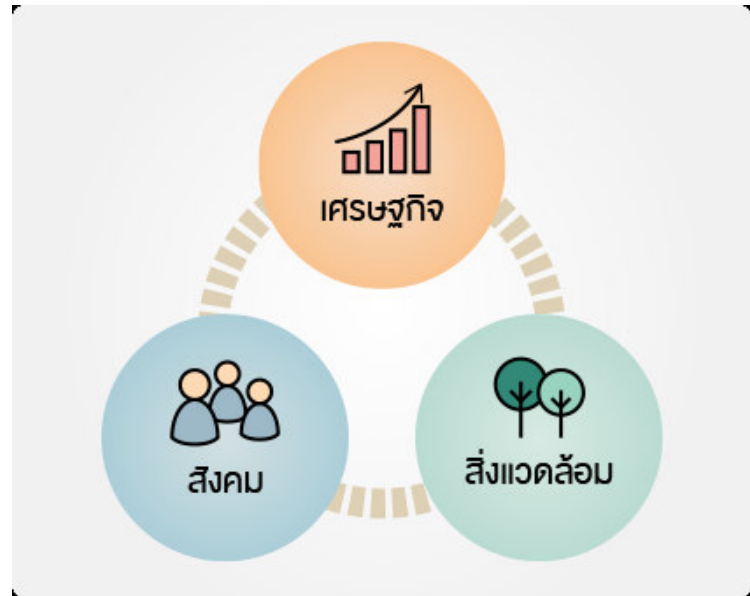
2) มิติการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการพัฒนาคนให้มีความรู้ มีสมรรถนะและมีผลิตภาพสูงขึ้น ส่งเสริมให้เกิดสังคมที่มีคุณภาพ และเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้

3) มิติการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในปริมาณที่ระบบนิเวศสามารถฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมได้ การปล่อยมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อมในระดับที่ระบบนิเวศสามารถดูดซับและทำลายมลพิษนั้นได้ โดยให้สามารถผลิตมาทดแทนทรัพยากร ประเภทที่ใช้แล้วหมดไปได้

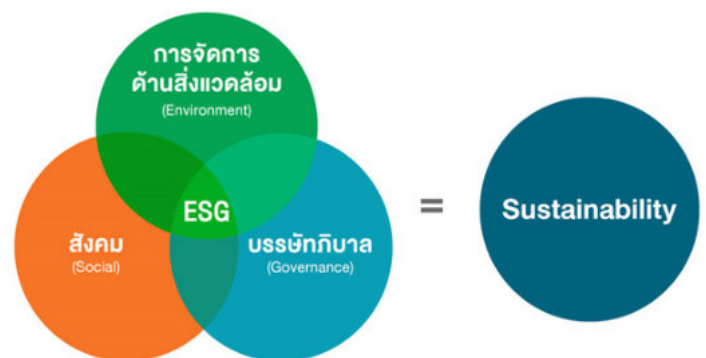
ความยั่งยืน คือหัวใจของธุรกิจในปัจจุบัน

สำหรับในประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาตลาดทุนอย่างยั่งยืน จึงมุ่งพัฒนาคุณภาพบริษัทจดทะเบียนให้มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี คำนี้ถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างรอบด้าน ส่งเสริมให้ธุรกิจมีการเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลตามแนวทางของการพัฒนาอย่างยั่งยืนสากลด้วยเช่นกัน โดยความยั่งยืนในที่นี้จะให้ความหมายว่า **ความยั่งยืนของบริษัทจากการดำเนินธุรกิจโดยมุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในกระบวนการดำเนินธุรกิจหลักของบริษัท ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก ไม่รวมถึงโครงการหรือกิจกรรมที่มุ่งเน้นการช่วยเหลือ หรือการบริจาคแบบให้เปล่า หรือโครงการด้านการตลาดที่มุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการประกอบธุรกิจหลักของบริษัท (CSR after process)**

ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้ดำเนินการจัดทำรายชื่อ Thailand Sustainability Investment (THSI) หรือหุ้นยั่งยืน ซึ่งเป็นรายชื่อบริษัทจดทะเบียนที่ผ่านเกณฑ์การประเมินตามตัวชี้วัด ESG หรือด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) สังคม (Social) และบรรษัทภิบาล (Governance) เพื่อประกาศเป็นรายชื่อบริษัทจดทะเบียนให้เป็นที่น่าสนใจและเป็นรู้จักของผู้ลงทุนและสาธารณชนทั่วไป



เนื่องจากผู้ลงทุนส่วนใหญ่ในปัจจุบัน นอกจากจะให้ความสำคัญกับจำนวนตัวเลขทางการเงินที่เพิ่มขึ้นแล้ว ยังให้ความสำคัญกับความเสี่ยง รวมทั้งขีดความสามารถขององค์กรที่มีต่อผลประโยชน์ในอนาคต ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการประกอบการดังกล่าว ก็มาจากบทบาทของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility: CSR) ภายใต้บริบทของการพัฒนาอย่างยั่งยืน กล่าวคือเป็นการพัฒนาในฝั่งของผู้ลงทุนต่อการลงทุนโดยมีความรับผิดชอบต่อเนื่อง ที่ไม่ใช่เพียงการมองถึงผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่มีการพิจารณาถึงการกำกับดูแลกิจการที่ดี คำนี้ถึงผลกระทบต่องาน สังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างครบถ้วนด้วย



Environmental, Social & Governance: ESG

หุ้นยั่งยืน หมายถึง หุ้นที่ดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงหลัก ESG ไปพร้อมกับผลกำไร

โดยหลัก **E: Environmental** คือการประเมินจากการจัดการและเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การรีไซเคิล การใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การบำบัดของเสียอย่างมีมาตรฐาน

หลัก **S: Social** คือการประเมินจากการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม การพัฒนาชุมชน/สังคม ผ่านกระบวนการทางธุรกิจ เช่น สร้างงานสร้างอาชีพให้กับชุมชนโดยรอบ อบรม พนักงานอย่างต่อเนื่อง ปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน สนับสนุนสถาบันการศึกษาไทย และหลัก **G: Governance** ที่ประเมินจากบรรษัทภิบาล จรรยาบรรณธุรกิจ การบริหารความเสี่ยง นวัตกรรมทางธุรกิจและสังคม เช่น การวางหลักปฏิบัติทางธุรกิจ กฎหมาย จรรยาบรรณ และใช้อย่างเคร่งครัด การใช้ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ในการพัฒนาธุรกิจ

จะเห็นได้ว่า การปรับสมดุลของความยั่งยืนทั้ง 3 ด้านเป็นแนวทางที่ดีในการทำให้องค์กรเติบโตไปสู่ความยั่งยืน เนื่องจากมีการคำนึงถึงความมั่นคงอย่างยั่งยืนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะบริษัทจดทะเบียนและบริษัทที่กำลังเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่การเป็นบริษัทจดทะเบียน

ในบริษัทที่ไม่ใช้หลัก ESG อาจทำให้เกิดความเสี่ยงในการทำธุรกิจ ส่งผลต่อผลประโยชน์ของบริษัท รวมทั้งมีผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือและราคาหุ้น และอาจเกิดความเสี่ยงทางด้านอื่นๆ เช่น การฟ้องร้องเรื่องสิ่งแวดล้อมเนื่องจากขาดระบบกำจัดของเสียที่มีมาตรฐาน มีการเอาเปรียบลูกจ้างจนเกิดการประท้วง และเกิดการทุจริตภายในบริษัท เป็นต้น

ซึ่งการดำเนินธุรกิจตามหลัก ESG นั้น หากองค์กรได้ดำเนินตามหลัก CSR-in-process ได้ดีอยู่แล้วในปัจจุบัน ก็สามารถพัฒนามาเป็นข้อมูล ESG ให้กับนักลงทุนได้ทันที **กล่าวคือสามารถบูรณาการระหว่าง CSR กับ ESG ได้ เพื่อแสดงถึงการที่องค์กรให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้ลงทุน**

โดยเกณฑ์การประเมินความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนจะเริ่มจากการคัดกรองคุณสมบัติเบื้องต้นตามเกณฑ์ที่กำหนด จากนั้นตลาดหลักทรัพย์ฯ พิจารณาคุณสมบัติบริษัทจดทะเบียนที่มีสิทธิ์ได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในรายชื่อ Thailand Sustainability Investment กล่าวคือจะต้องผ่านเกณฑ์การประเมินจากแบบประเมินความยั่งยืนของตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยจะต้องมีคะแนนอย่างน้อยกึ่งหนึ่งของคะแนนเต็มในแต่ละมิติ หรือได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกของ Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) ตามรอบการประกาศผลในปีที่มีการประเมินความยั่งยืน

THSI

THAILAND SUSTAINABILITY INVESTMENT 2019

ทั้งนี้ตลาดหลักทรัพย์ฯ ได้จัดทำดัชนี SETTHSI ที่เป็นดัชนีของกลุ่มหุ้นที่ดำเนินธุรกิจตามหลัก ESG โดยคัดกรองจากหุ้นที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่อยู่ในรายชื่อหุ้นยั่งยืนและมีขนาดและสภาพคล่องตามเกณฑ์ที่กำหนด ประกอบด้วย การมีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด 5,000 ล้านบาทขึ้นไป มีสัดส่วนผู้ถือหุ้นรายย่อยร้อยละ 20 ขึ้นไปของทุนชำระแล้ว และมีจำนวนหุ้นซื้อขายในแต่ละเดือนร้อยละ 0.5 ขึ้นไปของจำนวนหุ้นจดทะเบียนของบริษัท ไม่ต่ำกว่า 9 ใน 12 เดือน โดยไม่มีการจำกัดจำนวนหุ้นในดัชนี



หลักเกณฑ์การประเมินความยั่งยืนของตลาดหลักทรัพย์ฯ

(Thailand Sustainability Investment)

คัดเลือกจากบริษัทจดทะเบียนที่ตอบแบบประเมินความยั่งยืนของตลาดหลักทรัพย์ฯ โดยจะต้องมีคะแนนอย่างน้อยกึ่งหนึ่งของคะแนนเต็มในแต่ละมิติ ประกอบด้วยมิติเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม โดยแบ่งเป็น

1) ข้อคำถามทั่วไป สำหรับใช้ในทุกอุตสาหกรรม ประกอบด้วยคำถาม 19 หมวด รวม 41 ข้อ (142 ข้อย่อย)

2) ข้อคำถามเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นข้อคำถามที่สอดคล้องกับบริบทและประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 8 กลุ่ม ซึ่งส่วนนี้จำนวนข้อคำถามขึ้นอยู่กับแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม ทั้งนี้หลักการและเหตุผลโดยสรุปของข้อคำถามในแต่ละหมวด ประกอบด้วย

บรรษัทภิบาล การให้ความสำคัญกับการกำกับดูแลกิจการที่ดีภายในองค์กร เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีความโปร่งใส เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้เกี่ยวข้อง

จรรยาบรรณธุรกิจและการต่อต้านการทุจริต ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในการดำเนินธุรกิจที่ครอบคลุมถึงนโยบายและมาตรการความยั่งยืน เพื่อลดความเสี่ยงจากการทำธุรกิจและบรรษัทภิบาลขององค์กร มีการกำกับติดตาม และ

จัดฝึกอบรมด้านจรรยาบรรณธุรกิจเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอย่างมีประสิทธิภาพ

การบริหารความเสี่ยงและภาวะวิกฤติ ให้ความสำคัญกับการวางแผนเพื่อดำเนินธุรกิจในระยะยาว สร้างความพร้อมในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

การระบุประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจ โดยประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของธุรกิจ จะหมายถึง ประเด็นความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม หรือสังคมที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อความสามารถในการดำเนินธุรกิจและการสร้างคุณค่าทั้งในปัจจุบันและอนาคต การรักษาความสามารถในการแข่งขัน สร้างมูลค่าในระยะยาวอย่างยั่งยืน

การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า การเอื้อให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเกิดความภักดีต่อสินค้าหรือบริการที่บริษัทส่งมอบ เพื่อการรักษาและขยายฐานลูกค้าในระยะยาว

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทาน วางกลยุทธ์การจัดซื้อจัดจ้างในการลดต้นทุนและควบคุมระยะเวลาที่ใช้ในการจัดส่งสินค้าหรือบริการ และเพื่อรักษาความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การดำเนินการด้านภาษี การจ่ายภาษีอย่างถูกต้องและครบถ้วนในประเทศที่บริษัทมีการดำเนินธุรกิจถือเป็นข้อกำหนดและความรับผิดชอบที่ต้องปฏิบัติตาม

นวัตกรรมทางธุรกิจและสังคม การพัฒนานวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่บริษัทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนเป็นปัจจัยขับเคลื่อนสู่ความสำเร็จขององค์กรไปพร้อมกับการรักษาความสามารถในการแข่งขัน เช่น การสร้างความแตกต่าง การสร้างคุณค่าต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการแสดงความมุ่งมั่นของบริษัทในการจัดการดูแลด้านสิ่งแวดล้อมและเป็นการแสดงความโปร่งใสต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น การลดค่าใช้จ่าย การลดปัญหาคับชุมชน และความเสียหายทางด้านชื่อเสียง

การจัดการสิ่งแวดล้อม การกำหนดให้มีระบบการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร เพื่อสนับสนุนการวางแผนและจัดเก็บข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรอย่างเป็นระเบียบแบบแผน รวมทั้งการลดค่าใช้จ่ายและความเสี่ยงด้านการเงินที่อาจเกิดขึ้นจากการละเมิดข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อม

การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เป็นการลดความเสี่ยงทางด้านการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด รวมถึงสร้างแนวทางการลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและลดการสร้างขยะโดยไม่จำเป็น

การจัดการด้านสภาพภูมิอากาศ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ต่อผลกระทบการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการมีส่วนร่วมในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากการดำเนินธุรกิจ

การเปิดเผยข้อมูลด้านสังคม การบริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยงและผลกระทบต่อองค์กร เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการจัดการดูแลด้านสังคมและเป็นการแสดงความโปร่งใสต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรมและเคารพสิทธิมนุษยชน ความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานเป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่จำเป็นต้องใช้แรงงานเป็นหลัก ซึ่งแนวปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม สนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานเนื่องจากเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและสอดคล้องตามหลักสิทธิมนุษยชน

การพัฒนาศักยภาพแก่พนักงาน เนื่องจากพนักงานที่มีศักยภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนกลยุทธ์ทางธุรกิจ รวมถึงการเพิ่มโอกาสในการพัฒนาผลผลิตและการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นอีกวิธีการหนึ่งในการจูงใจให้บุคลากรอยากร่วมงานและมีส่วนร่วมในการพัฒนา

การจูงใจและรักษานักงาน เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจและมีโอกาสประสบความสำเร็จตามกลยุทธ์ โดยแนวทางการจูงใจและรักษานักงานจะพิจารณาถึงกรอบการให้ค่าตอบแทนและสวัสดิการทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ตามความเหมาะสมกับผลดำเนินงานของพนักงานในทุกระดับทั่วทั้งองค์กร

สุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงาน การให้ความสำคัญกับประเด็นสุขภาพและความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมการทำงานเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านการเงินที่เกิดขึ้นจากผลผลิตที่ลดลงจากการขาดงานหรือความเสี่ยงด้านชื่อเสียงจากอุบัติเหตุร้ายแรงถึงขั้นเสียชีวิตจากการขาดการบริหารจัดการสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัย

การมีส่วนร่วมกับสังคมและชุมชน ให้ความสำคัญกับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจเพื่อควบคุมความเสี่ยงที่สามารถสร้างผลกระทบต่อชื่อเสียง รวมทั้งเป็นการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจให้เกิดความราบรื่นจากการได้รับความร่วมมืออย่างดีจากชุมชนท้องถิ่นหรือภาครัฐ

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสร้างกระบวนการการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ทราบถึงความเสี่ยงจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งการกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคมและการสร้างคุณค่าในระยะยาวแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

ในส่วนหลักเกณฑ์การคัดเลือกให้เป็นสมาชิกของ **Dow Jones Sustainability Indices (DJSI)** จะต้องเป็นบริษัทจดทะเบียนที่ได้รับเชิญให้เป็นสมาชิกตามรอบการประกาศผลในปีที่มีการประเมินความยั่งยืน ซึ่งหลักเกณฑ์ของการได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิก คือ บริษัทที่ได้รับเชิญให้เข้าร่วมตอบแบบประเมินความยั่งยืน เพื่อคัดเลือกเข้าสู่ดัชนี DJSI จะต้องเป็นบริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดปรับด้วยการกระจายการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free-float adjusted market capitalization) ไม่ต่ำกว่า 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และผ่านเกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจ (Corporate Sustainability Assessment) ใน 3 มิติ ESG ที่ออกแบบเฉพาะตามกลุ่มอุตสาหกรรม 60 กลุ่ม ที่อ้างอิงจากมาตรฐาน Global Industry Classification Standard: GICS โดยคัดกรองบริษัทที่มีคะแนนการประเมินสูงที่สุดร้อยละ 10 ของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม



Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI)

ตลาดหลักทรัพย์ฯ ส่งเสริมบริษัทจดทะเบียนขนาดใหญ่ให้เข้าสู่ตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนในระดับสากล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบริษัทจดทะเบียนไทยให้ได้รับการยอมรับด้านความยั่งยืนในระดับสากล และสามารถก้าวไปสู่การเป็นสมาชิกของดัชนี Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI) ซึ่งเป็นดัชนีหลักทรัพย์ของบริษัทชั้นนำในระดับโลกที่ผ่านการประเมินด้านความยั่งยืนตามตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้ลงทุนสถาบันทั่วโลกให้การยอมรับและใช้เป็นข้อมูลในการลงทุน โดยในกระบวนการคัดเลือกสมาชิกของดัชนี DJSI นั้น S&P Dow Jones Indices เชิญบริษัทขนาดใหญ่ทั่วโลกกว่า 3,000 แห่งให้เข้าร่วมการประเมินด้านความยั่งยืน ซึ่งจะต้องเป็นบริษัทจดทะเบียนที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาดปรับด้วยการกระจายการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อย (Free-float adjusted market capitalization) ไม่ต่ำกว่า 500 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และผ่านเกณฑ์การประเมินความยั่งยืนทางธุรกิจ (Corporate Sustainability Assessment) ใน 3 มิติ ESG ที่ออกแบบเฉพาะตามกลุ่มอุตสาหกรรม 60 กลุ่ม ที่อ้างอิงจากมาตรฐาน Global Industry Classification Standard: GICS โดยคัดกรองบริษัทที่มีคะแนนการประเมินสูงที่สุดร้อยละ 10 ของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม

โดยในปี 2019 นี้ บริษัทจดทะเบียนไทยที่เป็นบริษัทสมาชิก DJSI และได้รับการประเมินให้เป็นผู้นำใน 8 กลุ่มอุตสาหกรรม (Industry Leader) ได้แก่ ไทยเบฟเวอเรจ (Thaibev) อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม บ้านปู (BANPU) อุตสาหกรรมถ่านหินและเชื้อเพลิงพลังงาน ไทยออยล์ (TOP) อุตสาหกรรมกลั่นน้ำมันและก๊าซและการตลาด ปตท.สฟ. (PTTEP) อุตสาหกรรมน้ำมันและก๊าซ ขั้วตัน ทู คอร์ปอเรชั่น (TRUE) อุตสาหกรรมสื่อสารและโทรคมนาคม ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป (TU) อุตสาหกรรมอาหาร พื้ทีที โกลบอล เคมิคอล (PTTGC) อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ (Chemical) และ ซีพีออลล์ (CPALL) อุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค (Food, staples retailing)

Reference/Photo:

1. เกณฑ์และคู่มือการเข้าร่วมการประเมินความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียน ประจำปี 2561 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. https://www.set.or.th/sustainable_dev/th/sr/sri

โครงการอบรมผู้บริหารระดับ 11 หลักสูตร Smart Director 1 รุ่นที่ 1

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
วันที่ 2-6 และ 26-27 กันยายน 2562



www.trisacademy.com

Libra สกุลเงินดิจิทัล ที่เชื่อถือได้แห่งอนาคตจริงหรือ?



Bitcoin เป็นเงินตราแบบดิจิทัล (Cryptocurrency) ที่กำเนิดขึ้นในปี พ.ศ. 2552 และเป็นระบบการชำระเงินที่ใช้กันทั่วโลกยาวนานมาถึง 10 ปีแล้ว และในปีหน้าที่จะถึงนี้โลกจะต้องจารึกกำเนิดของเงินตราแบบดิจิทัลที่ชื่อว่า "Libra" (ลิบรา) คำว่า Libra เป็นภาษาโรมันที่ใช้เพื่อการชั่งน้ำหนัก หรือตราชั่งที่เราเคยเห็นกันตามสัญลักษณ์ประจำราศีตุลย์ ซึ่งก็เรียกว่า Libra เช่นเดียวกัน ตัวอย่างของการชั่งน้ำหนักเป็นปอนด์ (lb.) ก็มาจาก Libra และสัญลักษณ์ £ ก็เริ่มต้นมาจากตัวอักษร L ใน Libra ด้วย

Libra จะเป็นสกุลเงินดิจิทัลที่เชื่อถือได้ (Stable coin) ตามแนวคิดนี้จะมีสินทรัพย์ค้ำประกันที่อ้างอิงกับเงินสกุลหลักตามระบบ "ตะกร้าเงิน" (Currency Basket) ที่อาจประกอบไปด้วยเงินสกุลต่างๆ ที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล เช่น เงินดอลลาร์สหรัฐ ยูโร เยน ปอนด์ ฟรังก์ สวิส และหยวน ฯลฯ ในอัตราที่เหมาะสม

ซึ่ง Facebook ประกาศออกมาอย่างเป็นทางการผ่าน White Paper เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2562 ความยาว 12 หน้า โดยบอกว่า **Libra คือ "Global Currency and Financial Infrastructure"** หรือพูดอีกอย่างหนึ่งก็คือ มันเป็นสินทรัพย์ในรูปแบบดิจิทัลที่ถูกสร้างขึ้นโดย Facebook และมีเทคโนโลยี Blockchain อยู่เบื้องหลัง (เทคโนโลยีเดียวกับที่ใช้ใน Bitcoin มีคุณสมบัติที่จะมั่นใจได้ว่าไม่มีใครคนใดคนหนึ่งสามารถมีอำนาจควบคุมระบบทั้งหมด) ทั้งนี้ Facebook ได้ประกาศว่าจะร่วมกับพันธมิตรอีก 27 ราย ได้แก่ MasterCard, PayPal, PayU, Stripe, Visa, eBay, Farfetch, Lyft, MercadoPago Spotify AB, Uber Technologies ฯลฯ (ปัจจุบันมีบางรายถอนตัวไป) ร่วมเป็นองค์กรอิสระที่ไม่แสวงหาผลกำไร มีสำนักงานใหญ่ในกรุงเจนีวา ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เป็นผู้นำดำเนินการ โดย Facebook คาดหวังว่าจะมีสมาชิก Libra Association เพิ่มเป็นประมาณ 100 องค์กรในปีหน้า

แต่อย่างไรก็ตามก็มีข้อคำถามทั้งจากภาครัฐและเอกชนที่หลากหลายมุมมอง ระบบธนาคารที่เราคุ้นเคยกันนั้นก็จะสิ้นสะเทือนฮือฮากันไปทั่วโลก รวมถึงรัฐบาลของหลายประเทศยังตั้งข้อสงสัยและต้องพิจารณากันให้ถี่ถ้วนถึงผลที่ตามมา เพราะ Facebook เองก็มีข่าวเสียหายเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบริษัทหลายต่อหลายครั้ง โดยเฉพาะเรื่องความเป็นส่วนตัวของลูกค้าและการดูแลข้อมูลเหล่านั้น ดังนั้นเป็นคำถามที่สำคัญที่สุดคือ Libra ปลอดภัยแค่ไหน

Facebook ได้ชี้แจงว่าพวกเขาจะใช้เทคโนโลยีที่ตรวจสอบการฉ้อโกงเหมือนกับธนาคารและบัตรเครดิตใช้กันเลย จะมีการทำให้ระบบนั้นเป็นอัตโนมัติโดยจะมีการเฝ้าติดตามธุรกรรมต่างๆ เพื่อสังเกตพฤติกรรมที่เข้าข่ายน่าสงสัยด้วย จะมี “Live Support” ที่คอยดูแลลูกค้าหากเกิดมีปัญหาในการเข้าถึงแอปพลิเคชัน เช่น เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดอย่างเงินถูกขโมยหรือหลอกหลวง Facebook จะมีการคืนเงินให้ด้วยเช่นกัน อย่างที่บอกว่าเบื้องหลังของสกุลเงิน Libra นั้นคือ Blockchain ที่เป็น “Open Source” ที่ทำให้กลุ่มของผู้พัฒนามากมายคอยสอดส่องและเฝ้าดูว่าจะมีช่องโหว่ตรงไหนรึเปล่า จะมีการสร้างโปรแกรม “Bug Bounty” ที่ให้รางวัลแก่ผู้ที่ชี้ช่องโหว่ในระบบด้วย แล้ว Facebook ทำเงินอย่างไร? และข้อมูลจะถูกขายไหม? แน่นอนว่า Facebook ไม่ได้ทำให้เราใช้กันฟรีๆ ทั้งหมดอยู่แล้ว จะมีการหักเงินเล็กน้อยจากแต่ละธุรกรรม อีกอย่างที่พวกเขาบอกก็คือว่าจะไม่มีการนำเอาข้อมูลทางการเงินมารวมกับข้อมูลที่ใช้สำหรับโฆษณา จะเป็นฐานข้อมูลที่แยกจากกันโดยสิ้นเชิง จะไม่ถูกนำไปใช้เพื่อยิงโฆษณาอย่างแน่นอน

สำหรับคนไทยเริ่มคุ้นเคยกับกระเป๋าตังค์ดิจิทัลกันบ้างแล้วจากโครงการ ชิม ช้อป ใช้ ผู้ใช้งานต้องดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน “เป่าตัง” ก็จะเข้าใจตรงนี้ไม่ยาก เมื่อสกุลเงินดิจิทัล Libra ถูกปล่อยสู่โลกกว้าง โดยผู้ใช้งานก็ต้องดาวน์โหลดแอปพลิเคชันที่เรียกว่า “Calibra” ที่เป็นกระเป๋าเงินดิจิทัลรูปแบบหนึ่ง ซึ่งจะทำให้เราสามารถรับ-ส่งเงินให้ใครก็ได้ที่มีสมาร์ตโฟน สามารถใช้งานได้จาก Facebook Messenger และ WhatsApp ด้วยเช่นกัน ©TAC



สุดท้ายนี้ขอย้ำอีกครั้งว่าสินทรัพย์ดิจิทัลนั้นมีความเสี่ยงสูง ควรเช็คให้ชัวร์ก่อนว่ามีความเข้าใจและสามารถยอมรับความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องก่อนตัดสินใจลงทุนนะครับ แล้วพบกันฉบับหน้า ลาไปก่อน สวัสดีครับ

พลิกโฉมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้วยนวัตกรรม



การเดินทางท่องเที่ยวกลายเป็นส่วนสำคัญของชีวิตผู้คน โดยมีคำกล่าวที่ว่า “In the past, people were tourists because of their religion, but nowadays they are tourists because tourism is their religion.” ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตคนในยุคปัจจุบันไปแล้ว

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่ทุกประเทศให้ความสำคัญ เพราะสร้างผลกระทบโดยตรงต่อทั้งระบบเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและชุมชน และหากพิจารณาห่วงโซ่มูลค่าที่เกี่ยวข้อง ก็จะได้เห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ช่วยขับเคลื่อนภาคการบริการต่างๆ ตั้งแต่บริการขนส่ง บริการที่พัก บริการอาหารและเครื่องดื่ม บริการนำเที่ยว รวมถึงภาคการผลิตที่เกี่ยวข้อง

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอุตสาหกรรมที่มีโอกาสเปิดกว้างสำหรับ “นวัตกรรม” สาเหตุมาจากแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ทำให้ความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงความจำเป็นในการปรับตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อความอยู่รอดและการแข่งขัน ตัวอย่างความเปลี่ยนแปลง อาทิ

- **โครงสร้างประชากร (Demographic Change)** – หลายประเทศกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งประชากรกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ ขณะเดียวกันก็เป็นกลุ่มที่กำลังมองหาที่พักหลังเกษียณที่มีต้นทุนไม่สูงนัก
- **พฤติกรรมผู้บริโภค (Behavioral Change)** – กลุ่มคนทำงานและคนรุ่นใหม่ที่เป็นคน Gen Y และ Z ต่างต้องการที่จะเรียนรู้ประสบการณ์และวัฒนธรรมใหม่ๆ รวมถึงมองหากิจกรรมยามว่างที่มีความเพลิดเพลินแปลกใหม่และท้าทาย
- **การเติบโตทางเศรษฐกิจ (Economic Change)** – การเติบโตทางเศรษฐกิจทำให้เกิดการขยายตัวของกลุ่มชนชั้นกลาง ที่มีกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ หลายๆ เมืองต่างเห็นโอกาสของการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นแหล่งสร้างรายได้และสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจให้กับพื้นที่
- **ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Technological Change)** – เทคโนโลยีด้านดิจิทัลกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญในการอำนวยความสะดวกและสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับทั้งนักท่องเที่ยวและธุรกิจท่องเที่ยว

ที่ผ่านมารูปแบบและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปทำให้เกิดกลุ่มนักท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ ที่ต่างมีความต้องการในบริการและประสบการณ์ที่มีลักษณะเฉพาะ อาทิ กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัย (Silver Hairs) กลุ่มนักท่องเที่ยวรักธรรมชาติ (Nature Lover) กลุ่มนักท่องเที่ยวรสตรที่เดินทางคนเดียว (Female Soloist) กลุ่มนักท่องเที่ยวผจญภัย (Adventure Trip) กลุ่มนักท่องเที่ยวรักการกิน (Culinary Experience) หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์จริงในพื้นที่ (Authentic Experience)

ยิ่งไปกว่านั้น เทคโนโลยีดิจิทัลยังเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนา “นวัตกรรม” สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยสร้างให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวแบบ **So-Lo-Mo** หรือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เน้นการสื่อสารและบริโภคข้อมูลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (**Social Network**) ที่ต้องการที่จะเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์จริงในพื้นที่ท่องเที่ยว (**Local Area**) และมักมีอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพา (**Mobile Device**) ติดตัวไปทุกหนทุกแห่ง



เราจึงมีโอกาสได้เห็น “นวัตกรรม” รูปแบบต่างๆ เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบของสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ บริการรูปแบบใหม่ แพลตฟอร์มอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยองค์ประกอบสำคัญที่เป็นปัจจัยความสำเร็จของนวัตกรรม ประกอบด้วย

- **การสร้างประสบการณ์ใหม่** – นักท่องเที่ยวทุกคนต่างคาดหวังการสัมผัสประสบการณ์ที่น่าประทับใจ (wow moment) ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ทางวัฒนธรรม สังคม ธรรมชาติ การเรียนรู้ รวมถึงการผจญภัย การท่องเที่ยวยุคใหม่จึงเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมและวิถีชีวิตในพื้นที่

- **ตอบความคาดหวังที่มีต่อบริการ** – นักท่องเที่ยวต่างมีความคาดหวังต่อบริการที่แตกต่างกันไป ทั้งในเรื่องของความคุ้มค่า ความสะดวก ความรวดเร็ว ความสบาย รวมถึงความปลอดภัย บริการรูปแบบใหม่ๆ ต่างๆ จึงได้รับการออกแบบมาอย่างหลากหลาย เพื่อตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวตลอดเส้นทางการรับบริการ (service journey)

- **การใช้ประโยชน์ข้อมูลและเทคโนโลยี** – หัวใจสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวในอนาคตจะเป็นเรื่องของการใช้ประโยชน์ข้อมูลเพื่อยกระดับประสบการณ์และคุณภาพบริการให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการ โดยมีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ดิจิทัลที่ทันสมัยอย่าง Artificial Intelligence, Recognition Technology, Internet of Things, Augmented Reality รวมถึง Robot and Automation มาช่วยในการจัดการข้อมูล

จะเห็นได้ว่าบริการด้านการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ๆ อย่าง TakeMeTour ที่เน้นให้นักท่องเที่ยวอินบาวด์ได้สัมผัส Local Experience ผ่านการนำทัวร์โดยคนไทยในพื้นที่ Airportels บริการขนส่งสัมภาระระหว่างโรงแรมและสนามบิน เพื่อให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องเสียโอกาสการเที่ยว หรือบริการคัดเลือกดีลแพ็คเกจทัวร์อย่าง TourKrub ต่างให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ใหม่และตอบความคาดหวังรูปแบบต่างๆ ของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยข้อมูลและเทคโนโลยีมาเป็นตัวช่วยในการยกระดับประสบการณ์และคุณภาพบริการ ©TAC



ภาษากายที่ควรหลีกเลี่ยง

Body Language Mistakes You Need to Avoid

งานวิจัยของ UCLA พบว่า ในการสื่อสารนั้น 7% แสดงจากสิ่งที่เราพูดออกมา 38% แสดงจากน้ำเสียงที่ใช้ และที่เหลือ 55% มาจากภาษากาย (Body language) หรือ อวัจนภาษา คือ การใช้พฤติกรรมทางร่างกายเพื่อการสื่อสาร

ภาษากายที่ดีทำให้การสื่อสารของเรามีแนวโน้มไปในทิศทางที่ดีขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน ภาษากายที่แย่ ก็อาจทำให้ความตั้งใจดี หรือสารดีๆ ที่เราอยากสื่อสารออกไปมีความผิดเพี้ยนได้เช่นเดียวกัน และนี่คือภาษากายที่คุณไม่ควรทำ

1. กอดดอก

การกอดดอกเป็นสัญลักษณ์ของการปกป้อง ต้านทาน และเป็นการสร้างระยะห่างระหว่างคุณกับคู่สนทนา

.....

2. โน้มตัวไปข้างหน้า

การโน้มตัวไปข้างหน้าเข้าใกล้คู่สนทนามากเกินไป อาจทำให้คู่สนทนารู้สึกไม่สบายใจ และอึดอัดเวลาคุยกับคุณ

.....

3. ไม่สบตา

การหลีกเลี่ยงการไม่สบตาคู่สนทนา ทำให้คุณดูทำให้คุณดูไม่น่าไว้วางใจหรือตื่นเต้นเกินไป

.....

4. เก้าสะเอวหรือเก้าสะโพกยื่นมือไขว่หลัง

ภาษากายแบบนี้ จะทำให้คุณถูกมองว่าเป็นการวางท่าที่มีอำนาจมากกว่า

.....

5. ถอยห่างเมื่อถูกถาม

คนเรามักจะถอยห่างจากสิ่งที่กลัว/รังเกียจ/ไม่ชอบ/คุกคาม ถ้าคู่สนทนาเราเอนตัวออกห่างจากเรา แสดงว่าเค้ามีท่าทีที่จะไม่ชอบเรา เป็นการปฏิเสธการเผชิญหน้า หรือต้องการสร้างระยะห่าง

.....

6. มือไขว่หลังหรือล้วงกระเป๋า

ภาษากายแบบนี้ จะทำให้คุณดูเคร่งขรึม และดูเครียดจนเกินไป

.....

7. พยักหน้ามากเกินไป

การพยักหน้ามากเกินไป อาจทำให้ผู้พูดคิดว่าคุณกำลังเห็นด้วย ทั้งๆ ที่คุณอาจไม่ทันฟังซะด้วยซ้ำ ต้องแก้ด้วยการพยักหน้าแล้วอยู่นิ่งๆ บ้าง

ความรับผิดชอบ ที่ยิ่งใหญ่ของ $\approx$ libra

การแข่งขันด้านการชำระเงินข้ามประเทศกำลังร้อนระอุยิ่งขึ้น ทำให้มีโมเดลธุรกิจและบริการขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาความล่าช้าในการใช้จ่าย การเจรจาและแก้ไขความขัดแย้ง รวมไปถึงการตัดภาระค่าใช้จ่ายบางอย่างออก สำหรับอุตสาหกรรมที่อาศัยความเชื่อใจสูง เช่น อุตสาหกรรมการเงิน โดยเทคโนโลยีใหม่ที่สามารถปฏิวัติอุตสาหกรรมได้อย่างแท้จริงนั้น จะเป็นเทคโนโลยีใดไปไม่ได้นอกจาก **บล็อกเชน** ที่ริเริ่มวิธีการใหม่ซึ่งช่วยลดความไม่แน่นอนในการโอนทรัพย์สินลง และยังตัดตัวกลางออก ด้วยระบบ shared ledger ที่ปราศจากศูนย์กลางซึ่งทำหน้าที่เป็นสถาบันทางดิจิทัลที่ให้ความเชื่อใจอีกด้วย

เทคโนโลยีใหม่นี้ จึงทำให้เกิดคริปโตเคอเรนซีของ Facebook อย่าง Libra ที่เขย่าวงการคริปโตอย่างมากตั้งแต่การเปิดตัว white paper เมื่อเดือนมิถุนายนที่ผ่านมา โดย Libra มีเป้าหมายที่จะเร่งกระบวนการโอนเงิน ด้วยการเป็น stable coin ที่ถูกค้ำด้วยเงินหลากหลายสกุล และจะดำเนินการผ่านแพลตฟอร์ม native smart contract ที่จะไม่อาศัยโมเดล proof of work ของบิตคอยน์อีกด้วย

แม้จะมีเหล่าพันธมิตรเป็นบริษัทชั้นนำในวงการ แต่ Libra ก็ยังอยู่ในเพียงเฟสแรก และยังไม่ได้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

โดยองค์กร Libra Association ที่มีสถานะเป็นองค์กรอิสระและไม่แสวงหาผลกำไร ทำหน้าที่ดำเนินงานและกำกับดูแลระบบนิเวศของ Libra โดยรายการใช้จ่ายจะถูกส่ง สิ่งดำเนินการ และจัดเก็บ ที่องค์กรแห่งนี้ ซึ่งทั้งหมดนี้จะใช้โปรโตคอลแบบ open-source ของ Libra ที่มีชื่อว่า Libra Core

ด้วยเป้าหมายที่จะเพิ่มศักยภาพให้แก่ธุรกิจและสนับสนุน fair trade รวมไปถึงเพิ่มการเติบโตทางเศรษฐกิจและการให้บริการทางการเงิน แก่ผู้ที่ยังเข้าไม่ถึงบริการทางการเงิน นอกจากนี้ยังต้องการลดการฉ้อโกงและเพิ่มประสิทธิภาพการบริการการเงิน **บล็อกเชนของ Libra ถูกออกแบบให้มีความปลอดภัย ความยืดหยุ่นในการขยายระบบ และความน่าเชื่อถือ**

ด้วยวิวัฒนาการอย่างต่อเนื่องในเทคโนโลยี ทำให้ Libra มีความยืดหยุ่น จากการใช้เทคโนโลยีจำนวนมากตั้งแต่ hash tree ไปจนถึงธุรกรรมนามแฝง (Pseudonym transaction) วิธีการเหล่านี้ทำให้เกิดโมเดลค่าเงินที่ใช้เงินสำรองค้ำประกัน เพื่อลดความผันผวนของมูลค่าเหรียญ และเริ่มจากการเป็นเครือข่ายที่มี permission ไปสู่เครือข่ายที่ permissionless ในอนาคต

เทคโนโลยีเป็นเรื่องของการเติบโต และชุมชนของ Libra ก็ได้แสดงความตั้งใจที่จะรักษาระดับการพัฒนาที่จำเป็นในการเปิดตัว framework สำหรับการพัฒนาแบบเปิด หรือ open development ที่ให้ pull request ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น และ design document เปิดเผยต่อสาธารณะ เพื่อให้ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาร่วมกันได้ แม้ที่ผ่านมาจะมีการทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง แต่ผู้ให้บริการด้านการใช้จ่ายที่มีชื่อเสียงอย่าง Visa, Mastercard, Strip และอื่น ๆ ได้ทยอยออกจากโครงการพัฒนา Libra แล้ว ตามหลัง PayPal ที่ประกาศถอนตัวออกไปก่อนหน้านี้ โดย Dante Disparte หัวหน้าฝ่ายนโยบายและการสื่อสารของ Libra Association ได้ระบุว่าการออกครั้งนี้เป็นการแก้ไขปัญหามากกว่าการประสบความสำเร็จของโครงการ

Libra ทำหน้าที่เสมือนเป็นตัวตรงข้ามกับบิตคอยน์ ด้วยกลไกที่จำกัดผู้ตรวจสอบไม่ที่ราย ภายในเครือข่าย หลายคนจึงมองว่าเหรียญ Libra นั้นมีศูนย์กลาง ทั้งที่การใช้จ่ายผ่าน Visa WeChat หรือระบบการชำระอื่นๆ ต่างก็ล้วนมีศูนย์กลางทั้งสิ้น ในขณะที่การโอนผ่าน MoneyGram และการใช้บัตร Visa ยังคงเป็นที่แพร่หลายอยู่ **แต่ในประเทศจีน ผู้คนต่างใช้โปรแกรมแชทที่ทำหน้าที่เป็นเหมือน “อินเทอร์เน็ต” ของเงิน** ในการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น การจองโรงแรม จ่ายค่าเทอม รายจ่ายชีวิตประจำวัน จึงสรุปได้ว่า Libra ก็คงมีความคาดหวังในแบบเดียวกัน คือการทำธุรกรรมทางการเงินเพียงด้วยปลายนิ้วสัมผัส ไม่ว่าจะเป็นเมื่อไหร่ หรือที่ใดก็ตาม

Libra เป็นประเด็นที่พูดถึงอย่างหนาหูว่าจะมาเปลี่ยนแปลงการส่งเงินกลับประเทศ (remittance) และธนาคารกลางทั่วโลกต่างมองว่า Libra จะเป็นคู่แข่งกับเงินสกุลประจำชาติของแต่ละ



ประเทศ แต่ถึงกระนั้น เป้าหมายของ Libra ก็ยังคงเป็นอย่างเดิม นั่นคือการเปลี่ยนแปลงระบบการชำระเงินและการจัดการการเงินทั่วโลก เป็นที่น่าสนใจว่า David Marcus ได้ให้การต่อหน้าคณะกรรมการการธนาคารของวุฒิสภาสหรัฐฯ ว่า Libra จะไม่เปิดใช้งานจนกว่าความกังวลของผู้กำกับดูแลจากทั่วโลกจะได้รับคำตอบที่ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับ

ในขณะที่เงินคริปโตเมื่อไปถึงผู้รับแล้ว ข้อมูลทุกอย่าง เช่น ประวัติธุรกรรมในอดีตและปัจจุบัน และประวัติการใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลระบุตัวตนก็จะถูกส่งไปด้วย อย่างไรก็ตาม มีการคาดการณ์ว่า Facebook จะมีการปกป้องความเป็นส่วนตัว หรือ privacy preservation เพื่อป้องกันข้อมูลส่วนหนึ่ง

แม้ชื่อเสียงของแบรนด์นั้นสำคัญเป็นอย่างมาก ผลกระทบจากการถอนตัวของ PayPal จาก Association ดังกล่าวอาจทำให้ดูน่าเป็นห่วง แต่จำนวนผู้ใช้งาน Facebook (2.41 พันล้าน) ก็ยังถือว่าเป็นจำนวนที่มากโข และแม้จะมีข่าวคราวที่ไม่ดีเรื่องความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งาน Facebook แต่ผู้คนส่วนมากก็ยังคงให้ความเชื่อมั่นกับระบบเช่นเดิม การถอนตัวที่เกิดขึ้นจึงไม่ได้ส่งผลให้โปรเจกต์ Libra ถึงกับพังทลายหรือล้มเหลวลง อันที่จริงแล้ว ยังมีอีกหลายองค์ประกอบ (นอก Libra) ที่ให้ความสนใจเข้าร่วมเป็นหนึ่งในสมาชิกก่อตั้งในวันที่ 15 ตุลาคม 2019 มีการก่อตั้งสภาของ Libra Association ขึ้น โดยสมาชิกผู้ก่อตั้ง 21 ราย ได้ลงนามกฎบัตร Libra Association ร่วมกัน ซึ่งมี PayPal, Spotify และ Uber รวมอยู่ด้วย

อย่างไรก็ดี การถอนตัวดังกล่าวคงส่งผลต่อโมเมนตัมของโปรเจกต์และส่งผลกระทบต่อความล่าช้าเล็กน้อยในช่วงระยะเวลาสั้นๆ การปฏิวัติรูปแบบวิธีคิดในปัจจุบันที่เกิดขึ้นด้วยแรงกดดันอย่างต่อเนื่องจากทุกฝ่าย รวมถึงการตรวจสอบที่เข้มงวดจากรัฐบาล จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างระบบที่มีความยืดหยุ่นในการขยายได้ (scalable) และโลกที่เชื่อมต่อกันนี้ จะทำให้เกิดไอเดีย บิดความ สามารถ และรูปแบบวิธีดำเนินการที่จะเสริมการเติบโตของธุรกิจให้

สูงขึ้นกว่าเดิม เพราะความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันระหว่างธุรกิจนั้น มีความสำคัญกว่าความเร็วในการออกธุรกิจหรือบริการใหม่

ด้วยปริมาณ Libra ที่จะสร้างสกุลเงินระหว่างประเทศ ทำให้ฝ่ายนิติบัญญัติเกิดความวิตกกังวล พวกเขาเชื่อว่าระบบนิเวศของ Libra จะตัดผ่านเครือข่ายการเงินแบบเดิม ซึ่งหากมองประวัติช่วงหลังของ Facebook ทั้งในข่าวฉาวเกี่ยวกับ Cambridge Analytica และข้อกล่าวหาเรื่องการสนับสนุนการแทรกแซงการเลือกตั้ง ทำให้มีกระแสวิพากษ์วิจารณ์ถึงความไม่เชื่อมั่นในความพร้อมของ Libra ที่จะรับภาระความรับผิดชอบที่ยิ่งใหญ่นี้ทาง Facebook เองก็รับรู้ถึงปัญหาภาพลักษณ์ Libra ที่จะเกิดขึ้นได้ จึงพยายามแก้ไขปัญหาคความไม่ไว้วางใจของสาธารณชนผ่าน **(1) การใช้สกุลเงินจริงในการเพิ่มเสถียรภาพให้กับคริปโตเคอเรนซี ร่วมกับ (2) คณะกรรมการกำกับที่ทำการสอบทาน**

“Move fast and break things.” หรือ “เคลื่อนที่ให้ไว และลองผิดลองถูก”

คำของ Mark Zuckerberg นี้ ได้จำกัดความในมุมมองของผู้ประกอบการของคำว่า disruption ได้อย่างชาญฉลาดมากขึ้น

ฝ่ายนิติบัญญัติที่ร่างกฎหมายเองก็ไม่เชื่อในการนำ Libra มาใช้งานอย่างราบรื่นโดยไม่เกิดการเสียหาย

ดังนั้น ปัญหาไม่ได้เกิดขึ้นเพียงจากความปลอดภัยเท่านั้น แต่ยังลามไปถึงเรื่องความหวาดกลัวในการเป็นมหาอำนาจอีกด้วย

ไอเดียเป็นสิ่งที่ทรงพลัง เมื่อถูกยอมรับโดยสาธารณชน และต่างรับรู้ถึงศักยภาพแล้ว มันจะสามารถเติบโตด้วยตัวเองอย่างไม่หยุดยั้ง จึงเป็นไปได้ยากมากที่จะมีใครที่จะสามารถล้มไอเดียของบล็อกเชน Libra นี้ลงได้

**“Move fast
and break things.”**
**“เคลื่อนที่ให้ไว
และลองผิดลองถูก”**

เปลี่ยนสายมัน ให้หันมาแคร์

จากประสบการณ์กว่า 20 ปี ในงาน HRD
เมื่อพูดถึง Talent หรือ Successor
หลายองค์กรมักพูดเป็นเสียงเดียวกันว่า

“เก่ง มั่นใจ แต่ไม่ได้ใจคน”
“เก่งงาน แต่ไม่เก่งคน”
“เก่งแต่งงาน แต่ยังขาดภาวะผู้นำที่ดี”

วันนี้ผมเลยอยากมาเล่าประสบการณ์
การเปลี่ยนสายมัน ให้หันมาใส่ใจคน
ทำได้อย่างไร

ย้อนไปเมื่อ 3-4 ปีที่แล้ว
ในคลาส Leadership Coaching ที่ผมต้องสอนครั้งนั้น
มีผู้เรียน 17 คน และทุกคนคือ Talent ขององค์กร

บรรยากาศการเรียนปกติดี เพราะมีแต่คนเก่งๆ
ที่อยากรู้อยากเรียน
แต่มี “ชายหนุ่มคนหนึ่ง” ที่มีความโดดเด่นและแสดงท่าที
“ท้าทาย” อย่างชัดเจน

**เพราะเขา คือคนที่ได้ชื่อว่าเป็น “High-Potential”
ขององค์กร !!!**

ซึ่งปกติแล้ว บุคคลที่เป็น “High-Potential”
จะมีลักษณะคล้ายกัน คือ
บุคลิกดี มีความมั่นใจมาก ฉลาด
คิดเร็ว ทำเร็ว พูดเร็ว
และค่อนข้างจะร่วมงานกับคนอื่นไม่ค่อยดีนัก

และชายหนุ่มคนนี้ก็มีบุคลิกดังกล่าวกว่ครบถ้วน
เมื่อเขาเข้ามาอบรม
ทำให้รู้สึกว่าเขากำลังแผ่รังสีอำมหิตของความ
“อยากลองของ” แผ่ซ่านมาก อีกด้วย

ซึ่งถ้าพูดอะไรไม่เข้าหู หรือไม่จริง คงได้มีการซักถามกันย่น
สว่างแน่นอน
(นี่ผมแค่คิดก็กลัวแล้วละครับ 555)

แต่ไม่เป็นไร “อยู่กับปัจจุบัน” และคิดอย่างเดียวนว่า
หน้าที่เราคือ แบ่งปันความรู้ ไม่ได้มาเพื่อทะเลาะ
หรือเอาชนะใคร
คิดได้อย่างนั้นแล้ว ก็สบายใจขึ้น คิดว่าทำหน้าที่ของตัวเอง
ดีที่สุดก็พอแล้ว

เป็นไปตามคาด เขาถามคำถามเยอะมาก
มีท่าทีสนใจและคิดตามตลอดเวลา ทุกคำถาม
ทุกความเห็นที่ออกมา มันสุด มากๆ ๑ ๑
ถามแบบไม่เกรงใจ ไม่สนใจว่าอาจารย์จะตอบไม่ได้ หรือ
ถ้าพลาด คงมีอาการหน้าแตกกันเกิดขึ้นแน่

เขาต้องการรู้ทุกอย่าง อย่างลึกและละเอียดมาก
และต้องมีเหตุผลชัดเจนด้วย
ตามสไตล์ Hi-Po ที่เวลาอยากรู้อะไร ต้องรู้ให้ได้
ออกแนวจะเป็น บด บี้ ขยี้ ขยำ เลยก็ว่าได้
(ไม่อยากคิดภาพเวลาเขาทำงานเลย...)

แต่ไม่เป็นไร พี่ยังไหว.... ผมบอกตัวเองแบบนั้นนะครับ 555

ถึงแม้ว่าจะมีความรู้สึกตัวเองถูกอัด ถูกลองของ
ถูกท้าทาย แต่นั่นก็ไม่สำคัญ เพราะ...
สิ่งที่ผมสัมผัสได้ คือ ความใส่ใจ ตั้งใจ และอยากรู้อยากเรียน
จริงๆ
(แต่คิดแล้ว เขาก็เหมาะสมแล้วแหละครับที่เขาถูกวางตัวให้เป็น
Hi-Po ขององค์กร)

ทุกครั้งที่เขาถาม ผมจึงตัดความคิดว่าเขากำลัง “ท้าทาย”
ออกไปหมด
เหลือแค่ความคิดว่า เขาอยากรู้อะไร จะตอบให้เขารู้แบบ
หมดเปลือกไปเลย
แล้วคิดต่ออีกว่า ดีแค่ไหนที่มีคนตั้งใจเรียนขนาดนี้อยู่ในห้อง !!!
พอคิดได้แบบนี้
“ความเบาสบาย” ก็เกิดขึ้นที่ใจ
ทำให้สามารถรับมือกับทุกคำถามได้อย่างดี

แค่นี้ผมก็สามารถสร้างการเรียนรู้ให้เขาและเพื่อนๆ
รวมทั้งตัวผมเองได้อย่างมากมายเลยทีเดียว
หลังจากจบคลาสไป
สิ่งที่ผมรับรู้ได้คือ Hi-Po คนนี้ ได้ความรู้ไปเต็มๆ

แต่สิ่งที่วิทยากรทุกคน ได้ยินคำถามอยู่เรื่อยๆคือ
เรียนไปแล้วใช้ได้จริงหรือ??
เปลี่ยนจริงหรือ??
เปลี่ยนนานมัย??

เรื่องราวของ Hi-Po คนนี้ ตอบคำถามข้างบนได้แบบชัดเจน
เลยก็เดียว

หลังจากจบคลาสไป 1 สัปดาห์
HR ของบริษัทนั้นโทรมาหาผม กล่าวขอบคุณ พร้อมกับหัวเราะ
ร่วม บอกผมว่า มีเรื่องน่ายินดีจะเล่าให้ฟัง...

"เมื่อเช้านี้ หลังจากประชุมผู้บริหารเสร็จ
หัวหน้าของน้อง Hi-Po คนนั้นก็เดินปรี่มาหาพี่ HR
ด้วยท่าทางตื่นเต้นแล้วถามว่า
พี่คะ!! น้องมันไปเรียนอะไรมาคะ??? พี่อยากเรียนบ้าง!!!

พี่เลยถามกลับไปด้วยความตกใจ!!!
ทำไมหรือ?? มีอะไรหรือคะ?
เขาก็ตอบว่า "เป่ล่าคะ ไม่มีอะไร คือว่า
น้องเค้าเปลี่ยนไปจนตกใจ เปลี่ยนไปเยอะมาก!!!
หลังจากเข้าคลาสนี้ "
"ยังใจหรือคะ?" พี่ HR สงสัยเลยซักต่อ...

"น้องเขาใจเย็นลงมาก ไม่แรงมากเหมือนเมื่อก่อน
จากคนแรงตัวพ่อ!!! เปลี่ยนเป็นอีกคนเลย
เวลาสงสัยจะถามอย่างใจเย็น ไม่เร่งเร้าคำตอบ
เรียกว่า สุขุมขึ้นมาก ๆ
ที่แรกเราก็นึกว่าเขาอาจจะไม่สบาย
แต่นี่สังเกตมาหลายวันแล้ว จึงมั่นใจว่าเปลี่ยนแน่
เลยมาถามพี่ดู น้อง ๆ คนอื่นในทีมก็สังเกตเห็น
ลูกน้องของเขาแอปปีขึ้นทุกคนเลย
เขาเอาใจใส่ สอบถามด้วยความห่วงใย
ใช้โหมด soft ขึ้นเยอะมากๆ อะคะ..."

"พี่เลยตอบไปว่า เค้าไปเรียน กับอาจารย์มอสมา
เรื่อง Leadership Mindset & Coaching"
พี่ HR เล่าจบก็ขอบคุณผมอีกรอบ ที่ช่วยให้คนขององค์กร
เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น
ผมก็ขอบคุณสำหรับโอกาสที่ได้ทำงานร่วมกัน

และบอกเลยว่า ผมเองค่อนข้างปลื้มใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการ
พัฒนาบุคลากรขององค์กรได้ในครั้งนี้ด้วย

ตลอด 2-3 ปีที่ผ่านมา ผมได้ยินความเคลื่อนไหวของน้อง
Hi-Po มาตลอด
เขาเติบโตในหน้าที่การงานอย่างดี เป็นที่รักของทีมงาน
ซึ่งผมก็แอบดีใจกับความสำเร็จของน้องเขา

จนมาเมื่อไม่กี่เดือนก่อน ผมได้เจอกับน้อง Hi-Po อีกครั้งด้วย
ความบังเอิญ
ผมไปสอนที่บริษัทหนึ่ง ที่น้อง Hi-Po คนนี้เพิ่งย้ายมาทำงาน
ได้ 2-3 เดือนเอง

CEO เดินเข้ามาในห้องอบรม แล้วชวนน้อง Hi-Po ให้ฟังว่า
ดิฉันรู้จักเขามานานตั้งแต่อยู่บริษัทเดิม รับรู้ถึงความเก่ง
และมั่นใจ
และยินดีมากที่เขามีการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นมาก
จนกลายเป็นคนใหม่ไปเรียบร้อยแล้ว
เค้ากลายเป็นหัวหน้าทีลูกน้องรักและเคารพ
น้องๆ ทุกคนบอกเลยว่า อยากทำงานกับพี่คนนี้
"ไปไหนก็จะตามไป"

จบประโยคนี้ผมยิ้มแถมปริเลศครับ
เพราะอะไรหรือครับ....
เพราะดีใจที่เขาเปลี่ยนแปลงตัวเองได้
และที่สำคัญ!! การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลต่อชีวิตเขามากมาย

ผมขอยืนยันอีกครั้งนะครับว่า
คนเปลี่ยนแปลงได้ เมื่อได้เครื่องมือที่ถูกต้อง
และเมื่อตัวเขาเปิดรับการเปลี่ยนแปลงนั้น ©TAC



มุมมอง Marketing & Sale ในโลกที่เปลี่ยนไป

ในตอนนี้ผมขอเสนอมุมมองเกี่ยวกับหน้าที่ของ “การตลาด” และ “การขาย” หรือ “Marketing” และ “Sale” ว่าแตกต่างกันแค่ไหน อย่างไร และมีอะไรมากกว่านั้นไหม เพื่อให้ผู้บริหารระดับสูงหรือเจ้าของกิจการมองเห็นภาพชัดขึ้น เพื่อนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับธรรมชาติของธุรกิจนั้นๆ โดยให้เกิดความขัดแย้งน้อยที่สุดครับ เพราะโลกใบนี้เปลี่ยนแปลงไป จะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป

Sale หรือ การขาย

มีคนให้นิยามการขายไว้มากมาย แตกต่างกันไป แต่สำหรับผมขอให้คำนิยาม “การขาย” ว่าเป็น “การมีตัวกลางหรือตัวแทนในการนำเสนอขายสินค้าหรือบริการ ผ่านช่องทางต่างๆ” เพื่อให้ “เกิดการซื้อ” อาจเป็นเพียงครั้งเดียว หรือหลายๆ ครั้งก็ได้



จุดประสงค์ของการขาย คือ การทำให้ “เกิดการซื้อ” เป็นหลักสำคัญ หากกิจกรรมที่ทำนั้น ไม่ได้มีส่วนทำให้เกิดการซื้อ ก็ไม่ควรถือเป็นหน้าที่ของฝ่ายขาย

Marketing หรือ การตลาด

เช่นเดียวกันครับ มีคนให้คำนิยามไว้มากมาย แม้แต่กูรูการตลาด Philip Kotler ก็ยังให้คำนิยามการตลาดไว้เป็นหลายๆ ยุค ตั้งแต่ Marketing 1.0, Marketing 2.0, Marketing 3.0 และ Marketing 4.0 ซึ่งก็แตกต่างกันไปเรื่อยๆ

สำหรับผมขอให้คำนิยาม“การตลาด” ไว้ว่า **“คือการทำให้ลูกค้ารู้จัก จดจำ พึงพอใจ และประทับใจ” ซึ่งจะให้ผลลัพธ์ตามมาก็คือ “เกิดการซื้อ” และเกิดความภักดีในแบรนด์**

จุดประสงค์ของการตลาด อาจไม่ใช่ต้องการให้เกิดการขายเป็นหลักเหมือนกับการขาย เช่นโฆษณาของบริษัทยี่ห้อหนึ่ง ที่ใช้การอนุรักษ์ความเป็นไทยมาเป็นธีมในการโฆษณา หรือโฆษณาการปลูกป่าของการไฟฟ้าฝ่ายผลิต หรือที่เรียกกันว่า Corporate Ad ซึ่งเป็นการสร้าง Awareness และสร้าง Corporate Image ให้กับองค์กร เพื่อให้คนจดจำ และมีความรู้สึกที่ดีกับองค์กรนั้นๆ

แต่โลกในปัจจุบันนี้ เปลี่ยนเปลี่ยนไปมาก New Media เช่น Google Ads, Facebook Ads, Line Ads, E-commerce, Social Network ที่เดิมถือเป็นหน้าที่ของการตลาด **แต่ปัจจุบันสามารถเข้ามาช่วยในด้านการขายได้เป็นอย่างดีเยี่ยม**

ผมจึงขอเรียกหน้าที่ใหม่นี้ว่า **“Sales Marketing” หรือ การตลาดเพื่อสร้างยอดขาย** (ซึ่งส่วนใหญ่จะผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก) และการจะคัดเลือกคนที่จะมาดูแลหน้าที่นี้ ก็จะต้องมีประสบการณ์ทั้งด้านการตลาดและการขายมาพอสมควร เพื่อให้เข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการขาย ด้วยค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ไม่มากหรือน้อยเกินไป

ดังนั้นองค์กรในยุคนี้เพื่อให้เกิดยอดขาย และการเติบโตที่ยั่งยืน ควรจะต้องมีหน่วยงานด้านนี้ 3 ด้าน คือ

- การขาย
- การตลาด
- การตลาดเพื่อการขาย

แต่สัดส่วนในการปรุงให้เหมาะกับองค์กร ก็ขึ้นอยู่กับ Nature ธุรกิจขององค์กร เช่น ถ้าเป็นองค์กรที่ขายสินค้าอุตสาหกรรม ก็อาจต้องเน้นเรื่อง Sales Approach เป็นหลัก แล้วตามด้วย Sales Marketing และ Marketing แต่ถ้าเป็นสินค้า Mass เช่น อุปกรณ์ใช้ในครัวเรือน ก็อาจจะต้องใช้ Marketing และ Sales Marketing ไปด้วยกัน และใช้ Sales Approach ช่วยในการติดต่อหรือติดตามลูกค้า เป็นต้น

โลกวันนี้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากๆ สิ่งที่เคยเชื่อเคยทำกันมา จำเป็นต้องพร้อมปรับเปลี่ยนให้ทันกับยุคที่เปลี่ยนไปครับ ©TAC



กับการสร้างความสุข ด้วยความเข้าใจ



หากคุณเป็นคนหนึ่งที่กำลังประสบปัญหามากมายในชีวิต เกิดอาการหมดแรง ก้าวแท้ เครียด หรือหมดกำลังใจ บทความนี้น่าจะเป็นประโยชน์กับคุณมากเลยทีเดียว เพราะเราจะชวนคุณมาเรียนรู้วิธีสร้างความสุขที่ทำได้ด้วยการร่วมมือกันระหว่างตัวคุณเองกับเพื่อนคู่คิดที่น่าทึ่ง ซึ่งก็คือ สมอองนั่นเอง

ประเด็นสำคัญมีอยู่ว่า การที่เราจะคุยกับสมอองให้รู้เรื่อง เราก็ต้องใช้ภาษาที่สมอองเข้าใจ ที่เรียกว่า **ภาษาสื่อความคิด**

หากเปรียบ “สมออง” เหมือน “ฮาร์ดแวร์”, “ความคิด (ภาษา)” ก็เปรียบเหมือน “ซอฟต์แวร์” ยิ่งเราทำความเข้าใจการทำงานของสมอองได้มากเพียงใด ยิ่งเป็นการตอกย้ำข้อคิดคำคมที่เราได้ยินจนชินหูว่า “ชีวิตจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับตัวเราที่เป็นผู้กำหนด” เพราะเราคือบุคคลสำคัญที่เป็นผู้เขียนโปรแกรมทางความคิด เพื่อป้อนเข้าไปในสมอองของเรา และสมอองก็ทำหน้าที่ประมวลผลตามสิ่งที่เราป้อนเข้าไปอย่างซื่อสัตย์ตรงไปตรงมาที่สุด นั่นคือ **ถ้าเราป้อนสิ่งดี สิ่งที่ได้จากการประมวลผลก็ย่อมออกมาดี ในทางกลับกัน ถ้าเราป้อนสิ่งไม่ดี สิ่งที่สมอองประมวลผลก็ย่อมออกมาไม่ดี**

Neuro Linguistic Programming (NLP) เป็นกระบวนการใช้ภาษาสื่อความคิด เพื่อเป็นซอฟต์แวร์ให้สมอองสามารถสั่งการ โดยการแปลความหมายใหม่ให้กับสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว และประมวลผลออกมาเป็นพฤติกรรมที่เราต้องการ

- **Neuro** = ระบบประสาทในสมอองใช้ในการรับรู้สิ่งเร้าต่างๆ ที่ผ่านเข้ามาทางประสาทสัมผัสทั้ง 5
- **Linguistic** = ภาษาที่ใช้ในการตีความและให้ความหมายกับสิ่งต่างๆ ที่ผ่านเข้ามาในสมออง
- **Programming** = ความสามารถในการค้นหา และการปรับวิธีการให้เราไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ

ศาสตร์ NLP จึงให้ความสนใจกับการใช้ภาษาสื่อความคิดที่ทรงพลัง เพื่อสื่อสารกับสมอองของเรา โดยมุ่งเน้นที่การเปลี่ยนสภาวะอารมณ์ให้เป็นเชิงบวก เพื่อนำไปสู่ความคิด พฤติกรรม และทักษะใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ตามที่เราต้องการ

NLP ใช้เทคนิคการตั้งคำถามที่ถูกต้องและทรงพลัง เพื่อมุ่งไปที่ผลลัพธ์ที่ดีกว่าเดิม เช่น

- อะไรที่สำคัญกับเรา
- อะไรที่เราต้องการ
- เราอยากมีชีวิตเป็นแบบไหน
- เราต้องการเห็นผลลัพธ์เป็นอย่างไร
- อะไรที่เป็นคอยจุดรั้งไม่ให้เราไปสู่เป้าหมาย
- เราได้เรียนรู้อะไรบ้างจากสิ่งเหล่านี้
- อะไรที่ทำให้เราอารมณ์เสีย
- เราจะอารมณ์ดีขึ้นกว่านี้ได้อย่างไร
- ภาพความสำเร็จที่อยากเห็นเป็นอย่างไร

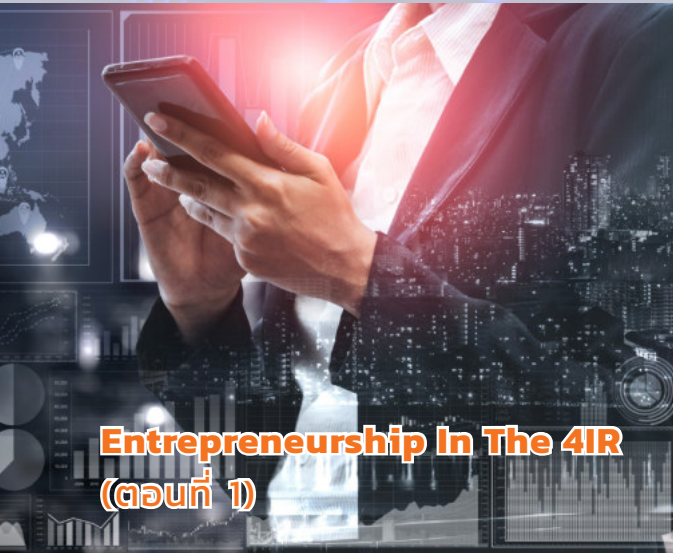
จะเห็นได้ว่า การใช้คำถามทรงพลังเหล่านี้ มีเป้าหมายสำคัญ คือต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นกว่าเดิม ขณะที่เราใช้คำถามเหล่านี้ ถามและตอบด้วยตนเอง จะทำให้สมอองของเราใช้ความคิดจดจ่ออยู่กับการเสาะหาความเป็นไปได้ เพื่อสร้างทางเลือกที่ดีที่สุดในแต่ละสถานการณ์

นอกจากคำถามทรงพลังที่เราสามารถปรับใช้กับตนเองอยู่เสมอแล้ว กระบวนการคิดแบบผู้นำสถานการณ์ (Being at Cause) ก็เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังที่ซ่อนอยู่ในตัวเราทุกคน การฝึกใช้วิธีคิดแบบผู้นำสถานการณ์ให้บ่อยที่สุด ฝึกใช้เป็นประจำจนติดเป็นนิสัย จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถให้เราตีความสิ่งต่าง ๆ เพื่อเปลี่ยนผลลัพธ์ให้เป็นไปตามที่เราต้องการ

ตัวอย่างประโยคทรงพลังที่แสดงถึงวิธีคิดแบบผู้นำสถานการณ์

- ฉันเป็นผู้รับผิดชอบ 100%
- มีวิธีไหนบ้างที่จะทำให้แก้ปัญหานี้อย่างดีที่สุด
- เราได้เรียนรู้อะไรบ้างจากเรื่องนี้
- เราจะป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดนี้ได้อย่างไรบ้าง
- เราทำดีที่สุดแล้ว ไม่มีความล้มเหลว แต่จะเป็นประสบการณ์ให้เราเก่งขึ้น

หากนำไปปรับใช้ เมื่อเจอสถานการณ์ที่แตกต่างกัน จะช่วยเติมเต็มศักยภาพทางความคิดให้เราสามารถครองสติและสรรหาวิธีการต่างๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจและแก้ปัญหาต่างๆ ได้อย่างมั่นใจและมีประสิทธิภาพมากขึ้นเรื่อยๆ อย่างแน่นอนค่ะ ©T C



Entrepreneurship In The 4IR (ตอนที่ 1)

ความเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นกับโลก ณ ปัจจุบัน เป็นที่ทราบกันทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นคนในอาชีพใด มีความรู้การศึกษาระดับไหน หรือมีประสบการณ์การทำงานมากแค่ไหน ต่างรู้สึกถึงความหนักหน่วงและความว่องไวของการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบต่อวิถีชีวิตทุกด้านในชีวิตของทุกคน ไม่เว้นและไม่เลือกใครทั้งสิ้น คนส่วนใหญ่เห็นพ้องกันว่าควรจะต้องให้ความสำคัญกับการปรับตัวรับความเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น (แม้จะเข้าใจมันหรือไม่ก็ตาม)

คนส่วนใหญ่เข้าใจจากการสัมผัสด้วยตนเองในสิ่งที่เป็นตัวขับเคลื่อนความก้าวหน้า ซึ่งโดยพื้นฐานคือความก้าวหน้าของเทคโนโลยี หรือถ้าให้กล่าวถึงลึกกว่านั้น **คือการรวมตัวของความก้าวหน้าของเทคโนโลยี** แล้วทำไมการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ถึงแตกต่างจากครั้งอื่นๆ ในเมื่อเทคโนโลยีก็รวมตัวกันมาตลอด **ทำไมคราวนี้จึงถือว่าเป็นการปฏิวัติอุตสาหกรรม ที่เรียกว่า “4IR” และมันมีความหมายว่าอย่างไร**

บางท่านจะคุ้นเคยกับคำว่า “Digital Transformation 4.0” ซึ่งเป็นคำนิยามที่เหมาะสมสำหรับเป้าหมายและแนวทางของนโยบายที่ประเทศไทย แต่สิ่งที่เป็นหัวใจหลักของ Transformation นี้เรียกว่า The Fourth Industrial Revolution หรือ การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ซึ่งคาดว่าจะต้องยิ่งใหญ่ไปกว่าการปฏิวัติสามรอบที่ผ่านมา และจะส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงที่มากกว่าคราวอื่น ภายในวงการที่เกี่ยวข้องเรียกกันสั้นๆ ว่า “4IR” ถ้าให้แปลเป็นไทย ผมขอเรียกว่า “ก.ป.อ.4” ก็ฟังดูเก๋ได้พอสมควร

การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 มีปัจจัยหลักสำคัญในการขับเคลื่อนอยู่ 4 ประการ ที่ควรทำความเข้าใจเพื่อเป็นพื้นฐานและจุดเริ่มต้นในการคิดสร้างสรรค์ หรือใช้ในการวิเคราะห์ทิศทางและแนวโน้มต่อไป

4IR = 4 Areas of Technological Evolution

ปัจจัย 4 ประการ ได้แก่

- A:** Artificial Intelligence
- B:** Big Data
- C:** Cyber-Security
- D:** Distributed Ledger Technology (DLT)

หรือจำง่ายๆว่า A, B, C และ D

A: Artificial Intelligence

แน่นอนครับ รายการแรกใน 4 ประการ เป็นศาสตร์ที่ได้รับความมุ่งมั่นพัฒนากันมาเป็นเวลานานมาก สามารถเห็นจุดเริ่มต้นของพื้นฐานความคิด ตั้งแต่ นักปรัชญาที่ยิ่งใหญ่ของยุคสมัยโรมัน ค่อยๆ พัฒนาต่อยอดมาเรื่อยๆ จนมาถึงวันนี้ ที่มนุษย์มีความสามารถทำสิ่งที่คิดขึ้นมาเป็นรูปธรรมอย่างจริง ถึงเวลาปรับตัวกับสิ่งที่มนุษย์ได้ฝึกฝนถึงมาตลอด และคาดการณ์กันมาเป็นเวลานานที่สุด

Roots of AI

แทนที่จะพยายามแบ่งแยกหมวดใน AI ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงก้าวหน้าอยู่ตลอด การเข้าใจรากฐานของการศึกษา AI จะทำให้เห็นถึงแนวทางและเป้าหมายของการค้นคว้า เพราะมันจะนำทิศทางของความก้าวหน้าที่จะมาถึง และผลกระทบที่จะตามมา

ความคิดใน AI จนถึงวันนี้ แบ่งแยกได้เป็น 2 ค่ายหลักคือ การศึกษาเพื่อวิทยาศาสตร์ Scientific Goal กับความก้าวหน้าเพื่อประโยชน์ทางวิศวกรรม Engineering Goal

ค่ายแรกจะสนใจกับบทนิยามของความคิด ที่ทำให้มนุษย์แตกต่างจากสิ่งอื่นๆ เนื้อแท้ของขบวนการความคิดที่อยู่เบื้องหลังการตัดสินใจ การเรียกเก็บข้อมูลจากความจำ การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากข้อมูล เพื่อที่จะอธิบายว่าความเป็นมนุษย์นั้นคืออะไร

ค่ายที่สองจะสนใจกับการใช้สอยประโยชน์ของความก้าวหน้าในความสามารถทางเทคโนโลยี เพื่อนำมาแก้ไขปัญหาในโลกจริง การสร้างมูลค่าให้กับคน โดยใช้วิธีการเดียวกับค่ายวิทยาศาสตร์ แต่ด้วยจุดประสงค์ที่ต่างกัน

ที่มาของความคิดใน AI ถึงส่วนมาจากหลายศาสตร์ เช่น Philosophy, Logic, Mathematics, Computation, Psychology/Cognitive Science, Biology/Neuroscience, Evolution แสดงถึงความกว้างขวางของความสามารถภายใต้ AI ที่จะตอบโจทย์ประเด็นที่มีความสำคัญในแต่ละศาสตร์

Advancing Methods in AI

วิธีการที่พัฒนาขึ้นมาภายใต้ AI ที่กำลังใช้หรือศึกษาเพื่อนำไปสู่เป้าหมาย เป็นสิ่งที่น่าสนใจและควรกล่าวถึง

วิธีการทั้งหลายนี้ถือว่าเป็นหมวดการศึกษาที่กำลังเจอกับความท้าทายและได้รับความก้าวหน้า ได้แก่
Neural Networks
Algorithms & Programming
Computer Vision
Robotics
Speech & Natural Language Programming
Planning & Prediction
Machine Learning (Teaching, Deep Learning)
Expert Systems & Decision Making

หลายครั้ง การใช้วิธีการทั้งหลายใน AI จะมีส่วนที่ผูกมัดอยู่กับ Knowledge-based Systems คือระบบที่มีฐานความรู้หรือคลังข้อมูลเป็นส่วนประกอบ และมีความสำคัญเป็นเอก จะศึกษาการจัดการบริหารและการจับประโยชน์จากข้อมูล หรือการหามูลค่าที่ต้องการได้จากแหล่งข้อมูลส่วนนั้น ได้แก่ Search & Processing, Big Data

B. Big Data

Big Data กล่าวถึงความสามารถในการจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก ที่ก่อนหน้านี้ไม่เคยทำได้ เป็น approach ใหม่ ที่เกิดขึ้นจากความต้องการที่อยู่นอกเหนือขอบเขตของความสามารถของวิธีการแบบเดิม ได้แก่ Traditional Data & Statistical Analysis กับ Business Intelligence ซึ่งไม่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจากสภาพความเป็นจริงของแหล่งข้อมูลและรูปแบบข้อมูลที่ได้เปลี่ยนไปอย่างแตกฉาน โดยที่เกิดการขยายตัวในทั้งการใช้และจำนวนอุปกรณ์ที่เป็นแหล่งข้อมูล ที่

ต้องรับบริหารและวิเคราะห์อย่างมาก จนเครื่องมือที่ใช้ตามวิธีการและระบบจัดการข้อมูลเดิมไม่สามารถรองรับได้ เช่น การเรียกข้อมูลจากฐานที่ใหญ่ หรือทำการวิเคราะห์ที่ใช้กำลังคอมพิวเตอร์มากเกินไปเกินความคุ้มค่าในการใช้ หรือใช้เวลานานเกินไป

IoT

IoT เป็นตัวอย่างที่ดีของสิ่งหนึ่งที่ขับเคลื่อนความต้องการ ทั้งในหมวดนี้และ 4IR โดยรวม และด้วยความที่ไม่สามารถลงลึกในรายละเอียดของ IoT ณ ที่นี้ ขอใช้คำกล่าวสั้นๆ ขยายความของ IoT ว่า เป็น Ideal ที่มาจาก Vision ที่เป็นเป้าหมายนำทิศทางไปสู่สภาวะที่จะนำอุปกรณ์ที่ผ่านไฟฟ้าทั้งหมดในโลก (ทุกชนิดรวมถึง ตู้เย็น เครื่องทำกาแฟ แม้กระทั่งเครื่องซักผ้ากับเตารีด) มาเชื่อมต่อกันผ่านเน็ตเวิร์ก เช่น อินเทอร์เน็ต แล้วมอบหมาย IP Address เพื่อทำการ Identify แต่ละอย่าง โดยที่ IoT จะทำให้อุปกรณ์ทุกชิ้นสามารถสื่อสารข้อมูลระหว่างกันได้หมด แม้ไม่ต้องเห็นตัวเลขก็เข้าใจได้ว่าอัตราการเพิ่มปริมาณของข้อมูลที่กำลังเพิ่มขึ้นจะเยอะมหาศาลขนาดไหน

เพราะสาเหตุเช่นนี้จึงบังคับให้ต้องหาวิธีการใหม่ เพื่อที่จะรองรับกับสภาพความต้องการของตลาด และ match ให้คู่กับความสามารถของเครื่องมือที่มีในระดับเทคโนโลยีปัจจุบัน **แนวคิดในเรื่อง Big Data จะเน้นที่ 3 คุณสมบัติของข้อมูล คือ ปริมาณ ความเร็ว(รวมถึงความถี่ของการบันทึกอัพเดท) และความแตกต่างของรูปแบบ** (ตัวอักษรและรูปภาพ มีเสียง วิดีโอ ฯลฯ) ที่ต้องจัดเก็บหรือจัดการในทางใดทางหนึ่ง

วิธีการใหม่ที่ใช้กับ Big Data จะแตกต่างโดยพื้นฐาน จากแนวคิดการวิเคราะห์ที่เคยใช้กัน ดังนี้:

- สามารถตั้งการวิเคราะห์ให้เกิดขึ้นโดยที่ไม่มีสมมุติฐาน หรือสมการทดสอบ ตามหลักการ statistics
- ทำการวิเคราะห์ข้อมูลใน real-time คือการวิเคราะห์สด ณ เวลาที่รับเข้ามา เช่นที่ใช้กับ live streaming data
- ตีความหมาย สรุป จับแพทเทิร์น โดยไม่คำนึงถึงขนาดที่วัด ไม่มี sample size

ในหมวดนี้ได้เห็นการขยายตัวเร็วที่สุด เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของความต้องการจากผู้ใช้ที่ไม่นิ่ง และการแข่งขันในการตอบโจทย์ของตลาดในภาคธุรกิจ

วันนี้ผมพูดถึง A และ B ซึ่งหน้ากระดาษหมดพอดี ติดตาม C และ D ต่อในสัปดาห์หน้าครับ ©TAC

Inside Bill's Brain: Decoding Bill Gates

TV Series (2019), Netflix

หนังสือแนะนำฉบับนี้ขอเปลี่ยนบรรยากาศเป็นการเรียนรู้อีกรูปแบบหนึ่ง นั่นก็คือการชมสารคดี (Documentary) โดยขอเสนอ **Inside Bill's Brain: Decoding Bill Gates** ที่เผยแพร่ผ่านเน็ตฟลิกซ์ ซึ่งเป็นซีรีส์สารคดีโทรทัศน์สามตอนที่ออกฉายในปี 2019 นี้ สร้างและกำกับโดย Davis Guggenheim โดยนำเสนอความคิดและแรงบันดาลใจของ Bill Gates บุคคลผู้มีชื่อเสียงโด่งดังในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา

โดยการดำเนินเรื่องจะเป็นการพูดคุยกับ Bill Gates มหาเศรษฐีผู้เคยได้ชื่อว่ารวยที่สุดในโลกหลายปีติดต่อกัน ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้ง Microsoft และผู้ริเริ่ม Bill & Melinda Gates Foundation

โดยผู้กำกับคนดังที่เคยทำสารคดีที่สร้างชื่อมาแล้วทั้ง An Inconvenient Truth และ He Named Me Malala เพราะฉะนั้นจึงการันตีได้ถึงคุณภาพเรื่องของการถ่ายทำ การถ่ายทอดอารมณ์ความคิด และการดำเนินเรื่อง

ในเนื้อเรื่องของสารคดีทั้ง 3 ตอนประกอบด้วย ตอนแรก เล่าถึงชีวิตในวัยเด็ก คุณแม่ และการกิจในการสร้าง “ห้องน้ำ” ที่ไม่ต้องใช้น้ำ เพื่อให้ประชาชนในประเทศที่กำลังพัฒนาเข้าถึงห้องน้ำที่ดีได้อย่างเท่าเทียม และแก้ปัญหาการระบาดของเชื้อโรคได้อย่างยั่งยืน ตอนที่สอง เป็นการเจาะลึกถึงวิสัยทัศน์ของบิล มีตรภาพในวัยเด็ก และเรื่องราวสายสัมพันธ์กับ Paul Allen ผู้ร่วมก่อตั้ง Microsoft ที่แทบไม่ปรากฏตัวมากนัก สำหรับตอนสุดท้ายเป็นการ

บอกเล่าถึงเป้าหมายสุดท้ายที่บิลตั้งใจที่จะแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก (Climate Change) และพัฒนาพลังงานสะอาด

Davis Guggenheim ใช้เวลาถ่ายทำเกือบ 2 ปี ในการรวบรวมข้อมูลและถ่ายทำ ทำให้เราเห็นภาพและเข้าใจความเป็น Bill Gate อย่างแท้จริง โดย Davis Guggenheim ได้ถามคำถามสำคัญกับบิลในสารคดีว่า “ความกลัวที่เลวร้ายที่สุดของคุณคืออะไร” ซึ่งคำตอบของเขาก็คือ “I don't want my brain to stop thinking” หรือผมไม่อยากจะมองของผมหยุดทำงาน ถือเป็นคำตอบที่สามารถสะท้อนเรื่องราวทั้งหมดได้ในประโยคเดียว

ร่วมค้นหาตัวตนของบุคคลที่เรียกได้ว่าเป็นบุคคลแห่งศตวรรษ และคำตอบของเรื่องราวดังกล่าวนี้ได้จาก Inside Bill's Brain: Decoding Bill Gates สารคดีที่ไม่ควรพลาดมากๆ .. **คุณอาจทำได้** **อย่างเขา** ถ้าคุณสามารถได้แบบเขา ©TAC



Joker | โจ๊กเกอร์ (2019)

by Joaquin Phoenix, Robert De Niro, Zazie Beetz

ผลงานของผู้กำกับ Todd Phillips ที่จะพาทุกคนย้อนกลับสู่ช่วงเวลาที่ยืดเยื้อ นครที่ดูเหมือนเจริญกว่ามีแต่ขยะเน่าเหม็น บรรยากาศที่คนทั้งเมืองแทบไม่เหลือความเป็นมนุษย์อยู่ในตัว การแบ่งแยกชนชั้น จนทำให้เกิดแรงกดดันที่มหาศาล และเมื่อมันระเบิดออกมา เมืองทั้งเมืองก็พินาศได้ในพริบตา และเรื่องราวของตัวตลกร้ายอันบ้าคลั่ง และโหดเหี้ยมอย่าง Joker ที่ได้นักแสดงนำอย่าง Joaquin Phoenix นักแสดงมากฝีมือที่เคยเข้าชิงรางวัลออสการ์ถึงสามครั้งจาก Gladiator (2001) , Walk the Line (2006) และล่าสุด The Master (2013) ที่มารับบทเป็น อาร์เธอร์ เฟลิก หรือ Joker

ผู้ฝึกฝนอยากจะทำอาชีพที่ให้ความสุขกับผู้คนอย่างที่แม่ของเขาสั่งสอนเรื่อยมา อาเธอร์ยังต้องเผชิญกับความโหดร้าย ความรุนแรงทางสังคม จากคนที่อ่อนแอกลับกลายเป็นคนที่ทำเรื่องเลวร้ายได้อย่างไม่รู้สึกลึกซึ้ง

หนังเรื่องนี้ทำให้เราได้ว่า ทุกคนล้วนมีด้านมืดและด้านสว่าง เพียงแต่ว่าเราจะเปิดเผยด้านไหนออกมาให้คนเห็นมากกว่า **สิ่งสำคัญคือ อย่างมออยู่กับความคิดลบ หรือสภาพแวดล้อมที่ทำให้คุณยังมีดมกับชีวิตอีกต่อไป ต้องมีสติและใช้ปัญญาในแก้ไขปัญหา** และหนังยังสะท้อนให้เราเห็นว่า ทุกวันนี้ปัญหาหลายๆ เรื่องในสังคม ไม่ใช่เพราะขาดพื้นที่แสดงออก แต่เป็นเพราะการแสดงออกนั้นไม่มีคนรับฟัง เมื่อคนไม่ถูกรับฟัง ทุกขันธ์ก็ยิ่งอยู่ไม่หายไป แต่กลับจะเพิ่มมากขึ้นด้วยซ้ำไป

“การฟัง” ไม่เหมือนกับ “การได้ยิน” การตั้งใจฟังจึงสำคัญกับผู้เล่า บางครั้งเขาไม่ได้ต้องการความเห็นด้วยซ้ำ แค่มีคนรับฟัง แคร่ความรู้สึกเขา ก็สามารถทำให้อีกฝ่ายสบายใจขึ้นได้

ถือว่าเรื่องนี้มีทั้งความตื่นเต้น หดหู่ และสงสาร ใครที่อยากจะไปดูออกตรงนี้เลย ว่า ขอให้เตรียมใจของคุณให้เข้มแข็ง อย่าทำให้ใจคุณหดหู่เป็นอันขาดหลังจากดูเรื่องนี้แล้ว ©TAC



Hyper Connected

We Are Social และ Hootsuite เผยผลสำรวจ “Global Digital 2019” ที่อัปเดตสถานการณ์การใช้งานดิจิทัล และอินเทอร์เน็ต ประจำปี 2019 ที่รวบรวมทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย พบว่า

- ประเทศไทยมีประชากร 69.24 ล้านคน
- 57 ล้านคน สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดย 55 ล้านคน เป็นกลุ่มที่ใช้ อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นประจำ
- 51 ล้านคน ใช้งาน Social Media เป็นประจำ
- คนไทยโดยเฉลี่ยแล้ว ใช้อินเทอร์เน็ต 9 ชั่วโมง 11 นาทีต่อวัน (นับรวมทุกอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์)

- ใช้เวลาอยู่กับ Social Media 3 ชั่วโมง 11 นาทีต่อวัน (นับรวมทุกอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์)
- ใช้เวลาดู Online Streaming หรือ Video On Demand 3 ชั่วโมง 44 นาทีต่อวัน
- ใช้เวลาฟังเพลงแบบ Music Streaming 1 ชั่วโมง 30 นาทีต่อวัน

จากข้อมูลข้างต้น **สะท้อนได้ว่าทุกวันนี้คนไทยจำนวนมาก มีพฤติกรรมที่เราเรียกว่า “Hyper Connected”** หมายถึง ผู้ที่เชื่อมต่อกับโลกออนไลน์ตลอดเวลา เกือบ 24 ชั่วโมง 7 วัน ไม่ว่าจะทำงาน เรียน ดูหนัง ฟังเพลง พูดคุยกับเพื่อนผ่านแอปพลิเคชันแชท รวมไปถึงการอัปเดตสิ่งที่ตัวเองสนใจ หรือเรื่องราวของตัวเองบน Social Network